

OS DIREITOS AUTORAIS NA MÚSICA EM TEMPOS DE INTERNET

Luciana Ribeiro Jarduli
Maria Angélica Oliveira Luqueze
Mariana Barros Souza
Michele Aparecida Dela Ricci Junqueira
Paula Duarte Correia
Thaís Leal Cintra Rodrigues

Trabalho Aplicativo em Grupos – Grupo 1

Curso: Programa de Pós-Graduação em Administração de Organizações

Disciplina: Didática. Tema: Os direitos autorais na música nos tempos de Internet

1. Breve histórico da indústria fonográfica

Michele Aparecida Dela Ricci Junqueira

Os aparelhos de gravação e reprodução de som introduziram um meio possível de comercialização da música na forma de um produto concreto: a música gravada. Com a invenção da música gravada, tornou-se possível armazenar os sons de maneira concreta (e não apenas na memória das pessoas) viabilizando uma série de mudanças no paradigma da produção musical.

Assim como os demais bens industriais, os formatos de registro de som são passíveis de serem replicados sucessivamente e possibilitam a criação de um produto de música compatível com o modelo industrial.

Os músicos são capazes de ler notações musicais e recriar seus sons. A música gravada, ao contrário, não requer um músico como mediador para sua reprodução, sendo necessária apenas a mediação por aparelhos específicos de reprodução sonora. Dessa forma, o ouvinte ganha a habilidade de “tocar” uma grande orquestra apenas por meio de simples movimentos necessários para acionar o sistema de reprodução como abastecer seu aparelho de som com a mídia desejada e eventualmente ajustar botões que controlam o nível de amplificação do som.

A música ocorre tradicionalmente em eventos sociais: concertos, óperas, cerimônias religiosas, festas e tantos outros nos quais músicos são contratados para apresentar determinado repertório. Antes da criação da gravação do som, era inerente a presença de ao menos um músico (seja esse amador ou profissional) para produzir música. Após a criação da música gravada, sua presença in loco não é mais fundamental podendo ser substituída por maquinários que reproduzem o som do repertório que foi tocado por músicos, mas gravado em algum momento prévio e em outro local. Começa a haver as primeiras mudanças no aspecto da sociabilidade na música. Mais recentemente, com a popularização de equipamentos portáteis criados para reproduzir música em fones de ouvido (como o iPod) o consumo de música passa por uma mudança radical de paradigma. As vendas de suportes físicos de registro do som começam a cair em função do aumento da difusão de gravações de música via internet em formato digital (como o MP3) que não depende de um suporte físico em específico. A queda das vendas de música gravada força o fechamento de grandes redes de lojas especializadas em comércio de música. O comércio de música gravada aos poucos migrou para a internet com a criação das lojas virtuais.

A criação de aparelhos portáteis capazes de reproduzir música nos formatos com compactação digital promove uma mudança de comportamento da apreciação musical. Enquanto anteriormente os equipamentos capazes de reproduzir música demandavam mídias físicas, a audição de música estava restrita a ambientes específicos onde os aparelhos podiam ser instalados. A maior parte desses equipamentos era construída para a audição de música por meio de caixas de som com alguns alto-falantes. Os equipamentos tipicamente reproduzem o som de forma amplificada, o som se propaga pelo ambiente de modo que várias pessoas o possam ouvir simultaneamente. Gradativamente a audição de música sem a interação social dos músicos se torna mais comum, porém o aspecto social ainda se mantém em parte no qual os ouvintes compartilham a audição dos sons interagindo socialmente. No caso da apreciação musical mediada por equipamentos de som, a interação social dos ouvintes com os músicos não existe e está substituída pela interação dos ouvintes com a gravação, o que constitui basicamente o ritual dos procedimentos técnicos que são necessários para fazê-lo soar no equipamento de som.

O caso da recente popularização dos equipamentos portáteis é diferente. Esses equipamentos são fabricados com o propósito de se ouvir música por meio dos fones de ouvido. Nesse caso, a apreciação musical é individual e desconectada do ambiente social no qual o ouvinte está. O ouvinte ganha habilidade de escolher uma trilha sonora particular e de escuta solitária. A característica social praticamente intrínseca na tradição de ouvir música começa a ser modificada. Com exceção dos ensaios individuais dos instrumentistas de uma orquestra que aperfeiçoam sua performance, a produção de música sempre esteve associada a eventos sociais de

alguma forma. Desse modo, a popularização dos arquivos de áudio com formato compactado não somente causou uma mudança de paradigmas na indústria fonográfica, também é possível observar características que sinalizam uma mudança cultural na audição de música. O aumento do consumo dos equipamentos com fones de ouvido em relação aos equipamentos com alto-falantes evidencia certa tendência individualizante no comportamento do ouvinte principalmente no público jovem tradicionalmente mais receptivo às inovações tecnológicas.

No Brasil, a consolidação plena da indústria fonográfica – e concomitantemente do mercado fonográfico – se deu apenas na década de 1990, período no qual a situação econômica brasileira finalmente foi estabilizada. Vale lembrar que nessa época inúmeras reformas econômicas se seguiram na tentativa de controle da inflação das moedas brasileiras até a implantação do Plano Real que finalmente estabilizou o mercado, quando houve um início de melhora na distribuição de renda, enriquecimento do oeste, entre outros fatores que colaboraram para aumentar a parcela da população consumidora, o que resultou na gênese de um grande contingente populacional com condições básicas para integrar o modelo industrial de consumo. Bem defasada em relação aos países desenvolvidos, a indústria no Brasil começou a atingir às massas em grande parte do território com todo tipo de produtos, inclusive culturais, alcançando o maior desempenho de vendas do mercado fonográfico na história no final da mesma década evidenciando que os produtos culturais já não estavam mais restritos aos veículos de comunicação que até a década de 1980 vinculavam propagandas de produtos majoritariamente dirigidos à menor parcela da população com grande poder aquisitivo.

