

Interesses e propriedade: algumas vozes do campo da cultura brasileira

Rafael Cruz, Rosimeri Silva, Marcio Rodrigues

Universidade Federal de Rio Grande, Universidade Federal de Pelotas

mrs@vetorial.net, marciosilvarodrigues@gmail.com

Resumo

O presente artigo parte do estranhamento gerado pela utilização do termo pirataria para todo e qualquer tipo de reprodução não autorizada. O artigo busca entender a relação entre os valores e os interesses relacionados a duas modalidades de propriedade, direitos autorais e propriedade intelectual. Por interessar-se na representação coletiva, ideia geral ou ideologia dominante associadas

ao assunto, utiliza-se de notícias da imprensa como fontes documentais para análise dos valores e interesses de três grupos envolvidos nas discussões sobre o tema: a indústria cultural, o governo e os artistas/produtores. Por fim, realiza uma síntese da comparação entre os valores defendidos e os interesses manifestos (ou velados) dos grupos.

Palavras-chave: Propriedade. Direitos autorais. Propriedade intelectual. Mercado. Empresarização.

Interests and propriety: some voices of brazilian cultural field

Abstract

This article originates of the strangeness generated by using the term piracy for any type of unauthorized reproduction. The article try to understand the relationship between values and interests related to two forms of propriety, copyright and intellectual property. For an interest in the collective representation, the general idea or dominant ideology associated

with the subject, uses of media reports as documentary fonts for analysis of values and interests of three groups involved in discussions about the topic: the culture industry, government and artists / producers. Finally, performs a synthesis of the comparison between the values defended and the interests manifests (or hidden) of the groups.

Keywords: Propriety. Copyright. Intellectual property. Market. Enterprisation.

DESDE a época das grandes navegações não se ouvia falar tanto em pirataria como nos dias atuais: cópias ilegais de *software*, transferências não autorizadas de músicas e filmes, falsificações de bolsas, sapatos, relógios e até medicamentos. Todos estes casos são tratados correntemente pelo termo “pirataria”. Entretanto, a comparação entre os ataques sofridos pelos navios mercantis há séculos atrás e a “pirataria moderna” revela uma diferença básica. Enquanto no primeiro caso existe o roubo efetivo, ou seja, expropriação de bens, no segundo o que ocorre é a reprodução não autorizada. Dessa forma, o que diferencia as duas situações é, em última análise, a natureza da propriedade. A pirataria original tinha como alvo a propriedade privada de bens, a pirataria atual infringe os direitos das empresas sobre suas marcas, patentes, registros, enfim, sobre as ideias das quais tais organizações detêm a “propriedade intelectual”.

Segundo a Organização Internacional da Propriedade Intelectual (WIPO, na sigla em inglês), a propriedade intelectual refere-se a criações da mente: invenções; trabalhos literários e artísticos; e símbolos, nomes, imagens e *designs* usados no comércio. Ainda segundo a organização, a propriedade intelectual divide-se em duas categorias. A primeira é a propriedade industrial e contém as patentes, marcas registradas e desenhos industriais. Além desta, a segunda categoria é a dos direitos autorais e inclui trabalhos artísticos (romances, filmes, músicas, pinturas, fotografias, etc.), bem como desenhos arquitetônicos. Os direitos autorais incluem ainda os direitos dos artistas sobre suas performances, das gravadoras sobre suas gravações e dos transmissores de rádio e televisão sobre seus programas. Especificamente sobre os direitos autorais, o ECAD (Escritório Central de Arrecadação e Distribuição) define-os como um “conjunto de prerrogativas conferidas por lei à pessoa física ou jurídica criadora da obra intelectual, para que ela possa gozar dos benefícios morais e intelectuais resultantes da exploração de suas criações” e descreve sua divisão em direitos morais (laços intransferíveis que unem o autor à sua criação) e direitos patrimoniais (referentes à utilização econômica de obras intelectuais que podem ser transferidos ou concedidos a terceiros).

Embora apresente peculiaridades próprias, a propriedade intelectual é, como a propriedade de bens móveis e imóveis, um tipo de propriedade privada (como o próprio ECAD destaca, apontando sua previsão na Constituição Federal). E a

propriedade privada é um conceito tão arraigado em nossa sociedade que beira a naturalização, sendo, por isso, poucas vezes questionada. Proudhon (1988) é autor de uma das primeiras e mais emblemáticas análises críticas do conceito de propriedade. Apesar de não conseguir realizar seu objetivo – a abolição da propriedade privada – o autor consegue destrinchar o conceito, apresentando quais as ideias fundamentais que sustentam o direito à propriedade privada e demonstrando porque, em sua perspectiva, as mesmas não passam de falácias para a manutenção de uma situação que permite a exploração de muitos (aqueles que pouco ou nada têm) por alguns poucos (proprietários de terras e meios de produção). No momento em que a propriedade intelectual é amplamente defendida (e desrespeitada na mesma medida), colocando em cena uma das poucas discussões que ousam tocar naquilo que Solé (2004) considera um dos pilares do mundo empresa, parece oportuno evidenciar os argumentos utilizados pelos diferentes grupos participantes dessas discussões. Pretende-se, portanto, neste artigo identificar, através de material coletado na mídia, os diferentes grupos envolvidos no debate e os fundamentos de seus argumentos.

