

Propriedade Intelectual na Indústria Audiovisual

Cláudio Lins de Vasconcelos¹

Se você vive em uma grande cidade – ou mesmo em uma nem tão grande assim – olhe em qualquer direção e as chances de você dar de cara com uma tela de vídeo serão enormes. Haverá uma na cabeceira da cama, outra no bolso do paletó, na bolsa ou na palma da sua mão, aquela tradicional pendurada na parede, a do metrô, a do ônibus, a do elevador, além da mãe de todas as telas, em um cinema perto de você. Vivemos a era da Tela Global, como definiram Gilles Lipovetsky e Jean Serroy, onde o audiovisual deixou de ser apenas um meio de expressão artística ou comunicação de massa para se transformar em linguagem universal. Cinema novíssimo: muitas câmeras na mão de muita gente com as mais variadas ideias na cabeça.

Audiovisual é cultura e cultura não é só indústria, é preciso reconhecer. Filosoficamente falando, cultura é tudo aquilo que nós, humanos, fazemos para construir um significado coletivo para a experiência da vida, algo que vá além do meramente fisiológico ou instintivo. Música é cultura, cinema é cultura, política é cultura e direito é cultura também, como dizia o mestre Miguel Reale. E há inúmeras manifestações culturais que nada têm a ver com indústria. Quando uma avó conta uma fábula aos netos ou quando um grupo de amigos se reúne para tocar violão em um lual, estamos falando em cultura, mas não em indústria cultural. Pelo menos não diretamente.

No entanto, há certas manifestações culturais que não ocorrem espontaneamente, sem que alguém se disponha a investir recursos escassos, como tempo e dinheiro, em sua criação e produção. Dependem da organização profissional do processo criativo, sem o qual sequer existiriam, ou seriam algo bem diferente do que conhecemos. Assim, dizer que cultura não é apenas indústria não é o mesmo que dizer que cultura não seja indústria também. E das melhores que temos no Brasil. Mesmo em meio a uma profunda crise econômica, a indústria audiovisual continua crescendo, gerando postos de trabalho que não são facilmente substituídos por máquinas e levando nossas histórias, nosso talento e também nossas mazelas – quem não as tem? – para um mundo cada vez mais interconectado.

Muita gente não sabe que o Brasil é um pioneiro do cinema. Nossa primeira sessão data de julho de 1896, apenas alguns meses depois que os irmãos Lumière fizeram a primeira projeção comercial da história, em Paris. O primeiro filme brasileiro, uma tomada do ancoradouro dos pescadores na Baía de Guanabara, é de 1897. É muito chão, mas apenas recentemente começamos a construir algo que podemos chamar de “indústria audiovisual brasileira”. Uma indústria que movimenta mais R\$ 20 bilhões por ano e responde diretamente por 0,57% do PIB brasileiro, participação comparável à dos

¹ Advogado, doutor em direito pela UERJ, sócio de Lins de Vasconcelos Advogados. Este artigo é uma versão atualizada em 7/8/2018, a partir do artigo originalmente publicado no portal Jota, em 2/5/2016, sob o mesmo título.

setores têxtil ou de produtos farmacêuticos, por exemplo. Gera, ainda, cerca de 110 mil empregos diretos, números comparáveis aos do setor de turismo.

Ciente nas muitas oportunidades surgidas com a digitalização do mercado, o produtor audiovisual brasileiro vem há muito se dedicando ao aprimoramento da qualidade técnica e artística de seu produto, sem o que é impossível se destacar em um ambiente de competição internacional. Esses são passos necessários, mas insuficientes para garantir que as obras nacionais alcancem todo seu potencial de mercado, ainda subexplorado. A formação de uma indústria de ponta exige, também, a existência de um quadro regulatório eficiente, além de políticas públicas que favoreçam a atração e manutenção de investimentos de longo prazo na criação, produção, distribuição e exibição do produto nacional, tanto no mercado interno quanto no exterior, com o máximo de segurança jurídica.