Praticamente de forma simultânea, no final da década de 1990, houve um período de forte pirataria que atingiu o mercado fonográfico brasileiro. A pirataria, iniciada com as fitas cassete, foi intensificada com a popularização do CD. Tal fenômeno contribuiu para a distribuição e o acesso dos produtos culturais de música às massas principalmente nos formatos digitais, mas fez também o padrão industrial sofrer um revés econômico e propiciou um período de readaptação. Numa tentativa de proteger seu modelo lucrativo alguns artistas fizeram uso dos programas de televisão em propaganda para alertar seus fãs consumidores quanto aos riscos de se adquirir um produto pirata.

O estabelecimento da internet em todo o planeta no início do século XXI tornou desmedido o processo de disseminação de música em arquivos digitais compactados. A criação das redes de compartilhamento de arquivos possibilita um processo transparente de transmissão de música sem a necessidade de nenhum tipo de comércio específico senão apenas o custeio da infraestrutura nas telecomunicações. À medida que a liberdade da troca de arquivos digitais (incluindo músicas em formatos compactados) foi se popularizando as vendas de discos começaram a diminuir. Houve tentativas das *majors* (inglês, mercadologia) nos Estados Unidos em frear o tráfego livre de música em formatos compactados considerando que essa prática viola os direitos autorais e a caracterizando como pirataria de música na internet. Inúmeros processos judiciais contra os desenvolvedores dos softwares de redes de compartilhamento de arquivo de música e contra seus usuários foram utilizados como recurso da indústria no combate ao que se configurou como pirataria, em vão. A popularização da troca de arquivos na internet continuou a aumentar de forma descentralizada tornando inviável a apelação por recursos judiciais. O modelo econômico da indústria definitivamente foi atingido. Consequentemente, o paradigma de consumo de música entrou em um processo de transição.

A partir da década de 2000, já como efeito do processo de transição da indústria fonográfica, lojas especializadas em vendas de música gravada em discos começam a fechar suas portas. A cultura de uso de suportes físicos para gravação de música, particularmente o formato disco, estava em decadência e migrava para os arquivos compactados independentes do tipo de mídia, como o MP3. Em adaptação ao novo paradigma de consumo foram criadas lojas virtuais de música com ênfase no comércio de música em arquivos compactados, algumas das quais incluem suporte aos novos equipamentos portáteis capazes de reproduzir arquivos de áudio. Cada vez mais as lojas virtuais migram seu acervo fonográfico do formato físico, como o disco, para arquivos compactados, como o MP3. Logo, há uma mudança no comércio de música: restringe-se o comércio de átomos, os discos, em detrimento da venda de bits, arquivos digitais compactados.

Referências

PAIXÃO, L. F. A indústria fonográfica como mediadora entre a música e a sociedade. Dissertação (Mestrado) em Música - Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes - Universidade Federal do Paraná.

2. Direitos Autorais

Luciana Ribeiro Jarduli

Introdução

Por definição, Direito Autoral compreende um conjunto de prerrogativas conferidas por lei à pessoa física ou jurídica, criadora de obra intelectual, para que ela possa usufruir dos benefícios morais e patrimoniais

resultante da exposição e divulgação de suas criações. O direito autoral está regulamentado pela Lei de Direitos Autorais (LEI Nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998) que protege as relações entre o criador e quem utiliza suas criações artísticas, literárias ou científicas, tais como músicas.

Para efeitos legais, os direitos autorais são divididos em direitos morais e patrimoniais: Os direitos morais asseguram a autoria da criação ao autor da obra intelectual e já os direitos patrimoniais são aqueles que se referem principalmente à utilização econômica de sua obra intelectual. O autor tem o direito de utilizar sua obra criativa da maneira que quiser, bem como permitir que terceiros a utilizem, total ou parcialmente. Ao contrário dos direitos morais, que são intransferíveis e irrenunciáveis, os direitos patrimoniais podem ser transferidos ou cedidos a outras pessoas, às quais o autor concede direito de representação ou mesmo de utilização de suas criações. Caso a obra intelectual seja utilizada sem prévia autorização, o responsável pelo uso desautorizado estará violando normas de direito autoral, e esta conduta pode acarretar um processo judicial.

Direito Autoral no Brasil

Com relação ao surgimento dos direitos autorais no Brasil, a partir das Constituições de 1891, 1934, 1946, 1967 e da Emenda Constitucional de 1969, o direito autoral passou a ser expressamente reconhecido. Com relação aos direitos autorais relativos às obras musicais, foram os próprios compositores que lutaram para a criação de uma norma para a arrecadação de direitos pelo uso de suas obras.

No Brasil, a artista Chiquinha Gonzaga foi uma das pioneiras no movimento de defesa dos direitos autorais. Cada vez que suas obras musicais eram executadas nos teatros, ela considerava justo receber uma parcela do que era arrecadado, pois entendia que sua música era tão importante e gerava tanto sucesso quanto o texto apresentado. Em 1917, ela fundou a Sociedade Brasileira de Autores Teatrais (que posteriormente passou a se chamar Sociedade Brasileira de Autores) - Sbat, que no início era integrada somente por autores de teatro, mas que com o passar do tempo também permitiu a associação de compositores musicais. Como consequência natural, o movimento associativo ampliou-se e logo surgiram outras entidades. Com a pulverização de associações com o mesmo fim, os problemas não paravam de aumentar. Os usuários preferiam continuar a utilizar as obras intelectuais sem efetuar qualquer pagamento, visto que o pagamento a qualquer uma das associações existentes não implicava em quitação plena e permitia a cobrança por outra associação. As músicas, em sua grande maioria, eram (e continuam sendo) resultados de parcerias, e por isso possuíam vários detentores de direitos, cada qual filiado a uma das referidas entidades, gerando cobranças e distribuições separadas. Para dar fim a esse problema, em 1973 foi promulgada a Lei 5.988/73, que criava um escritório central para realizar, de forma centralizada, toda a arrecadação e distribuição dos direitos autorais de execução pública musical. Em 2 de janeiro de 1977, o Ecad - Escritório Central de Arrecadação e Distribuição iniciou as suas atividades operacionais em todo o Brasil.