Método

Busca-se aqui identificar manifestações cotidianas dos fundamentos da propriedade intelectual e, com um interesse maior, de certa modalidade de propriedade intelectual: os direitos autorais. É importante explicitar duas escolhas feitas pelos autores para a realização deste estudo. A primeira escolha relaciona-se com o entendimento de que hoje se vive em um mundo eminentemente empresarial (SOLÉ, 2004), no qual as ideias fundamentais decorrem cada vez mais de ideologização do que de fundamentação teórica bem elaborada. Neste mundo moderno, empresarial, “o conjunto das ideias e dos fundamentos comuns” da sociedade, como Dumont (2000, p. 19) chama a ideologia, apresenta uma confusão “entre direito e fato, entre moralidade e direito institucionalizado, entre justiça e tirania, entre público e privado” (DUMONT, 2000, p. 26). E tal ideologização manifesta-se justamente nas expressões cotidianas, no entendimento médio que se tem sobre qualquer tema, naquilo que mesmo sem

discussão é considerado consenso. A segunda escolha (predileção por questões relativas aos direitos autorais) decorre da primeira, já que se entende que este tipo de propriedade intelectual, assim como a violação do mesmo, encontra-se muito mais próximo dos indivíduos em geral do que a propriedade intelectual no seu sentido amplo.

A maneira como este estudo organiza-se decorre predominantemente de um interesse pelo tema abordado e pelo estranhamento causado pelo uso do termo pirataria para a violação de propriedade intelectual e direitos autorais. Este “estranhamento” orientou a observação da forma como o assunto aparecia na imprensa ao longo de um período de aproximadamente três meses (setembro a novembro de 2008). Tal observação não significou uma busca ativa pelo tema em notícias, mas sim por um olhar atento em relação ao aparecimento do mesmo e o conseqüente registro e arquivamento de materiais, resultando na construção progressiva de um “dossiê de imprensa”¹ com a intenção de encontrar nestas manifestações o retrato da “ideia geral” ou “representação coletiva” que a sociedade tem dele. Subsidiariamente, artigos e notícias de períodos anteriores foram buscados quando se sentiu a necessidade de uma quantidade maior de posicionamentos sobre temas específicos.

Durante a elaboração desse dossiê, observou-se que as posições apresentadas sobre o tema poderiam ser divididas em três grandes grupos. O primeiro é o mundo empresarial que lida com propriedade intelectual (predominantemente a indústria cultural e os setores de tecnologia da informação), acompanhado pelas organizações setoriais que representam seus interesses. O segundo grupo

1) Elaborado com o intuito de privilegiar as diversas vozes presentes no campo em questão, o “dossiê de imprensa” foi composto por cerca de quinze (15) textos/discursos (legislações, reportagens, artigos, entrevistas, programas de televisão), coletados das mais variadas fontes, tais como: o Governo Federal, a Organização Internacional da Propriedade Intelectual (WIPO), o Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (ECAD), a Associação Brasileira de Direito Autoral (ABDA), a Associação de Defesa da Propriedade Intelectual (ADPI), a Agência Brasil de notícias, o Jornal Folha de São Paulo, o portal de notícias G1, o site de tecnologia Webinsider e o programa de televisão Happy Hour (exibido pelo canal GNT). Outrossim, afora a limitação temporal, é importante ressaltar que as considerações gerais sobre o número de textos selecionados, assentaram-se na perspectiva de Bauer e Gaskell (2003), isto é, na ideia de que a quantidade material coletada deve cessar à medida que mais materiais não melhorarem necessariamente a qualidade ou a compreensão sobre o tema e o objetivo proposto.

contém o governo nas esferas executiva, legislativa e judiciária. Por fim, o grupo daqueles que produzem as ideias protegidas e regulamentadas pelas leis de propriedade intelectual (artistas, cientistas, trabalhadores do conhecimento). Para análise, buscou-se identificar nas falas destes diferentes grupos os pontos de congruência e divergência com aquilo que o próprio sistema afirma ser o motivo do estabelecimento dos direitos autorais: o reconhecimento moral e intelectual dos autores.

Porém, antes de proceder à análise e discussão dos dados, é importante fazer algumas considerações sobre o contexto no qual os mesmos estão contidos. Primeiramente, é relevante tentar especificar a formação desta “ideologia moderna” que se quer mostrar manifesta nas discussões sobre direitos autorais, bem como os valores que compõem a mesma. E, então, os desenvolvimentos ocorridos na indústria cultural e suas conseqüências, pois a crise enfrentada pelo setor é o principal motivo de seu recente movimento exigindo respeito aos direitos autorais.