Produzir um filme é um negócio muito arriscado. Talvez seja mais arriscado que explorar petróleo. Mesmo que haja dúvidas quanto à viabilidade econômica de sua exploração, qualquer engenheiro especializado, olhando os mapas corretos, poderá afirmar se o óleo está mesmo lá embaixo. Já os aplausos, as gargalhadas e a emoção ninguém garante. Produções caríssimas podem naufragar inapelavelmente por uma simples questão de gosto. Por isso as políticas públicas de fomento têm sido tão importantes para o setor ao longo dos anos, e não apenas no Brasil. Mas a indústria que queremos construir deve contar principalmente com seus próprios mecanismos de sustentabilidade econômica, claro. E para isso é fundamental que seu produto, que é o conteúdo autoral, seja valorizado.

Daí a centralidade do tema da propriedade intelectual para a indústria audiovisual. É da essência do negócio. Filmes, séries, novelas, animações, jogos eletrônicos e outros produtos audiovisuais são, por definição, bens intangíveis, cujo valor econômico reside exclusiva ou principalmente no conjunto de direitos autorais e conexos adquiridos ao longo de sua cadeia de produção. O marco normativo que rege a aquisição, uso e transferência desses direitos deve permitir ao produtor o máximo de previsibilidade quanto ao retorno de seus investimentos. Sem isso, a tendência é que haja um desestímulo aos investimentos no setor, comprometendo, no longo prazo, um dos principais instrumentos de afirmação cultural do país.

Hoje, em meio aos muitos desafios de um mercado em plena transformação, o produtor audiovisual brasileiro ainda vê parte importante de suas receitas vazar pelo ralo da contrafação, lamentavelmente tolerada no mundo físico e ainda mais preocupante no meio digital. A internet possibilitou o surgimento de novas formas de oferta e fruição de conteúdo e a indústria audiovisual brasileira está atenta a todas essas oportunidades. No entanto, é preciso garantir que, uma vez realizado o investimento, o produtor poderá recuperá-lo sem sofrer a concorrência desleal de pessoas que não investiram no processo criativo, mas copiam e distribuem seu produto, muitas vezes com clara finalidade lucrativa, no mesmo mercado em que atua. Isso não seria tolerável em atividade econômica alguma e não há porque sê-lo no mercado audiovisual.

Para competir de forma efetiva com os líderes mundiais, a indústria audiovisual brasileira precisa contar com um marco normativo que preserve o valor econômico de seu produto. Precisa contar, também, com a parceria e o decidido apoio do governo federal, não apenas por meio da ANCINE e do Ministério da Cultura, como das pastas

do Desenvolvimento, Indústria e Comércio, Justiça, Fazenda, Casa Civil e também do Itamaraty.

O Brasil é, hoje, um dos principais produtores de bens culturais do mundo, em áreas que vão da música à moda, passando por segmentos importantes do audiovisual. Deveria ser, portanto, um dos maiores interessados em sua valorização econômica. Em outras áreas nas quais o país possui vantagens comparativas, como no agronegócio ou na indústria de base, o governo brasileiro assume uma postura claramente alinhada aos interesses da indústria. É isso, aliás, que fazem todos os países. Embora os bens culturais se prestem ao cumprimento pelo Estado de seu dever de concretizar o direito constitucional à cultura e à educação, essa discussão não pode prescindir da ativa participação do setor produtivo, ao menos quanto aos seus aspectos econômicos.

Seja como for, e apesar dos percalços, as perspectivas do mercado são animadoras. Novos modelos de negócio são desenvolvidos todos os dias, frequentemente em parceria com atores recentemente integrados à cadeia produtiva do audiovisual. Todos já perceberam que, sem o conteúdo que lhes dá sentido, a experiência tecnológica é vazia. Ninguém assiste *Netflix*, ninguém lê *Kindle*, ninguém ouve *Spotify*. Pessoas assistem filmes, lêem romances e ouvem música. Os direitos autorais são o elemento de preservação do componente humano de uma cadeia cada vez mais dependente da tecnologia. O nível de proteção legal aos direitos autorais é uma variável essencial, senão a mais importante, para a sustentabilidade das atividades de criação e produção profissional de conteúdo. E a valorização da atividade audiovisual interessa não apenas à indústria, mas a toda a sociedade. Seja pelo prisma econômico, político ou cultural.