A gestão coletiva no Brasil, surgiu da necessidade de se organizar a arrecadação e a distribuição dos direitos autorais das músicas utilizadas em locais públicos. A impossibilidade de cada autor controlar a utilização de sua obra, em todos os cantos do país e do mundo, fez com que eles se reunissem em associações de música para gerir seus direitos. Este tipo de gestão garante os direitos dos autores, intérpretes, músicos, editoras e gravadoras, especialmente porque o Brasil possui um sistema que permite arrecadar e distribuir, conjuntamente, os direitos de autor (autores e editoras) e conexos (intérpretes, músicos e gravadoras). A gestão coletiva também facilita o dia a dia dos usuários de música, pois eles recebem uma autorização ampla e única para utilizar qualquer obra musical protegida e cadastrada no banco de dados do Ecad e das associações de música. Para os autores que não concordam com este sistema ou esta forma de centralização, a lei brasileira permite que os mesmos administrem por conta própria o seu repertório musical, não precisando, portanto, estar associados a uma das nove associações para que seus direitos sejam preservados e garantidos. Porém, fica claro que, num país com dimensões continentais como o Brasil, fica praticamente inviável um titular de música conseguir identificar e controlar todos os locais que utilizam suas obras para a cobrança dos seus devidos direitos autorais de execução pública musical.

Direito Autoral x Reprodução x Internet

Contrafação é definida como a cópia não autorizada de uma obra, total ou parcialmente. Toda a reprodução é uma cópia, e cópia sem autorização do titular dos direitos autorais e/ou do detentor dos direitos de reprodução ou fora das demais estipulações legais constitui contrafação, um ato ilícito civil e criminal.

Segundo as normas e recomendações internacionais aceitas pela maioria dos Países, a obra autoral inicia-se a partir de sua criação e perdura por 70 anos a contar de 1º de janeiro do ano seguinte ao do falecimento do Autor, quando entra, então, em domínio público. No caso do Brasil, os sucessores do autor da obra perdem os direitos autorais adquiridos 70 anos após a morte do mesmo. Com relação às obras em co-autoria, este período de 70 anos inicia-se no 1º de janeiro do ano seguinte ao do falecimento do último co-autor sobrevivente.

A questão do prazo de vigência dos direitos autorais é de extrema importância para que aquele que deseja se beneficiar da obra não venha a responder por ações de apropriação indevida ou de plágio.

A legislação brasileira proporciona medidas efetivas contra a infração de direitos autorais e cada dia mais os profissionais atuantes no mercado do direito autoral estão vigilantes contra a prática ilegal e a pirataria. A violação destes direitos é considerada crime sob as legislações – arts. 184 e 186 do Código penal brasileiro. A parte ofendida poderá, também, intentar ações cíveis visando cessar a violação de seus direitos e o ressarcimento dos danos causados.

No que diz respeito aos direitos autorais e às obras intelectuais dentro da sociedade da informação – ampla forma de comunicação ao público – o interesse coletivo pelo uso das obras musicais cresceu diante do fácil e relativamente barato acesso às mesmas por meios eletrônicos e digitais. O abusivo “uso pessoal”, que tem na “cópia privada” a sua maior expressão, a crescente “pirataria”, traduz-se na incessante reprodução clandestina e fraudulenta produções musicais.

É importante ressaltar que existe uma diferença entre ‘Pirataria’ e ‘Falsificação’: Pirataria é a reprodução não autorizada de uma obra existente ou a distribuição de uma cópia fraudada; e Falsificação ocorre quando um infrator não só reproduz e distribui mercadoria fraudada, mas também tenta fazer o seu produto passar por mercadoria legítima, produzida pelo seu verdadeiro fabricante.

O Brasil evoluiu muito no que diz respeito ao combate à pirataria. Desde outubro de 2004 o País conta com uma instância própria para cuidar do assunto. Trata-se do Conselho Nacional de Combate à Pirataria (CNCPC), instituição que pertence ao Ministério da Justiça e que hoje traça as diretrizes para o tratamento da questão. As iniciativas têm se mostrando plenamente eficaz, lançando o Brasil ao reconhecimento internacional, despertando interesse de vários outros países na experiência brasileira, como um modelo a ser seguido. Todavia, o mérito deste reconhecimento não reside no trabalho isolado do CNCPC, mas no apoio que têm da Receita Federal, da Polícia Federal e da Polícia Rodoviária Federal, sendo que a maior vitória alcançada fora na conscientização da sociedade nos malefícios dos produtos piratas, afetando não só a qualidade de vida como também a economia brasileira e mundial. Contudo, sensibilizar apenas a sociedade, não basta. O CNCPC está buscando sensibilizar agora a indústria e o comércio, mostrando que a pirataria além de ser uma atividade criminosa, contribui para a queda da arrecadação de impostos, enfraquecimento da atividade econômica formal e diminuição da oferta de emprego.

O combate à pirataria e à contrafação exige um esforço permanente do poder público e da sociedade civil voltado ao estabelecimento de parceria e à busca de soluções. Os desafios se renovam a cada instante. A facilidade com que hoje temos em divulgar certo produto obtido de forma ilícita é sem precedentes, pois o mundo evoluiu e a internet provou que a sua propagação é na velocidade da luz.

Com relação aos ‘Copyrights’, a principal característica do direito autoral reside no fato de que o seu escopo fundamental é a proteção do criador ao passo que o Copyright protege a obra em si, ou seja, o produto, dando ênfase à vertente econômica, a exploração patrimonial das obras através do direito de reprodução, desde que gere o seu crédito.

Os direitos autorais refletem internamente o choque entre os interesses privados do autor e demais titulares de um lado, e os interesses coletivos e difusos da sociedade em geral, principalmente no que se refere ao acesso ao conhecimento; daí a importância da internet proporcionando o acesso público às obras musicais.

