

**IMAGINEM UM MUNDO
SEM DIREITOS DE AUTOR
NEM MONOPÓLIOS**

Joost Smiers
Marieke van Schijndel



**IMAGINEM UM MUNDO
SEM DIREITOS DE AUTOR
NEM MONOPÓLIOS**

Joost Smiers
Marieke van Schijndel

Imaginem um mundo sem direitos de autor nem monopólios já está publicado em inglês, espanhol, francês, chinês, italiano, indonésio e neerlandês.

Tradução:

Helena Barradas, João Pedro Bénard,
Lena Bragança Gil, Manuela Torres,
Miguel Castro Caldas (por proposta
de Eduarda Dionísio).

Revisão da tradução:

Helena Barradas e Margarida Lélis.

Coordenadora:

Eduarda Dionísio

Desenho gráfico:

www.leannewijnsma.nl

Título original:

Imagine there's no copyright and no cultural
conglomerates too

Contact:

Joost Smiers

joost.smiers@planet.nl

www.joostsmiers.dds.nl

Joost Smiers é professor de ciência política das artes e investigador no Grupo de Investigação sobre Arte e Ecomia na Escola Superior das Artes de Utrecht (Holanda). O seu livro *Arts Under Pressure. Promoting Cultural Diversity in the Age of Globalization* foi traduzido em dez línguas. Escreveu com Nina Obuljen *Unesco's Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions. Making it Work* (Zagreb, 2006). Tem em preparação um estudo sobre o ruído: a quem pertence o espaço público? Vive em Amsterdão.

Marieke van Schijndel é directora do Museu Catharijne Couvent de Utrecht, depois de ter sido directora-adjunta da Fundação Mondriaan, que financia actividades (internacionais) nos domínios das artes plásticas e da herança cultural. Tem uma pós-graduação em Administração de Empresas na Universidade Concordia de Montreal, estudou ciências do teatro, do cinema e da televisão. Vive em Utrecht.

INDICE

Introdução	6
1. Uma série de argumentos contra o copyright	10
Propriedade intelectual	10
Originalidade e aura da vedeta	11
Será realmente um incentivo?	13
TRIPS: aspectos comerciais dos direitos de propriedade intelectual	14
Luta contra a pirataria, ou prioridades mais elevadas?	15
Indústrias criativas, reabilitação do copyright?	16
Uma série de razões	17
2. Alternativas não satisfatórias ou piores	19
Muitas e indesejáveis	19
De volta aos velhos tempos	19
Propriedade colectiva	22
Colecta e fiscalização colectivas	25
Remendos versus Creative Commons	27
3. Uma plataforma cultural equitativa	30
De uma perspectiva legal a uma perspectiva económica	30
Competição ou lei anti trust	31
Muitos empreendedores culturais	34
Nenhuma hipótese para os laráprios	35
Diversidade cultural	37
Considerações estratégicas	37
4. O inimaginável?	40
Mini estudos de caso	40
Livros	42
Música	43
Filmes	45
Artes visuais, fotografia e design	48
5. Conclusão	51
Dúvidas crescentes	51
Comparável a outros direitos de propriedade intelectual?	51
Tantos, tantos artistas	54
Bibliografia	55

INTRODUÇÃO

Imagem que não há direitos de autor nem conglomerados culturais

O copyright (direito de autor) dá aos autores o controlo exclusivo da utilização de um número crescente de formas de expressão artística. Muitas vezes, não são os autores que detêm esses direitos, mas sim empresas culturais gigantes. Gerem não só a produção, mas também a distribuição e a comercialização de um grande número de filmes, música, peças de teatro, livros, telenovelas, artes visuais e design. O que lhes confere imensos poderes para decidir aquilo que vemos, ouvimos ou lemos, em que formato e, sobretudo, aquilo que não vemos, não ouvimos ou não lemos.

Naturalmente as coisas poderiam chegar ao ponto em que a digitalização reorganizaria este panorama altamente controlado e super-financiado. Todavia, não podemos estar assim tão certos disso. A quantidade de dinheiro investido nas indústrias de entretenimento é fenomenal. Elas operam à escala mundial. A cultura é a mais recente e excelente máquina de fazer dinheiro. Neste momento, não há qualquer razão para supor que os gigantes culturais deste mundo irão ceder facilmente a sua dominação do Mercado, quer no que toca ao antigo domínio material, quer ao ambiente digital.

Estamos agora à procura da campainha de alarme, para a podermos tocar. Quando um número limitado de conglomerados controla substancialmente a nossa área comum de comunicação cultural, isso mina a democracia. A liberdade de informação de cada um e o seu direito a participar na vida cultural da sociedade, tal como vem consignado na Declaração Universal dos Direitos do Homem, pode ser reduzido ao direito único de uns quantos directores de companhias e de investidores e aos programas ideológicos e económicos para os quais eles trabalham.

Não estamos convencidos de que esta seja a única solução para o futuro. É possível criar uma plataforma equitativa. Quanto a nós, o direito de autor representa um obstáculo. Simultaneamente, constatámos que os best-sellers, os blockbusters e as vedetas das grandes empresas culturais estão a ter um efeito pernicioso. Eles dominam o mercado a tal ponto que pouco espa-

ço fica para o trabalho de muitos outros artistas. Estes últimos são empurrados para a margem, onde é difícil para o público descobrir a sua existência.

No primeiro capítulo iremos analisar todos os inconvenientes do copyright que fazem com que seja ilógico apostar nele. É claro que não somos os únicos a tomar consciência de que ele se tornou um instrumento problemático. Por isso dedicamos o segundo capítulo a alguns movimentos que procuram colocar o copyright na boa senda. Embora sejamos sensíveis aos argumentos e esforços para tentar encontrar alternativas, pensamos que uma abordagem mais radical e fundamental nos poderá ajudar mais no século XXI. Analisaremos isso no capítulo 3. Procuramos criar uma plataforma equitativa para muita gente, tanto empresários culturais como artistas. Na nossa perspectiva, já não há espaço nem para copyright nem para empresas que dominam esses mercados culturais.

Prevê-se que:

- Sem a protecção financeira do copyright já não será lucrativo fazer grandes investimentos em blockbusters, bestsellers e vedetas. Portanto, eles já não conseguirão dominar os mercados
- As condições de mercado para grandes investimentos na produção, distribuição ou comercialização deixarão de existir. A lei da concorrência e a regulação da propriedade são instrumentos fundamentais para nivelar os mercados.
- E a nosso património de expressão cultural, passado e presente, o nosso domínio público da criatividade artística e do saber não mais serão privatizados.

O mercado será então tão aberto que muitos artistas, sem serem esmagados pelos grandes do mundo cultural – já não sendo tão grandes – serão capazes de comunicar com o público e, portanto, vender com mais facilidade. Simultaneamente, esse público deixará de ser inundado com publicidade e poderá seguir o seu próprio gosto, fazer as suas opções culturais com maior liberdade. No capítulo 4 tentaremos mostrar como as nossas propostas poderiam funcionar, com base em breves estudos de caso.

Estamos conscientes de que propomos fortes intervenções no mercado. Por vezes, só de pensar nisso ficamos nervosos. Queremos dividir os fluxos monetários dos maiores segmentos

da nossa economia nacional e global – que é o que no fundo são os sectores culturais - em porções menores de propriedade. Isso envolverá uma reestruturação profunda, sem precedentes. A consequência das nossas propostas é que as indústrias culturais e de comunicação, nas quais o volume de negócios atingem os biliões, serão viradas do avesso. Não há memória de mais ninguém se ter proposto construir condições de mercado tão radicalmente novas para a área cultural, ou pelo menos lançar as bases teóricas dessa construção. Conforta-nos saber que Franklin D. Roosevelt também não sabia o que estava a lançar quando criou o New Deal, isto sem de maneira nenhuma nos querermos comparar a ele. E contudo ele fez isso, foi possível reformar profundamente as condições económicas.

Isto estimula-nos a colocar em discussão a nossa análise e as nossas propostas, para posterior reformulação. Foi uma agradável surpresa ler (New Yale Times, 6 Junho de 2008) o que Paul Krugman, vencedor do Prémio Nobel de Economia 2008, disse: 'Pouco a pouco, tudo o que puder ser digitalizado será digitalizado, tornando a propriedade intelectual cada vez mais fácil de ser copiada e mais difícil de ser vendida por mais do que o seu valor nominal. E teremos que encontrar modelos económicos e de negócio que tomem isto em conta.' Conceber e propor esses novos modelos económicos e de negócio é precisamente aquilo que fazemos neste livro.

Pelo sumário que indica o que trata cada capítulo pode ver-se que não se trata de um livro sobre a história do copyright nem de como ele funciona actualmente. Existem muitas publicações excelentes, com as quais nos sentimos em dívida, que podem ser consultadas sobre esses tópicos (como Bently 2004, Dreier 2006, Goldstein 2001, Nimmer 1988 e 1994, Ricketson 2006 e Sherman 1994). Para uma introdução aos princípios básicos e às controvérsias em torno dos direitos de autor, consultar, por exemplo, <http://www.wikipedia.org/wiki/copyright>.

Não orientámos o nosso trabalho para categorias inúteis como o pessimismo ou o optimismo cultural. O que nos move é o realismo terra-a-terra; se os direitos de autor e as actuais condições de mercado não podem ser justificadas, então o nosso dever é interrogarmo-nos sobre o que iremos fazer em relação a isso. Distinguir entre as chamadas artes superiores e inferiores e entre a cultura de elite, popular e de massas também não é algo que nos interesse. Um filme é um fil-

me, um livro é um livro, um concerto é um concerto, e por aí fora. O cerne da questão é, pois, quais são as condições para a produção, distribuição ou comercialização e recepção de tudo isso – bom, mau ou feio – e, conseqüentemente, que tipo de influência essas obras exercem sobre nós individual e colectivamente. Existe uma controvérsia flagrante: que artista deve ser elevado ao estrelato, por quem, porquê e no interesse de quem? E quem irá falhar esse objectivo, ou ser criticado por aquilo que criou? O nosso objectivo neste estudo é destacar o facto de que a verdadeira diversidade e, conseqüentemente, a pluralidade de formas de expressão artística pode ter uma razão de ser – e que as condições económicas se podem criar para as facilitar.

Na realidade, usamos o termo direitos de autor (copyright) para cobrir dois conceitos,. O direito de copiar é, em princípio, diferente de um direito criado para defender o interesse de artistas - ou autores, tal como eles são colectivamente referidos (como, por exemplo, na expressão francesa *droit d'auteur*). Contudo, na legislação e na prática internacional, os dois conceitos fundiram-se no termo inglês copyright. Quaisquer nuances ou diferenças entre os dois conceitos são irrelevantes para este nosso trabalho, uma vez que o que propomos é, em última análise, a abolição do copyright. Quando falamos de obra, nos capítulos seguintes, o termo refere-se a todos os tipos de música, filmes, artes visuais, design, livros, teatro e dança.

As transformações neoliberais das últimas décadas, tais como foram descritas por Naomi Klein em *The Shock Doctrine* (2007), por exemplo, tiveram também implicações na comunicação cultural. Temos cada vez menos o direito de estruturar e organizar mercados culturais de forma a que a diversidade das formas culturais de expressão possa desempenhar um papel significativo na consciencialização de muitas pessoas. Este é um problema da máxima importância.

As expressões culturais são elementos fulcrais na formação da nossa identidade pessoal e social. Estes aspectos extremamente sensíveis da nossa vida não deviam ser controlados por um pequeno número de detentores de direitos. Esse controlo é precisamente o que está a ser exercido no conteúdo da nossa comunicação cultural, através da detenção de milhões de direitos de autor.