A centralidade da categoria econômica

Segundo Dumont (2000), a ideologia moderna está diretamente ligada à economia e, portanto, à ideologia econômica. O autor aponta o individualismo e a autonomização da esfera econômica como os pontos básicos na diferenciação entre as sociedades modernas e as sociedades tradicionais. O fato de a esfera econômica separar-se da política, que, por sua vez, diferenciara-se da esfera religiosa, relaciona-se com a ascensão da riqueza mobiliária como a forma superior e autônoma de riqueza. Essa riqueza de valores móveis culmina com a maior valorização das relações de homens com coisas do que das relações entre os homens. As coisas (elevadas à categoria de riqueza superior) tornam-se as intermediárias de todas as relações intersubjetivas ou, pelo menos, das relações consideradas importantes.

Esta realidade mediada por “coisas” é própria das economias de mercado. Polanyi (1980) descreve como o mercado (a arena na qual a riqueza se torna móvel através das mercadorias e, principalmente, do dinheiro) “evoluiu” de mercado

internacional (voltado à satisfação de necessidades às quais as localidades não podiam suprir) a mercado municipal ou local (que atendia as aldeias, mas era mantido estritamente separado das mesmas), depois como mercado nacional ou interno (gerado pelo mercantilismo e unificação das nações europeias, com forte intervenção estatal) para, enfim, culminar no mercado auto-regulável. Os três estágios iniciais do desenvolvimento do mercado caracterizam-se pelo controle, primeiro, nas cidades, pela força da tradição e do costume e, depois, pelos Estados através da regulamentação formal, para que se evitasse o monopólio e a competição. O mercado auto-regulável, totalmente autônomo, se dá através da transformação do trabalho, da terra e da riqueza (na forma do dinheiro) em mercadorias comercializáveis. Dessa forma a sociedade existe em função do mercado, com as pessoas e suas vidas (o trabalho), juntamente com a natureza (a terra e seus frutos) colocados, por meio do poder (do dinheiro), a serviço do mercado (como mercadorias).

Anteriormente, portanto, a riqueza era baseada na propriedade imóvel e o mercado era apenas um componente da totalidade social e encontrava-se controlado pela mesma. A ascensão do mercado passa pela transformação da riqueza imóvel em riqueza móvel, assumindo a forma de mercadorias que são trocadas com a mediação do dinheiro. A intensificação desse movimento de “desmaterialização da economia” e a consolidação do mercado financeiro marcam também o momento no qual as empresas capazes de transformar ideias e informações em mercadorias adquirem grande relevância. Por isso a propriedade intelectual é um tema tão caro ao sistema. É ela que regulamenta (e viabiliza) a operação dessas empresas tão bem adaptadas a um mercado eminentemente imaterial.

Esta importância última adquirida pelo mercado financeiro e pela economia globalizada é vista por Santos (2003) como um movimento carregado de violência e perversidade. Um sistema no qual tudo é colocado a serviço do mercado através do dinheiro, da técnica e da ideologização. Segundo ele, “as ideias e, sobretudo, as ideologias se transformam em situações, enquanto as situações se tornam em si mesmas ‘ideias’, ‘ideias do que fazer’, ‘ideologias’ e impregnam, de volta, a ciência” (SANTOS, 2003, p.53). Esse “mecanismo” pelo qual o mercado conquista todas as esferas sociais pode ser relacionado ao

processo de racionalização próprio da modernidade ocidental, no qual os tipos de racionalidade weberianos mais do que se enfrentarem, combinam-se para legitimar e institucionalizar uma visão de mundo. Uma determinada constelação de valores (hoje, os valores da empresa) é organizada e tornada coesa através de processos de racionalização teórica (hoje, a ciência e a técnica) e, então, o conteúdo desses valores orienta os processos de racionalização da racionalidade subjetiva (KALBERG, 1980).

Os processos de racionalização, entretanto, encontram a maioria de suas motivações em interesses. E, para que tais processos possam se estabelecer é necessário a sua legitimação no nível dos valores. Essa necessidade de congruência parece ser o fator que acirra as discussões atuais sobre direitos autorais. Os valores básicos que sustentam o argumento do direito autoral (reconhecimento moral e intelectual dos autores) não parecem suficientes ou, melhor, não se encontram em sintonia com os interesses, predominantemente econômicos, que buscam atender.

Os direitos autorais são importantes, principalmente, para o setor da economia que Adorno e Horkheimer denominaram indústria cultural. Mais do que um ramo de negócios que trabalha com cultura, ela é uma ferramenta pela qual o sistema capitalista apropria-se de elementos da cultura que são então massificados como mercadorias destinadas ao entretenimento e pacificação da população. É, ao mesmo tempo, um agente e um reflexo da ideologia moderna (econômica). Mas não deixa de ser um negócio e precisa, portanto, ser economicamente viável para manter-se. Devido a isso, o desenvolvimento deste setor demanda de forma cada vez mais intensa que se respeitem os direitos autorais.