Referências

- dos Santos, A.P. A indústria fonográfica nos tempos da internet: como a pirataria pode modelar novos modelos para a música. Londrina, v. 18, n. 2, p. 130 – 149, maio/ago. 2013.
- ECAD, direitos autorais. O que é direito autoral. Disponível em: < <http://www.ecad.org.br/pt/direito-autoral/o-que-e-direito-autoral/Paginas/default.aspx>>. Acesso em: 06/04/2015.
- Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI). Disponível em <<http://www.ifpi.org/about.php>>. Acesso em 04/04/2015.
- JARDIM, L.B. *A pirataria de música grava e a indústria cultural*. Guarulhos, 2014. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Universidade Federal de São Paulo, São Paulo, 2014. [Orientadora: Profa. Marcia Regina Tosta Dias].
- LOSSO, F.M. *Os direitos autorais no mercado da música*. São Paulo, 2008. Tese (Doutorado em Direito Civil) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008. [Orientador: Prof. Fábio Maria De-Mattia].
- Marcial, F.M. Os Direitos Autorais, sua proteção, a liberalidade na internet e o combate à pirataria. Disponível em < http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=7307>. Acesso em: 06/04/2015.
- Presidência da República, Casa Civil, Subchefia para Assuntos Jurídicos LEI Nº 9.610, DE 19 DE FEVEREIRO DE 1998. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19610.htm>. Acesso em: 06/04/2015.

3. A pirataria física e pirataria digital

Thaís Leal Cintra Rodrigues

A pirataria fonográfica física e a sua reinvenção

Ao longo do século XX, as grandes empresas fonográficas foram responsáveis pela produção da maior parte da música gravada, fundamentadas em seus principais produtos, o disco de vinil, primeiramente, liderou como principal produto musical, isso durante as décadas de 50, 60, 70 e início de 80 e após, em 1990, com a criação do CD e DVD.

Por muitas décadas, ocorreram mudanças significativas nas tecnologias que começaram a ser introduzidas que permitiam a reprodução de fonogramas, transformando as formas de produção e distribuição e, assim, as formas de consumo de música gravada.

As transformações, especialmente, colocam em questão a estrutura tradicional da indústria fonográfica, bem como a centralidade do disco, em especial o CD e o DVD.

A sigla CD (abreviatura de Compact Disc, "disco compacto" em inglês) é um dos mais populares meios de armazenamento de dados digitais, principalmente de música comercializada e softwares de computador.

Diante desse quadro, é possível classificar os discos em três tipos:

1. Os discos oficiais, os chamados "originais", vendidos em grandes e pequenas gravadoras e lojas autorizadas ou ambulantes regularizados;
2. Os discos piratas constituídos de cópias de fonogramas, protegidos ou não por leis de direitos autorais;
3. E por fim, os discos de produção "autônoma", vendidos nas mesmas bancas dos piratas. Porém, este último tipo, em geral discos promocionais ou de produção mais restrita e caseira, é menos presente que os piratas propriamente ditos, cópias de grandes lançamentos da indústria oficial, mas quase sempre aparece nas bancas. (JARDIM, 2014)

Com efeito, percebe-se a profunda crise enfrentada pela indústria fonográfica a partir de 2000. Os números foram divulgados pela Associação Brasileira Produtora de Discos (ABPD) que retrata a considerável queda de compra e venda de discos, CDS e DVDs.

O contexto é o seguinte: O faturamento da venda de discos caiu de 891 milhões de reais em 2000 para 312 milhões em 2007, e desde então tem se mantido relativamente estável, com algumas oscilações, segundo informações da ABPD. Por outro lado, desde 2007, a participação da comercialização de fonogramas digitais pela internet nos lucros da indústria tem crescido de forma intensa: passou de 24 milhões em 2007 (que correspondia a 8% da receita total da indústria) para 111 milhões em 2012 (28% do total), o que demonstra uma análise sociológica do sentido do aumento das vendas online em detrimento das vendas de discos. (ABPD)

Entretanto, é preciso problematizar os discursos oficiais que afirmam que a crise é exclusivamente causada pelas novas tecnologias e seus usos.

Na realidade tem ocorrido a "desmaterialização" da música que utiliza essencialmente o suporte físico, que atualmente perdeu espaço pois não exerce nenhum papel relevante tanto na indústria quanto no consumo de música. Pode-se falar em uma mudança dos significados do disco.

Não há hoje uma perda de valor da música, mas uma perda de valor do software vendido pela indústria fonográfica, o disco. Neste processo, então, há uma retirada da indústria fonográfica do centro do "campo da indústria da música gravada", associada a uma transferência de poder para empresas de tecnologia e mídia. (JARDIM, 2014).

Por mais que haja um esforço governamental e empresarial de universalização do acesso à internet e do aumento da educação em relação ao uso de novas tecnologias, o mercado da pirataria de CDs e DVDs de música ainda serve como meio de consumo de música gravada para uma grande parcela da população que não tem acesso à internet, ou então possui o acesso, mas não tem o hábito ou o conhecimento suficiente para o consumo de música via internet. Uma alternativa é a compra do disco pirata, que é vendido a preços baixos e encontrado facilmente.

Exemplos de pirataria física ainda existente, forma um conjunto de indústrias regionais que adotam a pirataria como principal estratégia de marketing: distribuem-se discos, libera-se o acesso a fonogramas e vídeos pela internet (tudo gratuitamente e sem se considerar o regime de direito sobre a cópia), fala-se em "novos modelos de distribuição".

A remuneração dos artistas nessas indústrias é deslocada para os shows, e o disco se torna um apêndice da música gravada ao vivo. A produção caseira de CDs e DVDs, a divulgação informal através de camelôs e comércio informal, o trabalho insistente feito pelo próprio artista e, por fim, o resultado dos anos na batalha.

Conforme pronunciamento da cantora paraense Gaby Amarantos acerca da pirataria: "Devo a minha carreira à pirataria e internet. Seria injustiça e burrice impor ao meu público que pague mais de 25 reais para me ouvir"

O vídeo da Gaby Amarantos retrata bem a sua vida como artista e o impacto da divulgação da sua música através de vídeos e áudios caseiros, os quais eram doados aos camelôs de Belém/PA como estratégia de divulgação e marketing (www.youtube.com/watch?v=niGt6fhwMtA).