Milhares e milhares de artistas trabalham nesta área – a área da criação e de performance ar-

tísticas – produzindo todos os dias uma grande variedade de formas de expressão artística. Isto são as boas notícias, que não devemos esquecer. Porém, a triste realidade é que, devido à dominação do Mercado pelas grandes empresas culturais e seus produtos, a diversidade cultural tornada invisível está quase a ser varrida da arena pública e da consciência comum.

O domínio público, no qual as expressões culturais podem ser contraditadas, tem de ser restabelecido. Isto exige mais do que um amplo criticismo do actual status quo cultural. Por isso neste livro propomos uma estratégia de mudança. Acreditamos que é possível criar mercados culturais de forma a que a propriedade dos recursos de produção e distribuição esteja nas mãos de muita gente. Nessas condições, achamos nós, ninguém poderá controlar o conteúdo ou a utilização das formas de expressão cultural através da detenção exclusiva e monopolista de direitos de propriedade. Criando mercados culturais exequíveis para uma abundância de expressões artísticas estamos a devolver a nós próprios o poder de dispor da nossa vida cultural, enquanto indivíduos privados. Os mercados culturais têm de estar implantados numa esfera mais ampla das nossas relações sociais, políticas e culturais.

Devido à crise financeira que estalou em 2008, voltou a estar na ordem do dia a ideia de que os mercados podiam e deviam ser regulados de forma a não serem apenas as forças financeiras a beneficiar mas sim ter em conta igualmente muitos outros interesses. A vantagem é que os instrumentos legais incluem já a lei da concorrência ou anti-trust, o que pode garantir que não há abuso de posição dominante. Voltaremos a abordar este ponto no terceiro capítulo.

Contudo, a questão essencial neste livro é o copyright. Porquê? Ele está rodeado de uma carga emocional e da crença de que o copyright é a expressão da nossa civilização: zelamos pelos nossos artistas e garantimos o respeito pela sua obra. A razão pela qual o copyright não consegue corresponder a essa expectativa requer alguma explicação. O facto de o mercado poder ser organizado noutros moldes promovendo a concorrência ou a legislação anti-trust requer menos explicação e os instrumentos já estão criados. Só que será muito difícil reestruturar os mercados culturais. Por outro lado, o copyright entrou já em plano inclinado.

Poderão interrogar-se porque é que nos lançámos nesta pesquisa, remando contra a maré do neoliberalismo. A nossa primeira razão é de ordem cultural, social e política. O domínio público da criatividade artística e do saber tem de ser salvaguardado e muitos artistas, os seus produtores e os seus patrocinadores têm de ser capazes de comunicar com uma grande variedade de público para poderem vender as suas obras com uma certa segurança.

A segunda razão pela qual não cremos estar a colocar-nos fora da realidade com esta análise e estas propostas é a História. A História ensina-nos que as estruturas de poder e as constelações de mercado estão constantemente a mudar. Porque é isso não poderia acontecer com o assunto que abordamos neste estudo? A terceira razão é que nos sentimos um tanto optimistas com o que a crise financeira e económica que rebentou em 2008 pode acarretar. Foi o ano em que a falência do neoliberalismo se tornou terrivelmente visível. Se houve alguma coisa que se tornou evidente foi que os mercados – mesmo os mercados culturais – requerem uma reorganização total, contemplando uma muito maior gama de interesses ecológicos, culturais, sociais e macroeconómicos.

A nossa última razão é simples: é uma coisa que tem de ser feita. É o nosso dever académico que nos move. É óbvio que o velho paradigma do copyright está desgastado. O nosso desafio académico é, pois, descobrir um mecanismo que substitua o copyright e a dominação dos mercados culturais que lhe está associada. Que sistema estará então melhor equipado para servir os interesses de um grande número de artistas e o nosso domínio público de criatividade e saber? Uma tarefa desta envergadura desafia colegas de todo o mundo a ajudar-nos a encontrar a solução que melhor nos ajude a avançar no século XXI. Há muito a fazer, inclusivamente desenvolver os modelos que propomos no capítulo 4. Esperemos que esse trabalho possa ser feito com um pouco mais de recursos do que aqueles de que nós dispúnhamos. Afinal aquilo de que falamos é uma reestruturação total dos segmentos do mercado cultural da nossa sociedade nos quais milhares de milhão de dólares ou euros são injectados no mundo inteiro.

Por sorte, muitos académicos, nossos amigos e colegas, estavam preparados para partilhar connosco os seus comentários críticos e, por vezes, o seu cepticismo, encorajando-nos, no entanto, a prosseguir. Gostaríamos de mencionar Kiki

Amsberg, Maarten Asscher, Steven Brakman, Jan Brinkhof, Jaap van Beusekom, Eelco Ferwerda, Paul de Grauwe, Pulsei Heugens, Dragan Klaić, Rick van der Ploeg, Helle Posdam, Kees Ryninks, Ruth Towse, David Vaver, Annelys De Vet, Frans Westra, Nachoem Wijnberg, membros do grupo de pesquisa CopySouth, dirigido por Alan Story e participantes na Rede de Pesquisa sobre o Copyright na Birkbeck School of Law, da Universidade de Londres, presidido por Fiona Macmillan. Um agradecimento especial a Rustom Bharucha, Nirav Christophe, Christophe Germann, Willem Grosheide, Jaap Klazema, Geert Lovink, Kees de Vey Mestdagh e Karel van Wolferen. Eles leram todo o manuscrito e apontaram algumas discrepâncias na nossa investigação. Joost Smiers foi convidado para muitas conferências e por muitas universidades no mundo inteiro para dissertar sobre o tema da nossa investigação. Isto deu-nos uma oportunidade única de aperfeiçoar as nossas análises e propostas com base nas reacções.

Um enorme obrigado a todos os que nos ajudaram a manter o rumo da nossa investigação. Afinal de contas, o que estamos a fazer é de certa forma um salto calculado no escuro. A forma como os mercados se desenvolvem é imprevisível, mesmo que as nossas propostas venham a ser implementadas. Com tanta incerteza, não admira que alguns comentadores das nossas análises não concordem com elas. Por isso estamos ainda mais gratos por eles nos terem dado o seu apoio sincero e os seus comentários críticos.

Um agradecimento especial a Giep Hagoort, colega de Joost Smiers durante quase vinte e cinco anos no Art & Economics Research Group da Utrecht School of the Arts. A sua grande paixão foi sempre ensinar empresários a operar na interface entre a arte e a economia. Por isso não é por acaso que o conceito de empresa cultural assuma um papel tão importante no nosso livro. Evidentemente que esses empresários culturais - sejam eles artistas, produtores ou patrocinadores - têm de ter a oportunidade de operar num mercado que ofereça uma plataforma equitativa para todos. Alcançar essa meta é o objectivo deste estudo.

CAPÍTULO 1

UMA SÉRIE DE ARGUMENTOS CONTRA O COPYRIGHT

Propriedade intelectual

Em 1982, Jack Valenti, na altura presidente da Motion Picture Association of America, declarou que “aos detentores da propriedade criativa devem ser concedidos os mesmos direitos e protecção que é concedida a todos os outros proprietários” (Lessig 2004: 117). Até então, a opinião geral era que a propriedade intelectual era um direito mais limitado, que não podia ser comparado com os outros. E a essa afirmação acrescentou a exigência de que o copyright deveria dar a alguém a propriedade exclusiva de um filme ou de uma melodia. Exclusiva e perpétua... menos um dia.

Perpétua... menos um dia? Estaria ele a gozar? Bom, talvez um pouco, mas a sua declaração era sem dúvida provocatória, sobretudo naquela época. Hoje em dia, quase ninguém pensaria duas vezes sobre o facto de que o detentor de direitos de uma música, imagem material, filmes ou textos tem um poder infinito de dispor desse bem. Muita coisa mudou em 25 anos. Habitúamo-nos à privatização do saber e da criatividade que são, na realidade, propriedade comum. Neste capítulo apresentamos uma série de argumentos para mostrar que essa habituação não é uma coisa boa.

Alguns argumentos assentam nos princípios básicos do próprio direito de autor. O princípio essencial é, portanto, que se trata de um direito de propriedade. Não há nada de errado num direito de propriedade em si mesmo, desde que ele esteja assente e limitado por interesses de natureza social, socio-económica, macroeconómica, ecológica e cultural. O impacto desses interesses deveria ser pelo menos tão forte na atitude das pessoas para com bens e valores como para com o lucro privado. Numa perspectiva cultural, poder-se-ia pensar se será apropriado ou necessário estabelecer uma propriedade individual para a criação dos artistas. Cria-se então, por definição, um direito exclusivo e monopolista para o uso dessa obra. Isto privatiza uma parte essencial da nossa comunicação, o que é prejudicial para a democracia.

Seria ir demasiado longe se descrevêssemos o direito de autor como uma forma de censura? Bem, na realidade não seria. Antes de mais, lembremo-

nos que cada obra artística assenta naquilo que outros criaram no passado próximo ou distante. Os artistas derivam de um quase infinito domínio público. Por muito que admiremos uma obra, não será estranho atribuir-lhe um título de propriedade quando ela resulta de uma série de adições? O subsequente direito tem consequências de grande alcance. Afinal, mais ninguém a não ser o proprietário está autorizado a usar ou modificar a obra a seu bel-prazer. Uma parte considerável do material com o qual nós, enquanto pessoas, podemos comunicar uns com os outros fica assim sequestrado. Quase sempre não há nenhum problema em inspirarmo-nos numa obra existente. Os problemas começam quando qualquer coisa na nova obra – mesmo que seja uma coisa muito pequena – é, ou poderia ser, uma reminiscência da obra anterior.

Porque é que isto é um problema essencial? As criações artísticas são expressão de muitas emoções diferentes, como o prazer e a tristeza. Vivemos rodeados de música, de filmes, de toda a espécie de imagens e de representações teatrais. Aquilo que uns acham muito bom será contestado por outros. Na nossa sociedade, o território cultural artístico não é, pois, uma zona neutra. É frequentemente objecto de disputa e controvérsia relativamente ao que é belo e ao que é feio, ao que pode ser expresso sucintamente e ao que nos exalta ou deprime. Questões de especial significado são: quem deve decidir qual é o material artístico que nos deve chegar em abundância e qual o que nos deve chegar em pequenas doses? Em que cenário? Como será financiado? Com que interesses em mente? Estas questões são de uma importância vital, tal como as respostas são cruciais para o panorama artístico no qual se desenvolve a nossa identidade. Sendo formas de expressão tão poderosas, aquilo que vemos, ouvimos e lemos deixa marcas na nossa consciência.

E é esta área sensível – que tanta influência tem nas nossas vidas e na forma como convivemos – que é sujeita a patente. Como já dissemos, é um direito de propriedade. O detentor de direitos de uma expressão artística é a única pessoa que pode e deve decidir como a obra pode funcionar. Ela não pode ser alterada por mais ninguém a não ser o detentor de direitos. Em suma, não pode ser contestada ou posta em causa em si mesma. Nem a podemos colocar em contextos que julgamos mais apropriados. Não há possibilidade de diálogo. Ficamos mais ou menos amordaçados. A comunicação funciona num único sentido e é dominada por uma única parte, nomeadamente o detentor do direito. Ele (ou ela) é a única pessoa

que pode imprimir significação à sua obra através de tentativas concretas de aperfeiçoamento. Depois, nem a outros artistas, nem a nós enquanto cidadãos, é permitido tocar-lhe. Estamos apenas autorizados a consumi-la – figurativa e literalmente - e guardar para nós a nossa opinião sobre a obra. E isto não basta numa sociedade democrática.