Nas palavras de Chauí (2006, p29), a indústria cultural

separa os bens culturais por seu suposto valor de mercado: há obras “caras” e “raras”, destinadas aos privilegiados que podem pagar por elas, formando uma elite cultural; e há obras “baratas” e “comuns”, destinadas à massa. Assim, em vez de garantir o mesmo direito de todos à totalidade da produção cultural, a indústria cultural introduz a divisão social entre elite “cultura” e massa “inculta”.

Anteriormente, a indústria cultural encontrava-se em uma situação de quase monopólio sobre a produção, reprodução, distribuição e comercialização de produtos culturais. Em parte, esse domínio era garantido pelos altos custos envolvidos no processo e, nessa situação, os direitos autorais serviam basicamente como instrumento de regulação da atividade destas empresas (determinando quais empresas possuíam os direitos sobre quais itens) e da arrecadação e repasse de lucros aos autores. Hoje esse setor enfrenta uma crise decorrente dos avanços tecnológicos que tornaram todo o processo muito mais barato e acessível. Para Santaella (2005), a aproximação da mídia e da cultura é inevitável e tende a ficar mais acentuada. Quando a publicidade reivindica para si o *status* de arte, fica difícil traçar a linha que separa cultura e mercado.

A revolução digital, entretanto, trouxe para o alcance de produtores, artistas e, praticamente, qualquer um os mesmos meios antes exclusivos da indústria. A capacidade de produzir, editar, distribuir e mesmo comercializar produtos culturais de um artista isolado tem hoje um alcance quase tão grande quanto o das empresas do setor. Esse desenvolvimento pode inviabilizar o negócio dessas empresas justamente porque tem o poder de fazer com que a cultura deixe de ser um negócio. Artistas e público podem se relacionar diretamente, sem ter de remunerar um intermediário. Nesse tipo de relação, apesar de atendidos valores como o reconhecimento moral e intelectual dos autores, parece não haver espaço para o atendimento dos interesses comerciais da indústria. É sob a luz desse conflito que serão analisadas as posições dos diferentes grupos colhidas na imprensa.

Os interesses privados

A indústria, na maioria de suas alegações, parece não perceber (ou preferir ignorar) que há duas frentes contra as quais se posiciona quando defende os direitos autorais. Existe uma indústria paralela, a indústria pirata, especializada na reprodução e venda de álbuns de música, registros de shows, filmes, programas de computador e jogos eletrônicos. E há outra, formada basicamente por usuários interessados na troca gratuita desses mesmos artigos através da

Internet. As empresas encaram os dois casos da mesma maneira, alegando que sofrem prejuízos com as vendas não realizadas, que enfrentam concorrência desleal uma vez que seus concorrentes piratas não estão sujeitos à tributação e também não precisam recolher direitos autorais e, ainda, que ambos os grupos agem ilegalmente.

Quando não fazem essa distinção, as empresas estão cometendo um erro. A maioria das legislações sobre direito autoral, inclusive a brasileira, reconhecem certos usos não autorizados para finalidades como o uso didático ou sem fins lucrativos. É o que a lei brasileira chama de “Limitações aos direitos do autor”, alertando, porém, para a obrigatoriedade do direito de citação (direito moral) (BRASIL, 1998). Agindo dessa maneira, as empresas acabam por criminalizar, sem razão, potenciais clientes que alegam estar perdendo para a pirataria.

Independentemente da validade das alegações de ilegalidade feitas pela indústria, seus argumentos não variam muito. No dia 21 de outubro de 2008, em notícia publicada na edição online do jornal O Globo, a Microsoft anuncia a criação do “Dia Mundial de Conscientização Antipirataria” (sim, nos mesmos moldes de um Dia Mundial de Conscientização Sobre o Câncer). A iniciativa tem por objetivos a promoção de ações educativas e legais para o combate à comercialização de *softwares* falsificados. A matéria termina com dados da empresa estimando um prejuízo econômico global de cerca de US\$ 50 bilhões no ano.

Já a Associação Brasileira de Direito Autoral (ABDA), em reportagem da edição online da revista Info Exame, alega que copiar livros, filmes e músicas da Internet é crime. Reconhece, entretanto, que a lei não determina punições para esse tipo de usuário. O presidente da entidade diz que quem pratica esse tipo de atividade não entende que está prejudicando os artistas e precisa se conscientizar para que ocorra o mesmo que acontece nos países mais intelectualizados nos quais a pirataria é baixa. Além de falhar em reconhecer que os países mais “intelectualizados” são, em resumo, países ricos e que os menos “intelectualizados” são nações pobres, o presidente da ABDA propõe a adoção na Internet do mesmo sistema usado nas rádios e televisões, no qual não é o usuário quem recolhe o direito autoral, mas a empresa. Mais uma vez, confundem-se situações na qual há utilização comercial de material protegido

por direito autoral com casos no qual a troca é gratuita e não lucrativa. Como a própria associação reconhece, o segundo caso não pode ser punido legalmente.