O início de uma nova realidade na indústria fonográfica – A pirataria digital

O livre compartilhamento das músicas configura ao mesmo tempo o potencial democrático da internet e descortina as ações chamadas de pirataria digital, baseadas na apropriação ilegal dos direitos autorais. E, assim, no Brasil, o CD pirata, junto às trocas peer-to-peer e o compartilhamento online, é uma preocupação para a indústria da música: a ampla difusão barata e gratuita de música gravada incomoda quem até então possuía o monopólio da cópia de música gravada. (SANTOS, 2013).

O desenvolvimento cada vez mais significativo das tecnologias da informação, em especial a internet, baseado nos valores que cada vez mais se permite presenciar uma infinidade de produtos disponibilizados de forma gratuita no ambiente de rede. De livros a softwares, de filmes a jogos e de videoaulas a música, na internet hoje, pode-se afirmar, encontra-se praticamente tudo.

A forma de se produzir, disseminar, transformar, se apropriar e inovar com a cultura mudou drasticamente depois da internet. Argumenta-se que a internet trouxe um novo componente na música. Ou melhor, que o potencializou e transformou nitidamente um mercado; diminuindo suas vendas, suas participações e consequentemente seus lucros.

Trata-se da pirataria, mas não de uma pirataria qualquer, ou melhor, da tradicional pirataria física, já existente. Esta é mais pulsante, dinâmica, moderna e que se faz difícil punir: a pirataria digital. (SANTOS, 2013)

O download gratuito das músicas não é nem de longe a principal ou única causa do declínio da indústria musical. Na verdade tais iniciativas podem servir como verdadeiros mecanismos de disseminação cultural baseada na música, uma forma de acesso democrático, uma forma de estimular, inclusive, a compra dos produtos originais e ainda (ou talvez principalmente) possibilita o surgimento de novos talentos musicais que não teriam oportunidades mais democráticas do que as oferecidas pela internet e todas as facilidades que ela permitiu desde a produção até a disseminação das músicas.

A condição da atual indústria musical, o copyright, a internet e suas consequências na chamada pirataria digital, as novas tecnologias que permitem o compartilhamento das músicas e os novos modelos que tentam se adequar a um novo panorama econômico e cultural que prioriza o grátis. (SANTOS, 2013)

Nos dias atuais, caso um usuário possua infraestrutura de tecnologias da informação adequada, ele pode reproduzir facilmente aquele conteúdo e transmiti-lo a um número virtualmente ilimitado de pessoas, a um custo marginal desprezível. Este fenômeno é decorrente das novas tecnologias, que propiciaram a eliminação do consumo desses tipos de conteúdo audiovisual. Resta apenas uma barreira legal, relacionada aos direitos de propriedade de autor que estão cada vez difíceis de serem punidos ante qualquer violação.

O que vemos hoje é uma pirataria mais flexibilizada, uma vez que foi de certa forma quebrada a hígidez dos direitos autorais, o que por consequência levou a criação de cadeias produtivas estruturadas de forma livre e autônoma. Novos modelos de negócio: o vocabulário compõe uma constelação de termos que passam a integrar a “agenda” da própria “reinvenção do negócio”. (JARDIM, 2014).

Referências

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA PRODUTORA DE DISCOS (ABPD). Mercado fonográfico mundial e brasileiro em 2013. Disponível em www.abpd.org.br/. Acesso em 25 Mar. 2015.
- BANDEIRA, Messias G. A Economia da música online: propriedade e compartilhamento da informação na sociedade contemporânea. V ENLEPICC, 2007. Disponível em: www.gepicc.ufba.br/enlepicc/pdf/MessiasBandeira.pdf. Acesso em 23 Abr. 2015.
- CORTEZ, Igor Siqueira, and Gabriel Abreu Madeira. Música e pirataria na universidade: um estudo empírico. ANPEC-Associação Nacional dos Centros de Pós graduação em Economia [Brazilian Association of Graduate Programs in Economics], 2011. Disponível em: Acesso 23 Mar. 2015.
- JARDIM, Lucas Bernasconi. A pirataria de música gravada e a indústria cultural. 2014. Disponível em: www2.unifesp.br/ciencias_sociais/dissertacoes../lucas-jardim-bernasconi. Acesso em: 06 Abr. 2015.
- NAKANO, Davi. A produção independente e a desverticalização da cadeia produtiva da música. Gest. Prod, v. 17, n. 3, p. 627-638, 2010. Disponível em: www.scielo.br/pdf/gp/v17n3/15.pdf. Acesso em 06 Abr. 2015.
- SANTOS, André Pequeno dos. A indústria fonográfica nos tempos da internet: como a pirataria pode modelar novos modelos para a música. [S.l.], v. 18, n. 2, p. 130–149, ago. 2013. ISSN 1981-8920. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/16165>>. Acesso em: 01 Abr. 2015.

4. Compartilhamento de músicas

Mariana Barros Souza

A história da música popular possui um lastro social, cultural e antropológico, configurado, entre outras causas, por grupos sociais e questões de identidade e gênero. Por outro lado, há uma história concomitante e convergente da tecnologia musical (instrumentos musicais, discos, fitas, técnicas de gravação, entre outros) que também se apresenta como elemento estruturante desta evolução. É importante perceber, portanto, que o êxito da música popular está diretamente associado à junção entre o avanço dos sistemas de gravação sonora e a exploração de um determinado estilo musical.

A cultura de massa, nesse contexto, representa um elemento difusor de artistas e cenas musicais, além de corroborar a dinâmica da produção da música popular, que se baseia na diversidade, na segmentação e na popularização.

Por outro lado, na visão do economista David Throsby (2002), é preciso notar também a importância do mercado musical como fator responsável pelo desenvolvimento econômico de alguns países. Isso porque a produção musical gera riqueza por meio de shows, festivais e difusão local e nacional de determinadas culturas. Sendo assim, compreender a música como uma “mercadoria” faz como que deixemos de limitá-la a “expressão cultural” para que passemos a vê-la, também, como um meio de desenvolvimento econômico.