Por isso Rosemary Coombe sublinha que “o que é especificamente humano é a capacidade de produzir sentido, pôr vem causa o sentido e transformar o sentido”. O que a leva a esta observação fundamental: “Se isso é verdade, então excluímos da nossa humanidade através da aplicação rigorosa e da expansão contínua da protecção da propriedade intelectual. O diálogo implica reciprocidade na comunicação: a capacidade de responder a um signo com signos. Que significado tem um diálogo quando somos bombardeados com mensagens às quais não podemos responder, signos e imagens cujos significados não podem ser postos em causa e conotações que não podemos questionar?” (1998: 84, 5).

Não cremos que Rosemary Coombe, a avaliar pela sua obra, fosse tão longe a ponto de afirmar que os direitos de propriedade em relação ao material artístico constituem uma forma de censura. Mas é evidente que sentimos bastante que muitas das nossas formas de expressão são privatizadas num monopólio exclusivo.

Contudo, não estamos muito enganados com essa ideia de censura. O copyright tem origem nos privilégios que a Rainha Mary de Inglaterra concedeu à Stationers’ Guild (Companhia dos Editores) em 1557. Os membros tinham um enorme interesse em adquirir um monopólio dos livros impressos e em excluir quaisquer eventuais concorrentes na Escócia e noutras circunscrições. Isto pode ser comparado com o monopólio da propriedade que atrás referimos. A rainha Mary tinha também um interesse especial nesta medida, que impedia a propagação de ideias heréticas que pudessem pôr em causa a sua legitimidade. O acordo que Mary estabeleceu com os editores combinava estes dois interesses (Drahos 2002: 30).

.....
Originalidade e aura da vedeta
.....

O direito de autor incorpora um elemento formal que impede explicitamente o não-detentor de direitos de alterar ou adaptar a obra seja de que maneira for. São esses os direitos morais dos artistas sobre as suas obras. O princípio orientador subjacente é a ideia de que eles produzem uma coi-

sa absolutamente única, original e autêntica. Não seria lógico então que eles pudessem considerar-se os únicos a gerir a sua obra no futuro, que só eles pudessem decidir como ela é interpretada, se ela pode ser alterada e em que condições poderá singrar? Não deveria a integridade da obra ser protegida? São questões pertinentes, pois a sua essência baseia-se no grau de respeito que manifestamos por algo criado por outrem.

A questão que imediatamente se coloca é se é realmente necessário para o criador ter a posse exclusiva e o monopólio da sua obra a fim de obter esse respeito. Na maior parte das culturas, o direito de propriedade nunca foi condição para se apreciar uma obra. Em muitos casos é até uma honra ter uma obra copiada ou imitada por outro. Portanto deve haver uma razão pela qual, nos últimos séculos, a originalidade e a exclusividade se tornaram tão interligadas na cultura ocidental. Pode ter algo a ver com o desenvolvimento do conceito de indivíduo, que constituiu uma grande mudança na forma como as pessoas se viam a si mesmas. O indivíduo passou a sentir mais desligado dos contextos sociais do que se sentia dantes. Aquilo que o indivíduo produzia era assim um acto só seu, sobretudo se essa obra fosse a expressão máxima da capacidade humana. A arte e os artistas assumiam então dimensões quase míticas.

Nesta perspectiva, é compreensível que a ideia de direitos morais tenha evoluído. Mas será que isso se justifica? Pensamos que não. Já referimos como a inviolabilidade das obras artísticas é prejudicial à comunicação democrática. Além do mais, a verdade é que cada obra deveria ser vista num desenvolvimento progressivo daquilo que muitos artistas e respectivo público produzem e daquilo a que reagem, o que também contribui para a obra. Dar a um indivíduo o controlo exclusivo da sua obra é, pois, ir demasiado longe.

Nos anos 30, o filósofo alemão Walter Benjamin pensava que a aura que rodeava a obra artística iria diminuir com o desenvolvimento das técnicas de reprodução. Nada mais errado. Pelo contrário, a aura e a presunção de genialidade, singularidade e autenticidade aumentaram milhares de vezes. Esses conglomerados que produzem, reproduzem e distribuem em larga escala precisam desesperadamente de reforçar a aura que envolve os artistas e as obras que têm sob contrato, para efeitos de promoção e comercialização. O seu objectivo é na realidade controlar a própria obra e todo o contexto em que ela é lida, ouvida e vista. Os direitos morais são o instrumento

óbvio. E isso torna invioláveis as estrelas que eles produzem.

Há, pois, duas razões para estarmos descontentes com os direitos morais atribuídos a uma obra. Antes de mais, a obra de arte evolui numa linha contínua e progressiva. O que torna contestável a reivindicação de um direito de propriedade absoluta. Se estabelecermos também que o instrumento está a ser usado por conglomerados culturais a fim de lhes permitir o controlo total dos conteúdos e a forma como uma obra funciona na sociedade, torna-se então extremamente difícil aderir ao princípio dos direitos morais.

Compreendemos que alguns artistas talvez não gostem de nos ver tocar nos direitos morais. Podem não gostar do facto de acharmos que eles não se justificam e que podem mesmo ser contraproducentes nas mãos das indústrias culturais. Afinal de contas, eles mantêm um sistema de estrelato, de blockbusters e de best-sellers. Simultaneamente, essas estrelas cuja imagem é protegida por direitos morais são em parte culpadas pelo facto de muitos artistas serem afastados da ribalta devido à cultura do estrelato. Isto é uma vergonha, é o mínimo que se pode dizer, e pode conduzir a uma grande incerteza.

Se decidirmos que os direitos morais – a acrescentar aos direitos de exploração, que iremos abordar mais adiante – são injustificáveis, ficamos ainda com muitas questões sem resposta. O essencial é saber se os artistas devem ficar quietos a ver a sua obra ser adaptada ou alterada sem terem uma palavra a dizer. Na verdade, não há outra opção. Isto será, evidentemente, um grande choque cultural para alguns. Embora não venha a ser sentido dessa forma nas culturas em que o copyright e, conseqüentemente, os direitos morais nunca se implantaram. No fundo, não temos razões para supor que grupos de pessoas se irão apoderar de obras artísticas e de forma inapropriada. E há ainda um debate público sobre que adaptações são aceitáveis e quais afectam a integridade da obra.

Não é impossível que um artista possa ver a sua obra surgir num contexto em que se torna claro que a intenção nunca pode ter sido essa. A obra está a ser utilizada para um objectivo que ele rejeita ou que profundamente detesta, por exemplo. O direito de autor proporciona conforto nessas situações horríveis. Como não fora pedida nenhuma autorização, era fácil para o tribunal concluir que o direito de autor fora infringido. Mas o que se pode fazer quando se achar que o direito de

autor já não é viável? Na legislação há uma série de instrumentos que julgamos serem ainda mais apropriados para satisfazer a exigência legítima do artista de não ser arrastado pela lama. Estamos a referir-nos aqui à difamação de carácter e, em particular, a actos danosos e ilegítimos.

Um artista que considere que a forma como a sua obra foi tratada é injusta pode recorrer ao tribunal que terá de ser convencido. Admitimos já não existir um automatismo, mas isso tem as suas vantagens. Compete à lei regular e certamente será feita jurisprudência em torno dessas situações desagradáveis. A outra vantagem, evidentemente, é que toda a obra artística fica disponível para ser livremente alterada, adaptada e colocada em diversos contextos. Para ser “remisturada”, em suma. Isto é uma grande conquista que, devido à abolição dos direitos morais, permanecerá inalterada.

No entanto, estamos ainda a analisar este ponto, particularmente em situações em que não está em causa um acto escandaloso e ilegítimo, mas em que o artista considera essencial para a sua obra que ela seja apresentada da forma como ele a concebeu. Se os direitos morais forem abolidos, então ninguém tem que se preocupar. Mas porque não mostrar respeito por essa obra e pelo seu criador? Trata-se de um valor de intercâmbio social entre pessoas. Porque não respeitá-lo? É possível fazê-lo. Um artista que faça grandes adaptações à obra de um outro artista, dando-lhe a sua própria interpretação, está autorizado a fazê-lo, mas nesse caso deveria declarar que essa adaptação é uma nova obra baseada na obra do autor ou compositor original, por exemplo. Isso torna patente que o criador inicial tinha em vista uma apresentação diferente da obra. Culturalmente, também é fundamental sabermos isso, para podermos traçar a genealogia da obra. Que vestígios deixou ela na nossa cultura?

Gostaríamos que não subsistissem quaisquer equívocos; é evidente que somos totalmente contra o roubo de obras. X não deve poder colocar o seu nome num filme, livro ou peça musical que foi inequivocamente criado por Y. Isso é puro roubo, fraude, deturpação; contudo, gostaríamos de sublinhar o seguinte: uma vez detectada – e isso sucederá mais cedo ou mais tarde – a fraude será julgada em tribunal e, poderá haver caso a multa. Não é necessário um sistema de copyright para garantir isso.

Na maior parte das obras de arte, particularmente se forem digitalizadas, a alteração não apaga as marcas da obra original. Podemos continuar a vê-

las, ouvi-las ou lê-las. As coisas são diferentes na pintura. Se pintar sobre o quadro, por exemplo, ou se ele for raspado com uma faca, então nunca mais voltará a ser o mesmo. Um bom restauro talvez pudesse salvar a obra, mas não é certo. Se alguém julgar que apesar de tudo o quadro deveria ser diferente da forma que apresenta, então só tem uma opção: voltar a pintá-lo da forma como deveria parecer. Culturalmente, isso pode ser interessante, enquanto o quadro que suscitou polémica estiver ainda visível. Pode ser lançado um debate sobre as diferenças entre um e o outro. Afinal, não é esse um dos maiores valores de uma sociedade democrática?

..... **Será realmente um incentivo?**

Um dos argumentos frequentemente utilizados para defender o sistema de copyright é que ele gera receitas para os artistas. Sem o copyright, nunca teríamos todos esses filmes entusiasmantes, nem a música e os romances de que tanto gostamos. Deixaria de haver incentivos para criar essas obras. A indústria, sobretudo, gosta de utilizar este argumento. Mas há artistas e muitos dos seus grupos que também pensam que acabariam numa situação muito difícil se a fonte que lhes garante as receitas desaparecesse.

Mas será mesmo assim? Há razões para acreditar que a ligação entre as receitas e o copyright é bastante irrelevante para muitos artistas. Há que admitir que um pequeno grupo de vedetas e a própria indústria passam bem sem ele. Para a grande maioria, ele é insignificante como fonte de receita (consultar, por exemplo, Boyle 1996: xiii; Drahos 2002: 15; Kretschmer 1999; Vaidhyanathan 2003: 5). Estudos económicos demonstraram que, das receitas de direitos conexos, apenas 10% vai para 90% dos artistas e, vice-versa, 90% vai para 10%. Martin Kretschmer e Frisemos Kawohl têm indicações de que esses mercados do tipo “o-vencedor-fica-com-tudo” são predominantes na maior parte das indústrias culturais (2004: 44). No seu estudo, Michael Perelman afirma que quase todas as receitas que o sector transfere para os trabalhadores da cultura vão para uma ínfima fracção (2002:37). Até o relatório oficial British Gowers sobre os direitos de propriedade intelectual nos sectores da cultura é forçado a reconhecer que “em média, os criadores recebem uma percentagem muito baixa de direitos das suas gravações” (2006: 51).