Engrossando o mesmo coro, a Associação de Defesa da Propriedade Intelectual diz, em matéria da Agência Brasil, que a pirataria causa prejuízos anuais de 198 milhões de reais à indústria audiovisual e que, por ano, o país deixa de arrecadar mais de 27 bilhões de reais em tributos. Aparece aqui a insinuação de que os prejuízos causados pela pirataria e pela reprodução não autorizada (distinção que nunca é feita) são de todos. As quantias que as empresas alegam deixar de arrecadar representariam uma ameaça à sociedade e à ordem das coisas. Sim, querem fazer acreditar que os valores dos quais empresas privadas deixam de se apropriar na forma de lucros são perdas para a sociedade. Não se fala sobre as margens de lucro dessas empresas, sobre os preços dos produtos ou sobre o nível de renda da população. Da mesma forma, nenhuma entidade de classe se dispõe a calcular os benefícios gerados pelo acesso a esses produtos culturais. Um acesso que, não fosse a ação da pirataria, talvez se visse barrado.

Desses exemplos pode-se tirar o resumo da posição da indústria sobre o tema. A caracterização é sempre a de um crime, mesmo nos casos em que a legislação estabelece o contrário. Todo disco pirata, arquivo copiado, etc. é um prejuízo calculado sobre uma venda que aconteceria não fosse a pirataria, não importa qual seja o preço praticado pela empresa e qual a capacidade de compra da população. A crise não representa, em nenhum momento, sinal de problemas na forma como o sistema está organizado. Os argumentos são sempre econômicos, monetários, dizem respeito somente aos direitos patrimoniais. E os direitos patrimoniais só se aplicam a situações comerciais, diferentemente dos direitos morais, que são a base do direito autoral, sendo inalienáveis e intransferíveis.

Os interesses públicos

Outro ator, além da indústria, que aparece recorrentemente na imprensa apresentando argumentos sobre a propriedade intelectual e os direitos autorais é o Estado. Não apenas o governo brasileiro, mas também, os governos dos países mais industrializados do mundo vêm a público defender o fim da pirataria,

demonstrar os prejuízos causados às suas economias e aos cofres públicos e exigir punições àqueles que causam prejuízos a empresas lá instaladas. De maneira geral, a posição dos governos está alinhada às empresas, trocando apenas o interesse na obtenção de lucros das últimas pelo interesse na arrecadação de impostos dos primeiros.

Por exemplo, na edição online do jornal A Folha de São Paulo de 13 de setembro de 2007, o Ministério da Justiça diz que no Brasil deixam de ser arrecadados 30 bilhões de reais por ano e coíbe-se a formação de dois milhões de postos formais de trabalho devido à pirataria. O secretário-executivo do órgão e presidente do Conselho Nacional de Combate à Pirataria e Delitos contra a Propriedade Intelectual (CNCP) chega a afirmar que a pirataria é o “crime do século XXI”, movimentando menos dinheiro apenas do que tráfico de drogas.

Em artigo do portal de notícias G1, um documento do G8 (os sete países mais ricos do mundo acompanhados da Rússia) estabelecendo colaboração com o G5 (Brasil, Índia, China, México e África do Sul) contra a pirataria, encontra-se a afirmação de que “a ciência, a pesquisa e as inovações formam a base da prosperidade econômica das nações”. Mais uma vez, conhecimento e inventividade humanos são colocados a serviço do mercado e o desenvolvimento das nações é reduzido ao seu componente econômico.

Todas as afirmações do governo, sejam elas declarações de representantes eleitos ou de órgãos de outras esferas, orbitam em torno desse mesmo tipo de alegações apresentadas nos exemplos acima. Há uma concentração da discussão em torno da pirataria industrial e vários acordos internacionais e iniciativas internas de combate à pirataria. Talvez por sua obrigação de ater-se à legislação que ele mesmo instituiu, o governo pouco ou nada fala a respeito do que a indústria chama de pirataria, mas que não passa de reprodução não autorizada, conforme a lei estabelece. Por outro lado, os órgãos governamentais também não fazem declarações esclarecendo que não há punição legal prevista para a utilização individual e sem fins comerciais de material protegido por direito autorial.

Além disso, mantendo essa sua posição claudicante, é notável que as falas provenham, predominantemente, daqueles órgãos relacionados com os valores econômicos e empresariais (Ministério da Fazenda, Receita Federal, Ministério do Trabalho, etc.). A pirataria é retratada sempre como uma ameaça à arrecadação

de impostos, à criação de postos de trabalho assalariado, à competitividade da indústria nacional, ao desenvolvimento econômico, etc. Os órgãos ligados à ciência, tecnologia, educação e cultura parecem nada ter a dizer sobre o assunto. A pirataria é um problema econômico, empresarial. O conhecimento, as ideias, enfim, a cultura é tratada de tal forma que não passa de produtos ou matérias-primas a serviço do atual sistema de produção.