Sendo assim, ao assumir que a música é um produto, com valor monetário, que tem grande importância no desenvolvimento econômico das nações, é preciso atentar-se ao surgimento de uma “nova economia”, baseada em tecnologias de informação e comunicação, nos bens intangíveis e nas indústrias de conteúdo. E, nesse contexto, a circulação de música pela Internet, em diversos formatos digitais (MP3, AAC, WMA etc.), surge para estabelecer um novo padrão de geração de lucros na cadeia de produção musical, delineando uma economia própria e atraindo investimentos distintos.

Como exemplo disso, vale citar que, com o êxito da difusão da música pela Internet, inúmeras empresas alheias ao mercado fonográfico passaram a explorar o segmento, tais como:

- Empresas de refrigerante (a Coca-Cola, por exemplo, lançou um sistema próprio para download de faixas);
- Companhias de informática (a Apple, por exemplo, oferece o serviço iTunes);
- Fabricantes de aparelhos para telefonia móvel (Nokia e Samsung, por exemplo, já oferecem aparelhos com rádio, “tocadores” de MP3 e tecnologia que possibilita realizar o download de músicas a partir da Internet).

Além disso, outras empresas inclusive surgem voltadas especificamente para esse fim, como o caso da Spotify. Como slogan “Music for Everyone” (música para todos), a empresa possui uma base de dados com milhões de músicas que podem ser ouvidas gratuitamente no modo online. Para ouvir às canções quando não há conexão com a internet, o usuário deve pagar uma taxa mensal que é usada para pagamento dos artistas, pelo uso dos direitos autorais de suas músicas. Segundo o criador da marca, desde que começou a operar em 2008, o Spotify já pagou US\$ 2 bilhões à indústria musical. No Brasil, após a chegada do Spotify em 2014, houve uma queda drástica nos downloads ilegais (registrada também em todos os continentes). Segundo uma pesquisa realizada pelo Opinion Box, o hábito de baixar músicas piratas diminuiu 31%. O estudo, que escutou 1.112 pessoas pela internet, diz que 28,2% dos entrevistados ouvem música por meio de plataformas como Deezer, Google Play, Napster, Rdio e Spotify.

Iniciativas nesse sentido devem ser ressaltadas, pois, as grandes gravadoras afirmam que há uma relação direta entre o avanço do compartilhamento de músicas pela Internet e a queda nas vendas de discos. Pautadas nessa justificativa, combatem iniciativas “não-oficiais” da música online (ou seja, aquelas pelas quais circulam músicas protegidas por direitos autorais sem anuência de seus editores).

Segundo Koster (2008), se utilizarmos os Estados Unidos como exemplo e, então, compararmos o desempenho das gravadoras em 1999 e 2000 com seu desempenho nos anos compreendidos entre 2000 e 2007, notaremos que essa indústria sofreu um declínio de 44% nas vendas de discos físicos.

Por outro lado, também é importante notar que o download de arquivos MP3 não é, necessariamente, substituto da compra de discos. O ouvinte pode estar baixando, por exemplo, músicas que ele não encontraria nas lojas ou escutaria em rádios. Além disso, o compartilhamento de músicas pela Internet não tem foco exclusivo em discos recém-lançados, artistas de maior sucesso ou hits comerciais – ou seja, abrange-se uma diversidade de obras, estilos e “culturas musicais” online, que vai além dos repertórios de gravadoras, superando a denominada “cultura fonográfica”.

Mais ainda, deve-se citar que, até o momento, as gravadoras não conseguiram apresentar qualquer estudo ou pesquisa que demonstre a fatídica relação direta entre a queda no consumo de discos e a evolução do número de arquivos de músicas trocados pela Internet. E, ainda, que os discursos de tais organizações têm como base

apenas o aspecto comercial da música, sem considerar a importante difusão cultural e social que pode ser gerada com o compartilhamento de canções.

Para a conclusão deste capítulo, portanto, retoma-se à história do mercado musical, ressaltando que a mesma seguiu o seguinte caminho: até metade do Século XIX, para ouvir música, o ouvinte deveria estar no mesmo ambiente que o músico instrumentista. Com o surgimento dos sistemas de gravação, passou a ser possível fazê-lo em qualquer lugar, desde que se obtivessem músicas gravadas em discos ou fitas. Essa condição possibilitou o surgimento da indústria de gravadoras, as quais tem o objetivo de gravar faixas em mídias suporte e distribuí-las como mercadoria. Porém, a partir do Século XX, novas tecnologias passaram a permitir a disseminação da música de maneira livre e irrestrita por meio da internet, o que nos faz questionar a posição das gravadoras como intermediárias essenciais para distribuição de música.

Assim, temendo pela perda de seu principal negócio – a venda de discos –, as gravadoras procuram por meios legais de reduzir essa crescente interação entre usuários e, conseqüentemente, o montante de músicas trocadas pela rede. Da mesma maneira, músicos e intérpretes também precisam se readaptar à nova forma de consumo de música que emerge no Século XXI, principalmente pelo fato de que as gravadoras deixam de ser tão atraentes no papel de facilitadoras da distribuição de seu trabalho, como eram em um passado recente. Isto porque a internet permite que seus arquivos de áudio sejam disseminados a um custo ínfimo e, ainda, porque os ouvintes estão cada vez mais informados sobre e interessados nesse compartilhamento.

Novas empresas surgem nesse cenário e outras se adaptam a ele, buscando otimizar recursos para todos os integrantes do processo de disseminação musical (músicos, intérpretes, ouvintes, etc.). Como exemplo disso, Koster (2008) resalta que a empresa Apple, por meio do iTunes, faturou 1.4 bilhões de dólares com o download de músicas apenas no ano 2007. Porém, tudo indica que esta ainda é apenas uma nova fase do longo caminho pelo qual o mercado da música passará.