Os autores do relatório não se mostram convencidos de que o argumento do incentivo seja con-

vincente. Há muitas bandas a criar música sem qualquer esperança de receberem algo que se assemelhe a receitas de direitos. É o que sucede em Inglaterra, apesar de, juntamente com os EUA, serem os países onde vai parar a maior parte das receitas dos direitos relativos aos outros países. Em quase todas as partes do mundo, pouco é retido no país em termos de direitos, não constituindo assim suficiente fonte de receita para artistas a viver e a trabalhar aí. No que toca ao sector da música, Ruth Towse pensa que a conclusão é inevitável: “o copyright gera mais retórica do que receitas para a maior parte dos compositores e intérpretes da indústria musical” (2004: 64). As vedetas recebem receitas astronómicas, e o restante uma ninharia (2004: 14, 5).

Existe uma perspectiva mais difundida segundo a qual se deveriam encarar os pagamentos irrisórios no sector cultural. É a flexibilização geral do trabalho a tomar conta da nossa sociedade. O trabalho criativo sempre esteve extremamente dependente de contratos precários, a curto prazo. A incerteza, a insegurança, o risco físico, as condições de trabalho muito instáveis e ausência de pensões ou subsídio de maternidade associados à flexibilização estão a ser sentidas ainda mais nos sectores culturais do que nas outras indústrias (Rossiter 2006: 27). As receitas do copyright são escassas para a maior parte dos artistas. No entanto, em todas as culturas eles produzem um fluxo crescente de criações artísticas, e actuam sempre que podem. Isso também é essencial; quem não é visto não existe. Sobretudo, para a maior parte deles, a necessidade de produzir obra artística é tão grande que acabam por prescindir de certas condições.

Se para a maior parte dos artistas o copyright é pouco relevante, então o mais lógico seria assumir que a indústria valoriza esse instrumento porque ele lhe fornece uma protecção do investimento. Assim, os termos e as condições alargam-se e a gama de protecção também. Áreas de percepção subjectiva como o som, o gosto e o cheiro, por exemplo, estão mesmo a ser incorporadas no âmbito dos direitos de autor. (Bollier 2005: 218).

Quando, em 2003, o Supremo Tribunal dos EUA apoiou o alargamento do copyright à data da morte do autor mais setenta anos, o *New York Times* titulava: “Em breve copyright para sempre”. O artigo manifesta a preocupação de que, de facto, “a decisão do Supremo Tribunal signifique que se esteja a assistir ao princípio do fim do domínio público e ao nascimento do copyright perpétuo”. A que se seguia um grito de indignação: “O do-

mínio público foi uma grande experiência, e não devemos deixar que morra” (International Herald Tribune, adiante designado por IHT, 17 de Janeiro de 2003).

Ruth Towse mostra-nos o que está a acontecer. Usando um exemplo: Em 2006 Michael Jackson vendeu o catálogo dos Beatles à Sony por cerca de 1 milhar de milhão de dólares. Isto ilustra bem esta questão. Não é necessário ser economista para se ver que o valor desse activo aumentaria se os direitos de autor fossem mais altos e por mais tempo (2006: 11). As quantias envolvidas não são baixas. Um relatório elaborado para a International Intellectual Property Alliance (IIPA), por exemplo, assume que, em 2005, o valor total das indústrias com copyright ascendia a 1,38 trilhões de dólares. Isso representaria 1112% do total do produto nacional americano e daria emprego a 11,325,700 indivíduos (Siwek 2007: 2). Mesmo que estes números não reflectam os factos com precisão - o IIPA é considerado como um organismo que atribui uma importância exagerada ao copyright – os números são impressionantes.

As indústrias musicais e de cinema são bastante agressivas quando se trata de invocar a protecção dos direitos de autor. Contudo, não devemos esquecer que na área da imagem têm estado a aparecer um número de parceiros que estão a dominar fortemente o mercado. Para além da Microsoft, Bill Gates possui também uma empresa chamada Corbis, que está a adquirir material visual por todo o mundo, a digitalizá-lo e a comercializá-lo. Em 2004, isso ascendia a 80 milhões de obras. A Getty Images também se especializou nesse tipo de actividades, utilizando a plataforma fotográfica iStockphoto (Howe 2008: 7). Na realidade, uma porção considerável do material visual em todo o mundo está a ficar concentrado nas mãos de duas empresas gigantescas.

No próximo capítulo iremos ver que a indústria vai ter alguns problemas para manter o sistema de copyright. Por isso existe actualmente uma tendência para abandonar esta área da legislação e para procurar refúgio em duas outras soluções. A primeira é propor aos clientes certas condições de utilização contratualizadas, que eles terão que aceitar. A segunda abordagem, que já está em marcha, é permitir a escuta de música e a utilização de outras obras artísticas sem criar grandes obstáculos, mas envolvê-las em publicidade, que gera a fonte de receita para a indústria cultural.

TRIPS: aspectos comerciais dos direitos de propriedade intelectual

No passado, um dos problemas com que os detentores de direitos de autor e de propriedade intelectual em geral se debatiam era ser sempre muito difícil fazer valer os seus direitos noutros países, tendo eles aí muito a ganhar face à crescente globalização económica. Os outros países não podiam ser obrigados a introduzir legislação sobre direitos de autor e muito menos a implementá-la e a aplicá-la. Então o que é que eles fizeram? Nos anos 80 e no início dos anos 90, surgiu entre os conglomerados a ideia de negociar um acordo que vinculava os outros países. Neste aspecto inspiravam-se um pouco nas indústrias agrícolas e farmacêuticas, no que toca a patentes e a outros direitos de propriedade intelectual. Daí resultou um acordo no seio da recém-criada Organização Mundial do Comércio, conhecido por TRIPS, Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Respeitantes ao Comércio (Deere 2009).

Segundo esse acordo, os países comprometiam-se a acordar entre si o grau de protecção que pretendiam oferecer aos detentores de direitos de propriedade intelectual. E isso foi incorporado na sua respectiva legislação nacional. Até aqui nada de novo. Mas imaginemos que um país mantém a sua legislação como estava e ou não introduz ou não aplica um sistema de copyright. A novidade dos TRIPS – e da Organização Mundial do Comércio em relação a todos os outros acordos comerciais – é que esse país pode ser punido.

E como é que isto funciona? Um país apresenta uma queixa em tribunal - um comité do TRIPS - contra o comportamento laxista de outro país, devido ao qual empresas do primeiro país poderão estar a perder quantias consideráveis referentes a direitos de propriedade intelectual. Partamos do princípio que o país que apresenta queixa ganha. É então fixado um direito. O direito é, por exemplo, punir esse país laxista aumentando consideravelmente as taxas de importação ou exportação sobre certos produtos. O poder sem precedentes do TRIPS e da Organização Mundial do Comércio reside no facto de o produto escolhido pelo país vencedor não precisar de estar relacionado com a guerra económica concreta que deu origem à queixa. Podem escolher um produto – ou uma série de produtos – que coloque substancialmente em desvantagem o país punido.

O processo desencadeado pelo TRIPS significa que não só a aplicação dos direitos de propriedade intelectual se tornou obrigatória pela primeira vez na História, mas também resultou noutra transformação. No passado, o autor e o saber útil e a criatividade que ele desenvolvia para a empresa era, teoricamente, a razão de se manter o sistema de copyright. Pelo menos era assim que isso era visto na Europa, mais do que nos EUA. Com a introdução do TRIPS, o autor foi relegado para um plano inferior. Saber, tecnologia e criatividade tornaram-se valores essencialmente de tipo comercial, com o mundo inteiro como mercado potencial e com conglomerados a geri-los, servindo todos os cantos do planeta e a explorá-los aplicando direitos de propriedade intelectual.

Poder-se-ia dizer que o TRIPS é então um sucesso, uma vez que para muita gente se dissipou qualquer dúvida sobre o sistema de direitos de propriedade intelectual. Mas não há nisto nada de tranquilizante para a grande maioria de países pobres. A maior parte dos direitos, não só direitos de autor mas também patentes e marcas comerciais são propriedade de empresas dos países ricos. Muitos desses direitos estendem-se pelo futuro. Além do mais os governos – e também os dos países pobres – são obrigados a apoiar essas empresas privadas nas zonas ricas do planeta de forma a fazer valer os seus direitos (Deere 2009: 67).

Como é que países pobres se podem desenvolver se as matérias-primas necessárias como o saber, não estiverem livremente disponíveis e tiverem de ser compradas, se é que alguma vez poderão ser adquiridas? Naturalmente, seria cínico dizer que, no século XIX, os países do Norte, ou do Ocidente, conseguiram fazer uso do saber que estava ao seu alcance sem se preocuparem com direitos de propriedade intelectual.

Peter Drahos pensa, por isso, que o preço pelo prolongamento interminável dos direitos é demasiado elevado. Nesta perspectiva, o TRIPS não pode ser isolado de outras questões prementes da agenda global, tais como o alargamento da desigualdade das receitas entre países desenvolvidos e em desenvolvimento, lucro excessivo, o poder e a influência das grandes companhias sobre os governos, a perda da soberania nacional, a globalização as questões morais sobre o uso da biotecnologia, segurança alimentar, biodiversidade (as três últimas ligadas às patentes de plantas, sementes e genes), desenvolvimento sustentável, autodeterminação das populações indígenas, acesso aos cuidados de saúde e o direito dos cidadãos aos bens culturais (2002: 16).

Luta contra a pirataria ou prioridades mais elevadas?

As tentativas de impor por via legal o copyright em todas as partes do mundo estão a ser dificultadas em países onde, até há pouco tempo, este instrumento era pouco conhecido, devido a falta de vontade ou a impotência por parte dos governos (Deere 2009). Talvez o maior obstáculo seja a pirataria. Esta é praticada à escala industrial ou com intenções completamente diferentes por alguém em casa que está tranquila e livremente a permutar música com alguém noutra lado do planeta. Como deveríamos julgar isto?

Uma das consequências da globalização nas últimas décadas é o ter gerado um grande número de trocas que transgridem os limites da legalidade. Isso inclui a pirataria de música e filmes. Há também o tráfico de mulheres, de crianças e de órgãos humanos, a venda ilegal de armas, a lavagem de dinheiro e ainda paraísos fiscais, trabalhadores ilegais, drogas e também pirataria de propriedade intelectual. A filosofia das reformas neoliberais dos anos 80 e 90 visava a criação de economias abertas com o mínimo de obstáculos para o comércio e o transporte. O peso regulador e controlador do Estado tinha de ser reduzido ao máximo.

Por isso não deve surpreender-nos que o mercado negro e o comércio ilegal tenham florescido na sua cola. O Fundo Monetário Internacional, por exemplo, calcula que entre 700 e 1,750 mil milhões de euros de proveniência duvidosa estejam a circular entre bancos, paraísos fiscais e mercados financeiros (Le Monde, 23 de Maio de 2006). Se alguém ficou surpreendido com o estalar da crise financeira de 2008 é porque antes andava distraído. Parte do dinheiro não declarado que circula pelo mundo é destinada a acções terroristas (Napoleoni 2004).

A grande questão é saber se esta fuga à lei a grande escala pode ser travada, nomeadamente na área da pirataria de músicas ou filmes. Moises Naím afirma abertamente que não há meios para a travar. Temos que dar prioridade à implementação dos nossos mecanismos de detecção e dos nossos sistemas legal e penal. Ele formula dois princípios como linhas de orientação: antes de mais, o valor económico do comércio ilegal tem de ser drasticamente reduzido. “Limite-se consideravelmente o valor de uma actividade económica, e a sua importância diminuirá nessa proporção”.

O segundo princípio é reduzir o dano social (2005: 252).