Os interesses individuais

Praticamente esquecidos no meio de toda essa discussão, encontram-se os representantes daquele grupo que deveria ser o principal beneficiado pelas leis de direito autoral. Os autores: músicos, pesquisadores, escritores, pintores, cientistas, atores, diretores, roteiristas, enfim, profissionais do conhecimento, das ideias. Sua atividade está na base daquilo que o direito autoral protege, o direito do autor sobre sua obra, e é a escolha deles que autoriza ou não a utilização comercial, direta ou indiretamente, das mesmas através de seus direitos patrimoniais. Sendo a razão de ser daquilo que o próprio sistema afirma como objetivo dos direitos autorais (garantia dos benefícios morais e intelectuais da exploração de suas obras) é revelador que tenham sido praticamente ignorados pela indústria e pelo governo nas notícias analisadas até agora.

Não chega a ser surpreendente imaginar que a ausência destes nos argumentos já apresentados deva-se ao fato de suas posições às vezes irem de encontro àquelas sustentadas pela indústria e pelo Estado. Por exemplo, em matéria da agência internacional de notícias EFE, artistas ingleses planejam a organização de um grupo de pressão cujo estatuto questiona acordos feitos entre gravadoras e empresas de tecnologia para vender músicas em formato digital. Eles alegam que não participaram dessas negociações e que seus interesses provavelmente não tenham sido considerados da maneira adequada. Ou seja, seu desejo de obter maior controle sobre suas obras e de serem remunerados pelas mesmas em termos que considerem justos os contrapõem às empresas. Qualquer melhoria para os artistas nessa relação significará diminuição de controle e de lucros das empresas.

Os artistas também questionam a sede de arrecadação demonstrada pelos governos. Em sua participação no programa Happy Hour (em uma edição dedicada ao tema) de 22 de outubro de 2008, o cantor Fagner conclui, discutindo opções para minimizar o problema da pirataria, que a luta dos artistas hoje deva ser concentrada na diminuição de impostos para garantir um preço competitivo frente ao praticado pelos produtores de cópias piratas.

Considerando as duas alegações, os artistas sabem que o custo para reprodução de suas obras é pequeno e, comparando o preço dos produtos originais às parcelas referentes aos direitos autorais que recebem, percebem que as empresas e o governo ficam com a maior parte dos ganhos. Os produtores parecem já ter notado que a pirataria não é causa do problema, mas uma consequência dele. O aumento da oferta e a facilitação do acesso às suas obras não é traumático para eles, eles apenas demandam que as empresas e os governos façam as adaptações necessárias para adequação a essa mudança.

Alguns artistas respondem a essa inércia das empresas e dos governos com inovações próprias. Em texto para O Globo, Nelson Motta aborda a revolução iniciada pelo “tecnobrega” de Belém, no Pará. Ele afirma que o mesmo, mais do que um gênero musical é um modelo de negócios próprio da era digital. Os artistas, reconhecendo que a forma de ganhar dinheiro está nos shows, estabelecem a pirataria de si mesmos, produzindo com baixos custos cópias de seus discos para popularizar suas músicas e garantir o faturamento com as apresentações ao vivo. Esse mesmo fato pode ser visto nos novos contratos que estão sendo firmados entre grandes artistas e produtoras. Os chamados contratos de 360 graus incluem, além da gravação e distribuição de discos, o licenciamento da imagem e das obras do artista para publicidade e os shows. A venda de música não é lucrativa no mercado atual, por isso as turnês (principal fonte de lucro para os artistas) tornam-se cada vez mais longas e visitam cada vez mais países.

Se, por um lado, as posições dos artistas parecem menos atrasadas do que aquelas adotadas pela indústria e pelo Estado, por outro, elas ainda denotam uma prevalência dos interesses econômicos sobre os valores morais de reconhecimento da autoria. Uma peça de publicidade que utiliza a música de um artista não nos informa quem ele é, e isso não parece ser importante, desde que o acordo de licenciamento seja satisfatório. Pode-se argumentar que

os artistas devam ser remunerados pelo seu trabalho. E esta é uma afirmação completamente válida. Entretanto, um artista comercial parece ter as mesmas aspirações de uma empresa. Ele busca aumentar seu público como uma empresa busca desenvolver novos mercados consumidores. Procura produzir obras de apelo popular da mesma forma que uma empresa faz pesquisas de mercado para desenvolver produtos. E, por fim, visa aumentar seus ganhos como uma empresa espera gerar lucros. Pode-se dizer que, comparado a um artista independente, um artista comercial é como um executivo comparado a um artesão.

Vozes desinteressadas?

Durante a observação que levou à construção do dossiê que serviu de base para as análises realizadas, encontrou-se posições de indivíduos que não se incluem diretamente em nenhuma das categorias estabelecidas (indústria, governo e produtores). Duas delas, entretanto, serão discutidas aqui por apresentarem visões menos comprometidas e, ao mesmo tempo, alternativas sobre o tema.