Referências

- BANDEIRA, M. G. A Economia da Música Online: propriedade e compartilhamento da informação na sociedade contemporânea. In: Encontro Latino de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura, 2005, Salvador. Anais do V Encontro Latino de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura, 2005.
- CARACAS JÚNIOR, C. R. A música como bem não rival: A indústria da música no Século XXI. Florianópolis, 2013.
- GODINHO, G. Spotify se consolida como arma contra pirataria. Disponível em: < <http://www.portalsucesso.com.br/noticias/spotify-se-torna-o-maior-player-brasil>>. Acesso em: 03/04/2015.
- KOSTER, Alexis. The Emerging Music Business Model: Back to the Future? Journal of Business Case Studies, Outubro 2008, volume 4, nº10. San Diego University, EUA.
- SPOTIFY. Sobre nós. Disponível em: < <https://www.spotify.com/br/about-us/contact/>>. Acesso em: 03/04/2015.
- THROSBY, D. The music industry in the new millennium: global and local perspectives. Paris: Division des arts et des entreprises culturelles, UNESCO, 2002.

5. Especificidades em Direito Autoral: uma comparação entre o Brasil e países desenvolvidos

Maria Angélica Oliveira Luqueze

Introdução

O Ecad (Escritório Central de Arrecadação e Distribuição) é uma instituição privada, sem fins lucrativos, instituída pela lei 5.988/73 e mantida pela Lei Federal 9.610/98 e 12.853/13. Seu principal objetivo é centralizar a arrecadação e distribuição dos direitos autorais de execução pública musical.

A administração do Ecad é feita por nove associações de gestão coletiva musical, que representam milhares de titulares de obras musicais (compositores, intérpretes, músicos, editores nacionais e estrangeiros e produtores fonográficos) filiados a elas. O Ecad possui uma ampla cobertura em todo o Brasil, com sede na cidade do Rio de Janeiro, 34 unidades arrecadoras próprias localizadas nas principais capitais e regiões do país, 46 escritórios de advocacia terceirizados e 76 agências credenciadas que atuam, especialmente, no interior do país.

Nos últimos cinco anos, a distribuição de direitos autorais cresceu 160%, beneficiando, cada vez mais compositores e artistas. Estes resultados só puderam ocorrer devido às estratégias bem sucedidas de arrecadação, como a conscientização dos usuários de música, o aumento da capilaridade do Ecad no país, a maior presença no interior dos estados, o crescimento da recuperação de usuários inadimplentes, além da assinatura de novos contratos com usuários de grandes redes. A evolução tecnológica também foi um dos principais fatores para o alcance dos recordes de arrecadação e distribuição de direitos autorais. Nos últimos cinco anos, o Ecad investiu mais de R\$ 20 milhões em soluções tecnológicas, desenvolvidas pela sua própria

equipe de Tecnologia da Informação, conferindo eficiência e agilidade às atividades de todas as áreas da instituição.

Como funciona a gestão coletiva e o trabalho do Ecad

No Brasil, o Ecad é a instituição responsável pela proteção dos direitos autorais de execução pública de obras musicais tanto nacionais quanto estrangeiras. As associações que o compõem mantêm contratos de representação com várias sociedades congêneres em todo o mundo, garantindo aos titulares estrangeiros os seus respectivos direitos autorais quando da utilização de suas músicas no Brasil. O mesmo ocorre com titulares brasileiros quando suas músicas são executadas publicamente nesses países. No entanto, é importante lembrar que tais contratos são firmados diretamente pelas associações de gestão coletiva musical e são elas as responsáveis pelo repasse dos valores arrecadados no exterior aos seus titulares filiados, não havendo ingerência do Ecad nessas relações internacionais.

É importante frisar que, no momento em que o titular de música se filia a uma associação, ele a torna sua mandatária para a prática de todos os atos necessários à defesa de seus direitos autorais. Consequentemente, o Ecad, por ser o escritório central criado pelas associações para este fim, se torna o representante dos titulares para efetuar a cobrança e a distribuição dos direitos autorais. Sendo assim, é importante esclarecer que o Ecad só representa os titulares filiados a uma das associações que o compõem.

Toda pessoa ou empresa que utiliza músicas publicamente deve solicitar uma autorização ao Ecad. Essa autorização deve ser solicitada previamente ao uso da música e é fornecida através do pagamento da retribuição autoral, após quitação do boleto bancário emitido pelo Ecad.

De acordo com a Lei Federal 9.610/98, somente o autor tem o direito de utilizar, fruir e dispor de sua obra, bem como autorizar ou proibir a sua utilização por terceiros, no todo ou em parte, por qualquer meio ou processo. Por esse motivo, promotores de shows/eventos, rádios, TVs, exibidores cinematográficos, estabelecimentos comerciais que façam a sonorização do ambiente através de rádio, TV, CDs e DVDs, entre outros, devem pagar direitos autorais pelas músicas que são utilizadas publicamente.

Dos valores arrecadados, 77,5% são repassados aos titulares filiados e 6,89% às associações integrantes para as suas despesas operacionais. Ao Ecad, são destinados os 15,61% restantes para a administração de suas atividades em todo o Brasil. O Ecad distribui os valores arrecadados para as associações para que estas realizem o devido repasse dos valores aos seus artistas filiados.

Para que os artistas possam receber seus direitos autorais de execução pública musical são necessárias algumas regras básicas:

- ser filiado a uma das 9 associações que compõem o Ecad;
- ter o repertório musical cadastrado e constantemente atualizado na sua associação;
- ter a música executada e captada pelo Ecad;
- o usuário onde a música foi executada deve pagar direitos autorais ao Ecad;
- a rádio onde a música tocou deve enviar as planilhas com a sua programação musical ao Ecad;
- no caso de shows, o organizador/promotor deve enviar ao Ecad o roteiro com as músicas tocadas durante o evento.

No caso dos direitos autorais relativos às obras musicais, foram os próprios compositores que lutaram para a criação de uma normatização para a arrecadação e distribuição dos direitos autorais por execução pública musical. Eles perceberam que havia a necessidade de se organizarem para serem remunerados pelas suas criações, que eram utilizadas sem permissão, em qualquer local público.