Ao estabelecer os critérios de prioridade, o tráfico ilegal de mulheres crianças e órgãos humanos tem de ser decididamente combatido. Essas actividades corroem a civilização de uma sociedade. Se o Estado deixar de ter o monopólio do uso da violência e já não controlar até certo ponto os fluxos monetários, então deixamos de ter uma sociedade. Moises Naím não dá margem a qualquer equívoco quando se trata de drogas. Aqui a guerra está perdida e porque é que a droga seria um problema maior do que o abuso de outros estimulantes? O Estado deveria inclinar-se perante a 'realidade económica e entrar no negócio da droga. É uma atitude audaciosa, não aconselhável a quem queira ter relações cordiais com o maior poderio do mundo. Mas se sentirmos que não temos nada a perder, porque não?' (op.cit.: 84). Também não se mostra optimista quanto à possibilidade de se vencer a batalha contra a pirataria, tanto à escala industrial como à escala individual. Não por falta de motivação por parte dos detentores de direitos, mas porque os comerciantes ilegais, falsificadores e traficantes de material artístico ao nível individual estão mil vezes mais motivados. Então, evidentemente, a luta contra a pirataria terá de ser posta de parte juntamente com o instrumento dos direitos de propriedade intelectual.

A conclusão que ele tira é, pois, que a luta contra o tráfico de mulheres, de crianças e de órgãos humanos, contra a venda ilegal de armas e contra a lavagem de dinheiro é muito mais prioritária - e é já suficientemente difícil - do que andar por aí à caça da droga ou da cópia ilegal. A descriminalização e a legalização da droga e a livre troca de material artístico deviam ser opções a considerar. Isso reduz consideravelmente o valor para os comerciantes e o dano à sociedade (op.cit.: 252). Gostaríamos de acrescentar, talvez superflua-mente, que quando se trata de material artístico e conhecimento, os direitos de propriedade intelectual mais retiram do que contribuem para a receita de muitos artistas e para a permanência do domínio público do conhecimento e criatividade.

..... **Indústrias culturais, reabilitação do copyright?**

Num ponto, no governo de Tony Blair no Reino Unido, os direitos de propriedade intelectual ficaram fortemente ligados à criatividade, como se um não pudesse existir sem o outro. Isso poderia ser encarado como uma tentativa de reabilitar o

copyright, que perdera a sua aura de respeitabilidade para muitas camadas da sociedade, se é que alguma vez significou muito para elas. Com o advento da digitalização, a coisa tornou-se imparável: a música e, posteriormente, também os filmes passaram a ser intercambiados livremente. O governo britânico deve ter pensado o seguinte: vamos tornar claro que no futuro haverá maiores benefícios económicos se a cultura num país, numa região ou numa cidade se tornar numa indústria substancial. Contudo, para alcançar esse benefício, os direitos de propriedade intelectual teriam de ser aplicados com rigor. Isto, em qualquer situação, seria um incentivo para as autoridades desenvolverem uma aplicação rigorosa da política referente aos direitos de autor.

Em 1998 e 2001, uma Task Force especial do Departamento de Cultura, Media e Desporto (DCMS) do Reino Unido apresentou documentos com diagramas, nos quais se afirmava que um dos grandes objectivos da política cultural seria aumentar o potencial criativo das actividades culturais para que elas gerassem maior valor comercial. Indústrias Criativas foi então um nome genérico introduzido, que, segundo a definição, abrange as indústrias que têm a sua origem na criatividade individual, na arte e no talento, com potencial para a criação de riqueza e de emprego através da criação e exploração da propriedade intelectual (ver Rossiter 2006: 103, 4). Nessa esteira, conceitos como Economias Criativas, Cidades Criativas e Classe Criativa passaram a estar na moda.

Devemos aplaudir estas medidas? Não necessariamente. O incentivo para o desenvolvimento de actividades de natureza criativa que originem receita derivada da propriedade intelectual é a riqueza. Vale a pena vermos mais atentamente a definição nas suas partes constituintes.

Consideramos que o termo criativo foi mal escolhido. Ele pode aplicar-se a todas as actividades humanas e por isso não serve como conceito distinto. O que é pior é que o valor da criação artística para uma sociedade - como já foi referido - desaparece de cena e foi esquecido na definição. A palavra-chave na definição é indústrias; portanto estamos só a falar de Hollywood, de quatro gigantes da música e de algumas grandes editoras. Todas as outras actividades criativas, ou actividades culturais, se preferirmos, são produzidas e distribuídas por companhias geralmente pequenas ou médias. Está a ser fixado um objectivo - industrialização - impossível de atingir.

A definição sublinha que as actividades criativas têm origem na criatividade individual, na arte e no talento. Já atrás referimos que o aspecto individual representa uma perspectiva mais romântica do que realista. O desenvolvimento da criação artística e do conhecimento apoia-se em processos colectivos. Contudo, percebemos porque é que o aspecto individual é referido na definição. Os partidários das Indústrias Criativas são hábeis a demonstrar a necessidade do desenvolvimento dos direitos de autor e da propriedade intelectual. Ao fim e ao cabo, são direitos orientados para o indivíduo. Já referimos que o direito de autor representa um contributo surpreendentemente exíguo para a acumulação de riqueza da maior parte dos artistas. A definição sugere outra coisa; a Terra Prometida das Indústrias, Cidades, Economias e Classes Criativas será alcançada, se a propriedade intelectual for colhida em larga escala através dessas actividades criativas.

Ruth Towse aconselha a visitar o website de qualquer ministério da cultura ou região ou cidade; “ver-se-á que o mundo descobriu subitamente o poder económico da criatividade!”. Não fica claro o que se entende por criatividade e como pode ela ser promovida por uma política governamental. “Uma das políticas dominantes é o reforço da lei dos direitos de autor, na crença de que isso funciona como um incentivo aos criadores para produzirem novas obras de arte, música, literatura, etc. Contudo, o poder da lei dos direitos de autor para recompensar artistas e outros criadores parece ser limitado”. Por outro lado, Ruth Towse sublinha que o sistema é extraordinariamente generoso para os conglomerados culturais (2006: 1).

Uma série de razões

Há demasiadas objecções ao copyright para manter o sistema. Algumas são de carácter fundamental; outras têm obstruído o sistema nas últimas décadas. Entre estas está o mito que as indústrias criativas usam para nos convencer que a aplicação rigorosa dos direitos de propriedade intelectual gera riqueza. A pirataria – sobretudo à escala em que ela actualmente se processa – é um argumento mais recente. Intervenção forçada e sanções por desobediência constituem um novo fenómeno no âmbito do TRIPS. Em princípio, o copyright e outros direitos dos autores – tendo em conta as várias origens dos sistemas – estiveram sempre, como é natural, estritamente ligados à importância de assegurar os investimentos. Nas últimas décadas, o sistema tem tendido cada vez mais para a protecção do investimento e estamos

a falar de investimentos astronómicos que gozam de uma protecção cada vez maior e mais ampla. O preço a pagar por isto é o domínio público da criatividade artística e do conhecimento estar a ser cada vez mais privatizado, desgastado.

Em muitos sectores artísticos (talvez devêssemos acrescentar, superfluamente, que isto inclui também o entretenimento e o design) o copyright nunca cumpriu a expectativa de proporcionar uma receita razoável aos artistas. Isso não se deve apenas ao copyright; tem também a ver com as condições de mercado. Nos últimos anos, a desproporção das receitas entre as grandes vedetas e os artistas normais tornou-se gritante, mais do que nunca. Talvez seja possível rectificar essas deficiências de forma a reequilibrar as coisas. Mas não é certo. Muitos dos defeitos são inerentes ao modo como a globalização económica, sob o regime da neoliberalização, se implantou na nossa sociedade. Não vale a pena operar unilateralmente se o desequilíbrio do poder económico não for enfrentado, por exemplo.

Isto traz-nos de volta às objecções mais fundamentais ao copyright: a posse, o seu efeito censório e os direitos morais. Naturalmente, aqui podem aplicar-se diversos critérios. Há muitos que têm um problema real com o facto de a expressão artística estar na posse de privados que detêm os direitos exclusivos da sua utilização. Partamos do princípio aguentar este “mal” relativo por um período limitado – mas mesmo muito limitado – para o bem dos artistas e dos grupos criativos de modo a capitalizarem a suas criações e performances. No próximo capítulo iremos ver como este raciocínio é desenvolvido e quais as soluções propostas. Por outro lado, nós não concordamos com a ideia de que as expressões humanas, na sua forma artística, sejam monopolizadas ou privatizadas. Pensamos também que esta limitação legal é perfeitamente desnecessária para garantir as receitas dos artistas e os investimentos; no capítulo 3 e 4 apresentamos propostas visando uma estrutura económica inteiramente diferente do mercado cultural. A opção por um contrato de protecção legal limitada também não nos seduz. Uma vez surgida uma obra, devíamos ter o direito de a mudar, isto é, responder-lhe, readaptá-la, e não apenas muitos anos depois, após o copyright ter expirado. O debate democrático, inclusive sobre o estado da arte das formas artísticas de expressão, devia ter lugar aqui e agora e não quando perdeu a relevância. Não há, pois, lugar para direitos morais na nossa perspectiva. Substituímo-los, por exemplo, por actos ilegais e dolosos nos casos em que os artistas sentem que têm boas razões para se

queixarem de verem as suas obras inseridas em contextos que eles abominam.

É uma estranha sensação ter já chegado a uma linha de separação das águas neste ponto do nosso livro. Para nós, as razões para abandonar o copyright são inúmeras. Podemos, contudo, imaginar que muitas pessoas não quererão renunciar sem mais nem menos a esse instrumento mas que não deixam de o encarar de forma crítica. Poderá ele ser corrigido? É uma questão pertinente, que iremos abordar no próximo capítulo.

CAPÍTULO 2

ALTERNATIVAS NÃO SATISFATÓRIAS OU PIORES

Muitas e indesejáveis

Agora que os direitos de autor assumiram proporções tão vastas e indesejáveis, não admira que a sua credibilidade e legitimidade estejam em questão. Procuram-se, no entanto, alternativas que serão discutidas neste capítulo. Analisámos diversas abordagens que irão alterar os direitos de autor. A primeira é proposta por académicos e por alguns activistas que desejariam ver o regresso a outros tempos. O seu argumento é que o copyright, em princípio, é uma nem má ideia, mas ela ficou completamente fora de controlo. O que importa é o perspectivá-las suas proporções normais. A segunda abordagem diz respeito às aspirações de sociedades não ocidentais para garantir a protecção do seu conhecimento e folclore em relação aos caçadores furtivos ocidentais. O seu propósito é acrescentar uma variante colectiva ao carácter individual dos direitos de propriedade intelectual.

A terceira abordagem foca-se nos vários tipos de taxas que poderiam substituir ou simplificar o sistema de copyright. Como pode colectar-se mais eficientemente as deduções e como proceder para atingir uma distribuição mais equitativa dos rendimentos? Aumenta também a crítica sobre o modo de funcionamento das organizações de copyright e do facto de elas serem bastante burocráticas e gastarem demasiado em despesas correntes.

Uma quarta abordagem alternativa ao copyright abre-se em duas direcções diferentes, mesmo contraditórias. O que elas têm em comum é que ambas pretendem introduzir regulamentos baseados em leis contratuais, de modo a que o actual sistema de copyright se torne menos importante ou até completamente abolido. Ao potencial utilizador de uma obra artística é proposto um contrato que estipula como o trabalho pode ou não ser usado. A introdução do sistema de gestão dos direitos digitais facilitará o seu cumprimento; pelo menos é essa a intenção.