Em um artigo para o site de tecnologia Webinsider, o publicitário Zeca Martins, afirma que “a Internet vai matar a propriedade intelectual”. Depois de avisar que já foi um defensor do modelo de proteção à propriedade intelectual que vige atualmente, ele diz acreditar que quaisquer tentativas de reforma do mesmo, sejam legais ou comerciais, não serão suficientes frente ao avanço da Internet e de seu espírito liberalizante. A proliferação descontrolada de ideias (incluindo as obras culturais) na rede, numa reinterpretação do que autor disse, faz com que as mesmas assemelhem-se a *commodities*. Em um ambiente como este, ele diz, é como se uma empresa hipotética do ramo de oxigênio não vendesse unidades cúbicas do gás, mas cobrasse pelo direito de se respirá-lo. Diante desse quadro ele deixa aberta a questão de como, então, sobreviver do conhecimento sem cobrar por ele?

Descontada a sua porção alarmista, o desenvolvimento tecnológico e a disseminação do acesso à Internet parecem uma sentença para a propriedade intelectual. Todas as tentativas de regulamentação e bloqueio foram devidamente contornadas pelos *enfants terribles* da rede. E hoje parece acontecer o inverso,

com a indústria sempre atrás da rede. É cada vez mais comum que músicas e filmes estejam disponíveis nos mecanismos de troca de arquivos antes mesmo de seu lançamento comercial oficial.

O mesmo retrato é o que enxerga a jornalista Ooana Castro, coordenadora do site Overmundo, cujo objetivo é servir de canal de expressão para a produção cultural do Brasil. Em sua participação no programa Happy Hour do dia 22 de outubro de 2008, cuja pauta era a pirataria, ela consegue resumir em poucas palavras o atual quadro dos direitos autorais e a forma como o mesmo se traduz na ideologia econômica:

Esse debate passa por muitas coisas, apelos emocionais assim, então, do crime, do artista. E eu acho que a gente precisa racionalizar um pouco quais as questões que estão em jogo. A questão que está em jogo é a concorrência, o modelo de negócios, mais do que culpa do consumidor em relação a isso. Ele não vai se sentir nem um pouco culpado. Ele vai falar ‘a culpa é da indústria que me cobra 40 reais’ [...] as justificativas são várias. [...] No modelo com acesso à Internet você não tem mais a escassez. [...] Com as novas tecnologias é necessário criar uma escassez artificial.

De um ponto de vista predominantemente econômico, alinhado aos valores próprios do mundo empresarial, os termos nos quais a fala precedente apresenta a problematização dos direitos autorais não poderiam ser mais adequados. A pirataria industrial ou a reprodução não autorizada atingem uma atividade econômica. Mais do que ameaçar os direitos dos autores, é o modelo de negócios que se vê ameaçado, principalmente pela Internet. É um modelo que não questiona a propriedade, no qual todas as interações são monetárias, que acredita na racionalização como solução última, cujo sucesso é medido pela superação da concorrência e no qual a ideia de escassez desempenha papel importante na apropriação e valoração de qualquer coisa (porque tudo se presta a mercadoria).

Um ensaio de síntese

Este artigo não tentou fazer uma discussão teórica (ou mesmo prática) sobre a propriedade intelectual e dos direitos autorais. Seu interesse principal não foi apresentar o que diz a teoria, mas tentar divisar o que se entende a respeito do assunto. Utilizando a imprensa como um espelho do pensamento hegemônico e os conceitos de ideologia e processo de racionalização, a pergunta principal era se os argumentos nos quais se baseia esse tipo de propriedade são capazes de sustentá-lo quando analisadas as discussões a respeito da mesma. Basicamente, um confronto entre os valores e os interesses relacionados aos direitos autorais.

A conclusão que pode ser inferida depois de feitas as comparações das falas dos diferentes lados interessados no assunto é que não são os mesmos os valores que instituem o direito do autor e aqueles que levam à defesa do mesmo. Ao mesmo tempo em que se apela para valores elevados como o reconhecimento moral e intelectual devido aos autores, os interesses revelam-se puramente econômicos. Até o jargão utilizado é empresarial: usuário, consumidor, modelo de negócios, lucros e prejuízos, concessões e licenciamentos, empregos formais, concorrência, custos. Não aparecem o público, a cultura, a sociedade, a colaboração, o improvisado, a emoção. O próprio “direito autoral” virou sinônimo do valor (monetário) a ser repassado aos artistas. É, conforme alegado por Solé (2004), a linguagem própria do mundo empresa, que se estabelece e é então adotada em todos os meios.

Essa “colonização” de qualquer área pela esfera econômica/empresarial não é nova. Guerreiro Ramos (1981) afirma que o tipo de organização própria do mercado assume o caráter de um paradigma para a organização de toda a vida, substituindo os padrões gerais de pensamento e linguagem pelos do mercado.