No Brasil, as sociedades de defesa de direitos autorais surgiram no início do século XX. Estas associações civis, sem fins lucrativos, foram na sua maioria fundadas por autores e outros profissionais ligados à música, e tinham como objetivo principal defender os direitos autorais de execução pública musical de todos os seus associados.

Já em 1917, foi fundada a Sociedade Brasileira de Autores Teatrais (que posteriormente passou a se chamar Sociedade Brasileira de Autores) - SBAT, que no início era integrada somente por autores de teatro, mas que, com o passar do tempo, também permitiu a associação de compositores musicais.

O Ecad é responsável apenas pela arrecadação e distribuição dos direitos autorais de execução pública musical, não sendo de sua competência a autorização para gravação, regravação ou utilização de obras musicais de titulares em suportes materiais; tampouco o combate à pirataria de CDs e DVDs (cuja responsabilidade é da ABPD - Associação Brasileira dos Produtores de Disco - e da Polícia Federal); bem como as questões relativas à profissionalização do músico e divulgação de obras musicais em veículos de comunicação, tais como rádio, TV, internet e outros também não fazem parte das atribuições do Ecad.

A interação do direito autoral musical no Brasil e demais países

Um dos principais projetos da CISAC (Confederação Internacional das Sociedades de Autores e Compositores), que congrega 231 sociedades de autores em 121 países, é o denominado CIS (*Common*

Information System), que tem como objetivo codificar e promover o intercâmbio de informações sobre obras musicais no mundo inteiro, seguindo um mesmo padrão e conectado através de uma rede local do órgão internacional.

Lançado em 1997, o CIS consiste em um Sistema de Informação Comum envolvendo várias comissões regionais da confederação, denominadas Agências Regionais, dentre elas, a da Europa, África e América Latina, que disponibilizam as informações de seus bancos de dados, para facilitar a identificação das obras musicais por outras sociedades de autores, em qualquer parte do mundo. Estas obras estão codificadas através do ISWC (*International Standard Musical Work Code*), código padrão internacional da obra musical.

O Ecad participa como Comitê Regional Local para a codificação, representando o Brasil e as nove associações de música que o compõem. Investindo pesadamente em tecnologia, para ratificar a sua política de transparência e qualidade de informação, o Ecad passou a integrar o Projeto CIS ao disponibilizar para consulta todo seu banco de dados de obras musicais codificadas pelo ISWC. A nova versão do Brasil EcadNet disponibiliza mais conteúdo, tem novo visual, utiliza técnicas mais modernas para pesquisa de informações e é compatível com dispositivos móveis como *smartphones* e *tablets*. De aproximadamente 700 mil obras cadastradas anteriormente, o Ecad agora alcança a marca de pouco mais de 1 milhão de obras musicais inseridas no site.

O CISAC e outros órgãos relevantes

CISAC (Confederação Internacional das Sociedades de Autores e Compositores) é um órgão “guarda-chuva” para as sociedades de direitos autorais dos autores e criadores de todo o mundo.

A instituição assinou acordos de representação recíproca com mais de 50 sociedades de autores de música ao redor do mundo com a finalidade de proteger os direitos dos compositores e autores em territórios alheios. Com este arranjo, por exemplo, administra na Malásia não apenas os direitos dos seus próprios membros locais, mas também os direitos dos compositores e autores de outras partes do mundo.

O registro internacional da música

O crescimento da internet como mecanismo de entrega de música na última década tem desafiado a arquitetura de gerenciamento de direitos de música. Faz-se necessário torná-lo mais rápido, mais fácil, e mais simples para aqueles que atuam em serviços jurídicos para descobrir quem é o dono de direitos na música - e não apenas em países desenvolvidos, mas em todo o mundo. Isso aponta para a necessidade de um sistema internacional que 'una' os sistemas de gerenciamento de direitos diferentes dos atualmente em uso em vários países. Um registro exato de informações sobre obras musicais é um bem público essencial que apoiará um ecossistema saudável para música digital.

Como uma fonte confiável de informação sobre os direitos diferentes em vários territórios, um registro internacional da música seria fundamental para o desenvolvimento de um mercado digital saudável e equilibrado para conteúdo criativo. Mecanismos poderiam ser implantados para ajudar proprietários a comercializar suas criações e permitir aos usuários a rapidamente localizar e pagar pelo conteúdo que desejam usar.

O apelo de pirataria e uso não autorizado seria reduzido em toda a cadeia de valor. Esta ferramenta de informação facilitaria todos os tipos de modelos de negócios, enquanto são baseados em conteúdos que podem ser precisamente identificados e assim acessados e remunerados de forma segura e rápida.

É fundamental, no entanto, ter muito boa experiência na prestação de serviços em matéria de registro IP (*internet protocol*), tais como patentes de cooperação, envolvendo o gerenciamento de grandes quantidades de dados; conhecimento dos prazos rigorosos, usando múltiplos idiomas e uma grande ênfase na confidencialidade das informações comercialmente valiosas.

Universalidade, neutralidade, confiabilidade e eficiência estão definindo as características para a proteção de direitos musicais. O resultado do diálogo das partes interessadas conduzirá a uma arquitetura mais transparente, inclusive que operaria em benefício de todos os envolvidos.

Referências

ECAD, Quem somos. Disponível em: < <http://www.ecad.org.br/pt/quem-somos/oEcad/Paginas/default.aspx> >. Acesso em: 09/04/2015.

International Confederation of Societies of Authors and Composers (CISAC). Disponível em <<http://www.macp.com.my/affiliated-societies.htm>>. Acesso em 09/04/2015.

International Music Registry . Disponível em : <http://www.wipo.int/imr/en/> Acesso em 09/04/2015.

List of countries and their copyright terms, the lengths of their standard copyrights, in years. Disponível em: <http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_countries%27_copyright_lengths>. Acesso em 09/04/2015.