Mas quais são as diferenças de direcção? A primeira está expressa em Creative Commons. Os apoiantes querem tornar o trabalho artístico

disponível em condições óptimas para o público. Para conseguir isso, desenvolveram um conjunto de licenças ligadas a um trabalho, enquanto a sua posse privada se mantinha sob o copyright. Seja qual for a perspectiva de abordagem, eles são contratos. A segunda direcção foi concebida pelos conglomerados culturais. Eles sobrecarregam o público com condições restritivas, baseadas num sistema rígido de contratos e licenças.

As ideias sobre o copyright evoluíram, obviamente, em direcções diferentes, em parte devido à influência da digitalização. Os grandes empreendimentos culturais não queriam senão ser capazes de regular, gerir e controlar o uso do material artístico até ao mínimo pormenor. Outros grupos, como o dos académicos críticos do copyright e defensores dos Creative Commons, querem precisamente o contrário. Eles desejariam enfraquecer o sistema de copyright e promover, mais uma vez, a ideia de o interesse público desempenhar um papel significativo.

Estas são as alternativas já formuladas e postas em prática. E depois há milhões de outras pessoas que continuam a fazer downloading e uploading à sua vontade, como se o copyright não existisse. Para grande desgosto da indústria que, para além das penalidades, dedica grande atenção em tornar o público dependente do copyright. Contudo, será que isso ajuda? De facto não. Parece não haver qualquer tipo de educação ou de propaganda capaz de resolver (Litman 2001: 112, 5).

De volta aos velhos tempos

Os pontos de vista críticos sobre copyright tendem frequentemente a concluir que ele já se tornou demasiado prolongado. O período de protecção é muito longo e permite que o detentor beneficie demasiado. Outra queixa é que os direitos de uso legítimo dos cidadãos têm vindo a desgastar-se. Em teoria, os críticos podem concordar com alguns, ou muitos, dos argumentos apresentados no capítulo anterior.

Mas isto não os impede de acreditar que o sistema pode ser de novo reduzido a proporções normais e que é também relevante para o mundo digital. Pode acontecer que as tarefas de cópia e distribuição sejam praticamente gratuitos, mas esse trabalho tem também de ser criado e produzido, tem de ser melhorado por um editor ou director e divulgado para o mundo exterior. Isto implica custos que pelo menos, têm de ser recuperados de um modo ou de outro. Não deveria-

mos estar preocupados com o facto de editores ou produtores sem escrúpulos estarem a roubar trabalhos sem que o autor ou o editor original possam fazer algo? Será que o sistema confere alguma protecção e estabilidade que justifiquem os investimentos? (Vaidyanathan 2002: 92).

Como é que estes críticos imaginam que o copyright possa entrar na linha? Avançaram-se várias propostas. Antes de mais, reduzir fundamentalmente o tempo da protecção. Por exemplo, sugeriu-se vinte anos (Boyle 1996: 172), ou cinco, mas extensíveis a máximo de 75 anos (Brown 2003: 238), ou de 14 anos, extensíveis apenas uma vez (Economist, 30 Junho 2005). Estes números são baseados em cálculos, mas também, naturalmente, em estimativas sobre quanto tempo necessitará o verdadeiro autor de usar o seu trabalho para conseguir uma receita razoável; o mesmo se aplica ao produtor, para recuperação dos seus gastos. Estas estimativas parecem variar bastante consideravelmente.

Há ainda outra razão para dar de novo ao princípio do justo uso o lugar que ele merece. Justo uso é a terminologia americana. Na Europa, isso é coberto pelas excepções e restrições estatutárias que representam o interesse que a sociedade tem na retenção de conhecimento e da criatividade como parte do seu carácter, sendo estes, de facto, o conhecimento e a criatividade acumulados no decurso do tempo graças aos esforços dispendidos naquela sociedade específica. Sob o signo da excepção ao justo uso, por exemplo, foi possível usar fragmentos de um trabalho, ou mesmo todo o trabalho, para fins educativos ou científicos. O objectivo deste princípio é permitir que o conhecimento e a criatividade se desenvolvam mais, sem serem completamente privatizados. Este é o equilíbrio que os direitos de autor inicialmente pretendiam atingir: há criadores e produtores que têm um legítimo interesse em que os seus trabalhos gerem lucro, mas a sociedade tem também de ter acesso suficiente a esse trabalho.

Um ponto que apareceu em agenda nos últimos anos é que uma grande quantidade de trabalho ficou "órfão". Que significa isso? Está ainda dentro do sistema de copyright uma considerável quantidade de livros, imagens e filmes. Estes ainda não pertencem ao domínio público. No entanto, ao mesmo tempo, há muitos casos em que não há qualquer proprietário que explore comercialmente o trabalho, ou então o proprietário nem sabe sequer que possui o trabalho sobre o qual tem copyright. Agora que o período de protecção de direitos se tornou tão longo, há centenas de mi-

lhar de trabalhos que têm vindo a ser retirados do domínio público e a ninguém é permitido usá-los para qualquer fim sem se arriscar a pesada punição. Na maior parte das vezes, ninguém tem qualquer interesse apreciável na exploração comercial desses trabalhos ou na manutenção da integridade da criação artística. Tais trabalhos são designados por "órfãos". Por outras palavras, uma porção não pouco considerável da nossa herança cultural tem vindo a ser condenada à "hibernação".

Isto é um problema, para não dizer mais. Poderá fazer-se algo sobre isso? Em Janeiro de 2006, o US Copyright Office publicou um relatório que investigou a extensão do problema e apontou possíveis soluções. O sistema que o relatório defende é o da responsabilidade legal limitada. Significa isto que os utilizadores do trabalho presumivelmente "órfão" estão ainda a infringir o copyright mas, se eles realizarem uma pesquisa razoável, então não poderão ser processados se o proprietário aparecer. O proprietário tem direito, nesse caso, a receber remuneração do utilizador desse trabalho.

Mas o que é uma pesquisa razoável, poderá pensar-se? Acaba por ser uma aventura arriscada que progride num certo número de passos, tanto quanto pode verificar-se. Antes de tudo, tem de estabelecer-se se um determinado trabalho ainda está sujeito ao copyright. Isto está longe de ser simples pois pode haver vários períodos de aplicação e, em muitos casos, o fim desse período depende da data da morte do autor. É muitas vezes difícil, se não impossível, descobrir os autores ou outros detentores de copyright. Quando um trabalho já não está comercialmente disponível não é fácil obter informação bibliográfica. Mesmo que se consiga encontrar informação sobre o autor, o editor ou o distribuidor, isso não será suficiente para a identificação dos detentores do copyright. O autor pode ter transferido os seus direitos para uma terceira parte. Ou ainda, o copyright devido a uma empresa pode simplesmente ficar esquecido ao longo do tempo. A pesquisa razoável pode tornar-se ainda mais complicada se uma empresa entrou em falência ou foi trespassada. Que aconteceu, então, nestes casos, ao copyright? (Gowers 2006: 69-71)

Na Suécia, em Janeiro de 2006, foi criado um novo partido político, o Piratpartiet ou Partido Pirata, por cidadãos que evidentemente não se sentiam bem com o desenvolvimento actual do copyright. Não ganharam quaisquer lugares no parlamento, mas o partido ainda obteve algumas dezenas de milhares de votos nas eleições. Ao contrário do que

o nome sugere, o partido não é favorável à abolição dos sistemas de patentes ou de copyright, mas afirma que o “copyright tem de voltar às suas origens. Partilhar cópias ou, de qualquer modo, difundir ou utilizar trabalhos para usos sem lucro nunca pode ser ilegal, dado que esse uso justo beneficia toda a sociedade”. (IHT, 5 Junho 2006). O Piratpartiet ganhou subitamente muita atenção e grande afluência de membros quando, em Junho de 2006, mesmo antes das eleições, a polícia sueca retirou subitamente do ar o Pirate Bay, um muito popular programa de troca de sites musicais. Isto causou bastante reboliço. O programa noticioso da televisão sueca, Rapport, pôs o dedo na ferida proclamando que o “raide” sobre o Pirate Bay foi o resultado da pressão directa dos Estados Unidos sobre as autoridades suecas, quando o ministério público sueco já concluíra que o caso contra o Pirate Bay era demasiado fraco para justificar tal actuação. O governo sueco negou imediatamente a acusação (op.cit.). Entretanto, em 2009, um tribunal sueco condenou os proprietários do Pirate Bay.

Um ponto importante levantado pelos críticos é que os países já não têm liberdade para organizar o copyright como pensam ser adequado. São mais ou menos forçados a implementar padrões básicos de acordo com o Treaty on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS), o tratado WTO sobre aspectos negociais relacionados com direitos internacionais de propriedade intelectual (Deere 2009). Peter Drahos descreve o problema da seguinte maneira: “Os actuais estados desenvolvidos tinham uma liberdade considerável para planear as regras de propriedade intelectual. O regime de intercâmbio WTO retirou aos estados nacionais a liberdade de delinear as regras da propriedade intelectual”. (2005: 27)

Esta liberdade de delinear é muito importante, dado que os países se encontram em diferentes níveis de desenvolvimento. Eles deveriam ter espaço para ganhar acesso às fontes de conhecimento de que necessitam desesperadamente para o seu desenvolvimento. Dantes, os países dispunham desse espaço. Mas agora os países ricos estão a desviar-se dessas práticas e a pedir aos países em desenvolvimento que cumpram as condições que tornam difícil, se não impossível, o seu desenvolvimento. Os países ocidentais foram capazes de evoluir económica e tecnologicamente no século XIX usando, por exemplo, conhecimento que estava livremente disponível. Na conjuntura actual, os países pobres têm de orientar-se sem esse livre acesso ao conhecimento. Para eles o conhecimento está disponível, pois não têm meios

para pagar o acesso a ele, e partindo do princípio que lhes dariam autorização para o comprar e usar.

É por isto que Peter Drahos propõe o desenvolvimento de um tratado global sobre o acesso ao conhecimento, o qual tomaria a moldura de direitos humanos como ponto de partida “pois, tal como o regime de propriedade intelectual, eles são globalizados”. A moldura dos direitos humanos é ainda a coisa mais próxima que a comunidade internacional tem de um recurso comum de valores que possam ser usados para orientar as questões de acesso a e de propriedade de conhecimento... O esboço de tratado conteria o princípio de que os governos têm, uma obrigação, de acordo com a lei dos direitos humanos, de regular a propriedade segundo vias que promovam os direitos e os valores primários dos seus cidadãos”. (op.cit.: 16). Para pôr o assunto em termos mais gerais, “um tratado sobre o acesso ao conhecimento oferece aos países em desenvolvimento a oportunidade de estabelecer uma governação de assentimento que seja epistemicamente relevante e aberta às suas necessidades em oposição ao tipo de governação actual que é epistemicamente irrelevante e fechada ou prejudicial às suas necessidades”. (o.c.: 23). Na sua proposta, Peter Drahos fala principalmente de acesso ao conhecimento, mas as suas ideias sobre tal tratado são também relevantes, naturalmente, para as expressões culturais.

Consideramos, claramente, que a tentativa de dar ao copyright uma perspectiva humana inestimavelmente valiosa e indispensável, no campo rarefeito das opiniões críticas. É importante não fazer segredo do poder potencial do sistema, mas permear o debate público com a necessidade de ter um ponto de vista crítico do estado actual desta questão injustificável: afinal, trata-se de artistas, trata-se do domínio público.