Ainda, de todos os valores que sustentam essa visão empresarial do mundo, o dinheiro (e as relações monetárias como única forma possível de relação) parece ser o mais característico da discussão sobre direito autoral. A cultura, que deveria ser um fim em si mesmo, acaba refém do dinheiro, como Simmel (1989, *apud* Stecher, 1995, p.185) afirma:

O importante, entretanto, é que o dinheiro é percebido em toda parte como fim e, com isso, muitas coisas que têm o seu fim em si mesmos (sic) são rebaixados a simples meios. Ao mesmo tempo que o dinheiro, por definição, é o meio, os conteúdos da existência se colocam num profundo contexto teleológico sem começo e sem fim

O estranhamento se dá pelo fato de que com o direito autoral parece acontecer o inverso daquilo próprio à assimilação pelo mercado. Usualmente, o mercado constrói, seja por distorção ou alienação, a legitimidade necessária para satisfazer os seus interesses através da substituição de quaisquer valores subjetivos por valores próprios a ele. No direito autoral os valores primeiros, aqueles que se encontram na gênese do conceito, são estranhos à lógica do mercado. Benefícios morais e intelectuais não existem no mercado, a não ser que possam ser expressos de forma quantitativa e monetária. Parece ser isso o que acontece.

Daqui para onde?

A propriedade intelectual e os direitos autorais, herdeiros de um momento histórico no qual a indústria cultural era a única maneira de garantir a produção e massificação da música, do cinema, da literatura e etc., deixam de fazer sentido quando o desenvolvimento tecnológico e, principalmente, a Internet tornaram mais fácil, rápida e barata a interação direta entre os produtores (artistas) e os consumidores (público).

Por estes motivos, parece que as discussões mais acertadas são aquelas sobre iniciativas como a cultura livre (*free culture*), supressão total ou parcial de direitos autorais (*copyleft* e *creative commons*), código aberto e cooperação. Entretanto, como a observação da mídia demonstra, tais alternativas são praticamente ausentes das discussões.

No mercado a lógica não é neutra, desinteressada. Faz muito mais sentido (e por este motivo é muito mais presente na imprensa) a tentativa desesperada de salvar um setor “falido” da economia do que a gênese de um coletivo de

colaboração, de um sistema capaz de reconhecer (e mesmo remunerar) os produtores por seu trabalho e não a simples reprodução em série do mesmo. E cabe lembrar que a extinção de um setor ou atividade econômica não é algo novo. Os ciclos do capitalismo incluem a destruição daquilo que está estabelecido e o estabelecimento de algo novo em seu lugar. A grande diferença, e a menos comentada, é que este pode ser um último ciclo de uma das engrenagens desse sistema. Por exemplo, diferentemente do que ocorreu quando os discos de vinil deram lugar aos CDs ou quando a impressão *offset* substituiu a prensa mecânica, a música e o livro eletrônicos têm a capacidade de obliterar a figura da empresa da equação de produção e consumo de música e literatura. E esta é uma inovação que a empresa não está pronta para enfrentar. Como a quase totalidade dos discursos mostrou, o mundo empresa sequer parece pronto para considerar essa possibilidade.

Como disse Zeca Martins no já citado artigo do Webinsider, “o direito de autor vai morrer, a propriedade intelectual vai morrer. E a Internet avisa que comparecerá ao funeral”.

Referências

BAUER M. W., GASKELL, G. *Pesquisa qualitativa com texto imagem e som: um manual prático*. Petrópolis: Vozes, 2002.

BRASIL. *Lei no 9610*, de 19/2/1998. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L9610.html.

CHAUÍ, Marilena. *Simulacro e poder: uma análise da mídia*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

DUMONT, L. *Homo aequalis: gênese e plenitude da ideologia econômica*. Bauru: EDUSC, 2000.

KALBERG, Stephen. Max Weber's types of rationality: cornerstones for the analysis of rationalization processes in history. In: *American Journal of Sociology*. v.85, n.5, 1980.

POLANYI, K. *A grande transformação: as origens da nossa época*. Rio de Janeiro: Campus, 1980.

PROUDHON, Pierre-Joseph. *O que é a propriedade?* São Paulo: M. Fontes, 1988.

RAMOS, Alberto Guerreiro. *A nova ciência das organizações: uma reconceituação da riqueza das nações*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1981.

SANTAELLA, Lúcia. *Por que as comunicações e as artes estão convergindo?* projetos para mestrado e doutorado. São Paulo: Paulus, 2005.

SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. 10ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2003.

SOLÉ, A. ¿Que és uma empresa? Constucción de un idealtipo transdisciplinario. *Working paper*. Paris, 2004.

STECHER, Heinz. Georg Simmel: dinheiro, a solidez do efêmero. In: *Cad. CRH.*, Salvador, n.22, p. 185-191, jan/jun. 1995.

www.abdabrasil.org.br

www.agenciabrasil.ebc.com.br

www.apcm.org.br

www.ecad.org.br

www.folha.uol.com.br

www.g1.globo.com

www.oglobo.globo.com

www.webinsider.uol.com.br

www.wipo.int