Receamos, contudo, que estes argumentos críticos deixem de chamar a atenção para a questão principal e para a situação em que agora nos encontramos, no início do séc. XXI. Se bem que a duração do título de propriedade seja limitado em várias propostas, ficamos ainda com a propriedade de expressão artística. No capítulo anterior, acentuámos que esta posição é inaceitável para a comunicação social ou para o debate crítico. No capítulo seguinte, mostraremos que uma tal situação exclusiva e monopolista não é, de modo algum, necessária de um ponto de vista económico. A redução do copyright tem também de ser um pouco ou muito reforçada. É difícil dizer como tal

pode ser conseguido sem criminalização. Além disso, não deveriam as actuações policiais e actividades afins incidirem sobre as questões que são realmente prejudiciais à nossa sociedade e à sua existência contínua? Em muitos aspectos, a digitalização abalou este campo de contenda. É difícil imaginar que ainda haja lugar para um direito de protecção do tipo copyright. Garantir um razoável rendimento para os artistas não é propriamente a função mais importante do copyright. Por isso não há razão para conceder ao sistema uma vida longa.

Mas, acentuam muitos académicos, o copyright ainda é citado como um ponto essencial em várias declarações e tratados de direitos humanos. É mais do que um instrumento ocasional que possa ser posto de lado de qualquer maneira. Estamos a falar de um elevado valor moral. É, de facto, matéria para pensar. A única questão é se o conceito de copyright é de facto mencionado nesses documentos. A resposta é simples: não. A Declaração Universal de Direitos Humanos de 1948 estipula no artigo que deveria provar que o copyright é um direito humano – o artigo 27.2: “Todos têm o direito à protecção dos interesses morais e materiais resultantes de qualquer produção científica, literária ou artística da qual seja autor”. Não há uma palavra neste artigo sobre copyright e nenhuma razão para interpretá-lo desse modo. Os direitos morais de um autor podem ficar perfeitamente bem servidos, por exemplo, pela adaptação ou mesmo pela modificação do trabalho, desde que feitas correctamente. Seria necessária alguma imaginação para interpretar este texto como um artigo de proibição.

Vimos também, no primeiro capítulo, que o sistema de copyright usado no ocidente há mais de século e meio, pouco ou nada fez, para servir os interesses materiais da maioria dos artistas e há fortes razões para questionar se fez também algo por aqueles países que não são ricos.

Seria ir longe de mais alegar que o Artigo 27.2 atribui uma legitimidade acrescida à existência de copyright. Além disso, não se pode assumir que este artigo se refere explicitamente ao copyright. As declarações e tratados sobre direitos humanos existem para estatuir princípios básicos e não para instrumentalizá-los.

Por fim, há aqueles académicos que quereriam usar o copyright para assegurar exclusivamente os interesses financeiros dos artistas. Sugerem que deveria ser proibido que os artistas transferissem os seus direitos para terceiros, devendo

conservá-los para si – e os respectivos rendimentos – tornando-os menos dependentes das grandes empresas culturais. A questão é saber se o sistema de copyright pode ser restringido desse modo. A única resposta possível é não, não pode. O sistema não se presta a isso. No final de contas, é um direito de propriedade intelectual. A propriedade, por definição, é transferível. Qualquer apelo para impossibilitar a transferência de direitos é, portanto, também um apelo para acabar com o sistema de direitos de propriedade intelectual. Isso leva-nos então a um outro registo de lei, mas certamente já não o de copyright. Isto colide com os desejos de muitos críticos do copyright no sentido de melhorarem este sistema e promover os seus aspectos mais positivos.

Propriedade colectiva

A realidade é que muitos trabalhos de arte são produzidos colectivamente; o copyright – tendo uma orientação individual – é incapaz de lidar adequadamente com esta situação. Não será já tempo de encontrar uma solução apropriada para que o sistema possa controlar tais situações? Por exemplo, alguns artistas contemporâneos aliam forças e organizam as suas actividades em conjunto. Um segundo exemplo, quantitativamente o maior, é o de todos aqueles artistas em muitas culturas modernas não ocidentais, para quem a apropriação individual de criações e descobertas é um conceito culturalmente estranho. E, em terceiro lugar, há aquelas culturas em que a tradição desempenha ainda um papel dominante. Essas tradições providenciam um nível substancial de orientação para o desenvolvimento da criatividade e do conhecimento.

O que estes artistas e culturas têm em comum é que a apropriação individual do trabalho é rara ou inexistente. O copyright, tal como o conhecemos está, portanto, deslocado nestes contextos. Deverá inventar-se uma alternativa?

Não há muito a dizer sobre o crescente número de artistas contemporâneos que trabalham colectivamente, especialmente quando se trata de media digitais. Em geral, é impossível pelo menos para estranhos, dizer quem contribuiu para quê num trabalho específico. Para os que estão próximos do grupo de artistas em questão não é segredo quem teve influência decisiva na criação de um trabalho. Isto realça a sua reputação. Um número crescente desses artistas não dá real atenção ao copyright e também não se esforça por encontrar uma variante colectiva. Eles iniciam

os projectos, quer por encomenda quer para vender no mercado. Vendido o projecto, iniciam um outro. Obtêm o seu rendimento a partir do trabalho concreto que produzem. No capítulo quatro aprofundaremos mais em pormenor as novas vias de fazer negócio que se estão a desenvolver nos sectores culturais.

Não obstante, pode imaginar-se que esses artistas que trabalham colectivamente não apreciariam muito que qualquer outro pretendesse ser dono do seu trabalho e o registasse. Assim, procuram modos de evitar tais formas de apropriação em situações deste tipo. Por outro lado, por exemplo, permitem que o seu trabalho seja usado para fins não comerciais. Os Creative Commons poderiam fornecer aqui uma solução, desde que o sistema de copyright ainda exista. O princípio básico é que o copyright de uma obra não seja negado (no fim de contas, este direito está coberto por definição quando um trabalho é criado). Então os outros poderão dar uso mais ou menos livre ao trabalho, em certas condições. Com efeito, isso é conseguido atribuindo as licenças desenvolvidas por Creative Commons.

Mesmo que eles não estejam realmente interessados na posse da propriedade do autor, o próprio facto de o sistema existir significa que têm de lidar com ela, ou pelo menos com uma sua variação crítica. Não pode negar-se que a apropriação privada existe indubitavelmente. O melhor é entrar no jogo, mas com as nossas próprias regras.

O copyright, todavia, enfrenta um desafio totalmente diferente nos países não ocidentais modernos que são em geral pobres ou extremamente pobres. No contexto da nossa análise é importante ter em mente que o fenómeno de apropriação individual de expressões artísticas é desconhecido ou desempenha um papel secundário na maioria das culturas. Vêm-se de repente confrontados com duas realidades. Por um lado, é possível que os artistas disponham de mercados mais vastos como resultado da modernização da sociedade e da tecnologia a ela associada. Os produtores, as empresas de registo e outros intermediários oferecem os seus serviços e por vezes influenciam também o conteúdo do trabalho. Esta prática traz à cena o copyright.

Por outro lado, esses países não têm escolha. A sua participação no WTO resulta na incorporação dos requisitos do TRIPS na sua legislação (Deere 2009). A transição de nenhum copyright para um sistema muito complexa implica enormes alterações. O material artístico que costumava pertencer

à comunidade e estava disponível para todos usarem – talvez guiado e limitado até certo ponto pela lei da comunidade - pode de um momento para o outro ser reclamado por um artista como sua propriedade individual, que já não será usada ou adaptada como tal por outros. Então aquilo a que se assiste é ao desaparecimento da ideia e da realidade de expressões colectivas que estavam à disposição de todos.

No caso das patentes, é mais fácil demonstrar que o conhecimento local, por exemplo, está a ser expropriado e a cair em mãos privadas, geralmente em detrimento da população local. É mais difícil mostrar que as culturas locais estão a ser fundamentalmente alteradas pela apropriação privada das formas de expressão artística. A lógica aparente do copyright é matraqueada em cada homem, mulher e criança com uma força opressiva a que se torna difícil responder coerentemente. Isto levanta, de qualquer modo, a estranha questão do porquê de estes países introduzirem um sistema inapropriado ao século XXI. Será que isto faz sentido?

Deveremos ter em atenção que, nos princípios dos anos 90, os países em vias de desenvolvimento resistiram à introdução de um tratado sobre aspectos comerciais dos direitos de propriedade intelectual. Um dos seus argumentos foi ser estranho haver direitos de propriedade intelectual incorporados no WTO, que pretende ser, acima de tudo, um tratado de livre comércio, enquanto que os direitos de propriedade intelectual estabelecem posições monopolistas em relação ao conhecimento e à criatividade. Esta é uma contradição de terminologia. Aqueles países objectam ainda ao carácter uniforme do TRIPS e ao seu elevado nível compulsivo de protecção. O monopólio sobre a propriedade de conhecimento e de ideias, nas mãos de empresas de países ricos, ficaria reforçado por este tratado. Ficaria somente alargado o fosso tecnológico entre Norte e Sul. O TRIPS tornaria mais fácil a transferência de capital dos países em desenvolvimento para os países economicamente desenvolvidos. (Deere 2009: 1) Peter Drahos acentua que o colonialismo deixa os seus traços na extensão do sistema de copyright destinado a proteger os interesses dos exportadores desse copyright. Cada revisão sucessiva do sistema de copyright trouxe um conjunto mais elevado de padrões. Quando os países perderam o seu estatuto colonial, foram confrontados com um sistema que, como ele diz, “era conduzido por um clube de antigos ou diminuídos poderes coloniais do Velho Mundo ao serviço dos seus interesses económicos”. (2005: 9). Com o TRIPS,

o tratado WTO de aspectos relacionados com o comércio de direitos de propriedade intelectual, este processo foi acelerado.

A terceira situação na qual o copyright está em disparidade com acordos colectivos, pode ser encontrada em sociedades em que a tradição, o conhecimento local e o folclore são ainda aspectos vivos da cultura. Onde não há distinção, por exemplo, entre conhecimento e espiritualidade e onde todas as facetas da vida, da natureza e da terra fazem parte de um círculo. Essas culturas encontram-se geralmente entre os segmentos mais pobres da população das respectivas sociedades. Aquelas pessoas estão mergulhadas numa situação em que estão a ser-lhes roubados o conhecimento tradicional e as tradições sagradas essenciais à sua identidade, em geral por empresas ocidentais apoiadas em direitos de propriedade intelectual. Temos de encarar a realidade de que aquelas sociedades não estão apenas unidas pela ligação com os seus antepassados mas também muitas vezes severamente divididas por lutas internas de poder sobre a posse da terra, recursos naturais, conhecimento, controlo social e representação cultural, em muitos casos devido a anteriores formas de colonialismo, opressão política e processos de modernização.

Qualquer que seja o ponto de vista, tornou-se bastante clara a maneira como estas culturas foram tratadas e como sofreram exploração e puro roubo nas últimas décadas. Um importante marco foi a Convenção sobre Diversidade Biológica de 1992, que reconheceu o valor do conhecimento tradicional no que respeita à protecção de espécies, ecossistemas e paisagens. Para a protecção destes valores desenvolveu-se a ideia de que deveria criar-se um regime especial de direitos de propriedade intelectual, um sistema mais apropriado para a protecção da posse colectiva do conhecimento e da criatividade. Se os direitos de propriedade intelectual protegem indivíduos e companhias, então por que não transformar o sistema e adaptá-lo a situações em que não esteja identificado qualquer possuidor individual?

Esta tarefa não foi, e ainda não é, simples. Em meados de 1990, a questão foi colocada na agenda da WIPO, Organização Mundial de Propriedade Intelectual, que estabeleceu um Comité Intergovernamental para a Propriedade Intelectual e os Recursos Genéticos, o Conhecimento Tradicional e o Folclore. Após demoradas negociações, em 2005 foi proposto um esboço de texto de objectivos políticos e princípios fundamentais respeitantes à Protecção de Expressões Culturais Tra-

dicionais / Expressões de Folclore. As ideias aí formuladas não vingaram devido a objecções dos Estados Unidos e do Canadá.

A objecção política não é, no entanto, a única coisa que anulou este projecto. Chegar a acordo sobre o que um tratado de protecção de direitos de propriedade intelectual deveria incluir é bastante complicado. Para ser honesto, é quase impossível transformar um tratado que se destina expressamente a regulamentar a apropriação individual num instrumento que proteja os direitos colectivos. O copyright exige uma fonte de criação individual identificável; exige uma forma fixa e os direitos são de duração limitada. Em culturas em que todos os aspectos da vida estão interligados é impossível identificar tais elementos.

Para mais, os membros dessas sociedades rejeitam a própria ideia, dado que as suas tradições e culturas estão enraizadas em princípios inteiramente diferentes. Existem aspectos nas culturas que deviam permanecer secretos, ou que não deviam ser segmentados, quanto mais vendidos. Há ainda a questão de quem deveria ser o portavoz de tal sociedade e quem poderia defender os seus interesses no que respeita a direitos colectivos. Quem decide qual é o uso correcto e o que excede esse limite? Isto dará por certo origem a conflitos.

A duração limitada – em princípio – do copyright torna a criação de um direito colectivo de propriedade individual uma tarefa precária. Estas sociedades proclamam que o seu conhecimento, tradições e folclore existem há séculos. Assim sendo, esses valores e objectos materiais seriam já do domínio público há longo tempo. Não pode deixar de dizer-se que essas sociedades não têm em vista todo esse espectro quando exigem um sistema de direitos colectivos de propriedade intelectual. Conhecimento, tradições e folclore pertencem-lhes até ao fim dos tempos. O que se faz e se pensa nessas sociedades é parte da boa gestão de conhecimento, expressões culturais e cultura que seguem de mão dada com a terra e a natureza. A lei do uso e costume decide quem pode usar os diversos tipos de conhecimento e criatividade artística, quando e em que lugares específicos e que obrigações defendem o uso do conhecimento e da criatividade artística. O que é mais, um dos princípios básicos dos direitos de propriedade intelectual é que a posse pode ser transferida. As sociedades em que o conhecimento tradicional e o folclore têm um papel importante ficariam estarecidas com a ideia de que as suas valiosas tradições fossem negociadas. Isso seria intolerável.

vel. Por todas estas razões, a tentativa incluída no WIPO de transformar o sistema de direitos de propriedade intelectual numa construção para a posse colectiva estava destinada ao fracasso.

Avançaram-se ideias para atribuir ao conhecimento intelectual e à herança cultural destas sociedades o estatuto de herança humana comum ou bens públicos globais. Não negamos que existem nessas sociedades elementos de conhecimento partilhados, mas as actividades comuns são baseadas na reciprocidade. Desde que existe o sistema corrente de copyright, essas comunidades indígenas locais não se sentirão exactamente felizes por oferecerem ao mundo, como presente, a sua herança cultural e o seu conhecimento tradicional. No passado, muita da apropriação e uso por outros do seu conhecimento tradicional não foi caracterizado pela reciprocidade.

No capítulo anterior, sugerimos responsabilidade legal por actos danosos e ilegais seja substituída por direitos morais. Recomendámos esses instrumentos como um meio de evitar que as criações artísticas a sejam usadas em contextos que são inteiramente contrários aos valores caros a um autor ou artista essenciais para a sua integridade. A invocação de um acto danoso e ilegal pode funcionar também para as comunidades em que as tradições e o folclore desempenhem ainda um papel importante. Ao mesmo tempo, isto pode providenciar jurisprudência nacional e internacional, feita à medida das situações específicas em que populações locais considerem a apropriação lesiva dos seus valores. Um dos requisitos é que se reúnem fundos e peritagem para permitir o efectivo acesso aos tribunais das pessoas dessa sociedade.

.....

Colecta e fiscalização colectivas

.....

Uma visão crítica inteiramente diferente do copyright incide sobre o modo como è colectado e distribuído. Este tópico provoca muita irritação. Os utilizadores de material artístico são incomodados por várias organizações, todas elas cobrando diversos tipos de direitos e no domínio digital esses direitos vão-se tornando cada dia mais difíceis de cobrar. Também nem todos ficam felizes com a distribuição de verbas colectadas. Quando se fazem estimativas sobre o número de vezes que uma determinada obra é tocada ou vista – e tais métodos de amostragem são muitas vezes quase inevitáveis – as taxas são em geral exponencialmente mais favoráveis aos artistas que são frequentemente ouvidos e vistos do que para

aqueles que recebem menos atenção. Portanto, a questão óbvia é se isto não poderia ser mais fácil e mais justo.

Para além disso, as organizações de copyright tornam-se bastante impopulares, dado que os directores e administradores recebem muito frequentemente salários e remunerações extremamente elevados, como foi divulgado, por exemplo, num relatório francês de 2005 (Le Monde, 9 de Julho de 2005). Pelo lado positivo, no entanto, várias organizações europeias de copyright põem uma parte das verbas que recebem em fundos culturais que por vezes desempenham um papel importante como co-financiadores da vida cultural. Esta prática baseia-se na filosofia de que os direitos de autor deveriam encontrar um equilíbrio entre os direitos privados dos detentores de copyright e o progressivo desenvolvimento da vida cultural numa sociedade específica.

Não é certo que esses fundos sejam capazes de sobreviver à tempestade neoliberal do WTO, que, em princípio, proíbe os cidadãos – e talvez os residentes estrangeiros – de um determinado país de terem acesso único a fundos (semi-) públicos. Isto baseia-se no princípio do National Treatment, que assume que os cidadãos de outros países deverão, em princípio, ter os mesmos direitos e privilégios que os cidadãos de um país específico. O National Treatment é, assim, uma ameaça não somente para todos os subsídios, mas também para a existência de fundos culturais de organizações de copyright. A acção e o suporte nacionais (semi-) públicos para o benefício da produção, distribuição e promoção das expressões culturais não pode continuar a ser mantido se esses sistemas tiverem de abrir as suas portas a todos os cidadãos do mundo!

Com a introdução da digitalização e da troca entre pares de material artístico, as organizações de copyright – e com elas os conglomerados culturais – estão a ser confrontados com um desafio que até à data não foram capazes de resolver. A sua reacção inicial foi, e ainda é, que os milhões de utilizadores ilegais de material artístico têm de ser penalizados. Boa sorte para eles! Isto tornou-se mais difícil do que se esperava e mesmo multas pesadas não têm qualquer efeito sobre a prática generalizada de downloading ilegal. Alguns dias antes do Natal de 2005, um surto repentino de realismo deu a certo número de senadores em França a ideia de iniciar um sistema de simplificação do sistema da cobrança do downloading. Eles sugeriram a introdução de uma licença geral pela qual toda a gente pagaria uns quantos euros

para o downloading ilimitado de música ou filmes. Tinham boas razões para assumir que isto reduziria substancialmente o downloading ilegal. Afinal de contas, quem não estaria preparado para pagar aquela insignificante quantia? Isto acabaria com a criminalização de cidadãos inocentes e daria ao sistema a possibilidade de sobreviver ao ciclone digital.

Apesar do facto de aquela proposta ter sido aceite no senado francês, na noite de 21 de Dezembro de 2005, os astros não foram favoráveis a esta corajosa iniciativa. A maioria das organizações de copyright em França – e há bastantes, uma para cada imposto – ficaram furiosas e rejeitaram a proposta, apoiadas pelos conglomerados culturais, liderados por Vivendi, que é originário da França. Temiam que isto colocasse os detentores de copyright numa posição desfavorável. Insistiam portanto que o estado francês continuasse a criminalizar os utilizadores ilegais que – como vimos no primeiro capítulo – constituem uma enorme sobrecarga para o mecanismo de investigação criminal. De facto, eles tinham os políticos mais importantes do seu lado. Ambos os candidatos presidenciais da França, na primavera de 2007, fizeram o voto solene de combater a pirataria.

Regressemos a Março de 2006: Numa segunda volta de votações, o parlamento francês rejeitou a proposta de uma licença geral e substituiu-a por uma penalização de 38 euros por cada download ilegal e um extra de 150 euros pela sua distribuição ilegal. Isto pode atingir enormes quantias. No entanto, esta correcção substancial não chegou para satisfazer as grandes empresas comerciais e ainda menos as organizações de copyright. Elas argumentaram que as multas eram demasiado baixas, tornando difícil detectar os downloads ilegais. Ficaram convencidas de que as multas não desencorajariam o downloading ilegal.

Em Julho de 2006, o sonho de uma atitude mais normal para o downloading desabou quando o Tribunal Constitucional Francês declarou serem ilegais os castigos limitados para troca de material artístico. Isto varreu a tentativa do ministro francês da cultura, Renaud Donnedieu de Fabre, que estava a esforçar-se para encontrar uma solução para a troca massiva de ficheiros de música e de vídeo. O tribunal invocou os direitos de propriedade tal como constam da Declaração Francesa de Direitos Humanos de 1789. A interpretação é que a propriedade é um direito virtualmente absoluto que se aplica quer a uma peça de música quer a uma casa. Os juizes do Tribunal Constitucional Francês parecem estar ainda a viver em 1789 e

poder-se-ia mesmo pensar se eles estariam a dar ao assunto a atenção devida. Afinal de contas, em qualquer altura da história a relação das pessoas entre si respeitantes a um objecto ou a um certo valor ou forma de expressão – ou seja, a essência da propriedade – foi sempre o resultado de controvérsia social (Nuss 2006: 217, 223-7; Rose 1993: 8). É um mistério o porquê de não haver grandes manifestações na França contra a interpretação não-histórica do conceito de propriedade do Tribunal Constitucional.

Em qualquer caso, ao rejeitar a proposta de multas relativamente limitadas, o tribunal pôs no mesmo saco as trocas de música entre pessoas comuns com as dos falsificadores profissionais (IHT, 29/30 Julho de 2006). Pensamos que a França perdeu a oportunidade de dar um exemplo. Só pessoas de outro planeta podem negar que o actual sistema de copyright e os vários tipos de cobrança são no mínimo irritantes. – Se bem que o mesmo se aplique a muitos outros países, isto coloca a França de volta à estaca zero: criminalização dos utilizadores ilegais, o que já provou ser uma tarefa diabólica, tornando, por exemplo, as empresas de gravação impopulares junto dos seus clientes.

Se há tantos inconvenientes criminalização, então temos de procurar outras soluções. A questão é: haverá um ponto em que os infractores da lei sejam apanhados e possam ser severamente julgados? A resposta é sim e é aqui que surge a figura do procurador. A ideia é que um corpo de leis estabeleça, em nome do estado alguém quebrou a lei ao fazer downloading ou uploading de música ou de filmes sem pagar. O procurador é, então, encarregado da tarefa de suspendê-los dessa actividade durante algum tempo, nomeadamente da Internet. Pelo menos é este o teor da lei apresentada ao Senado Francês e à Assembleia Nacional no início de 2009.

Pode dizer-se que isto é relativamente drástico, de facto tão drástico que é inaceitável por várias razões. A privacidade do utilizador é seriamente invadida. Mais ainda, não é certo, por exemplo, que o computador em que foi detectada a ofensa seja de facto usado pela pessoa que é oficialmente o seu dono. Parece que a busca de um sistema de taxas que seja fácil de implementar e possa contar com uma larga aceitação social é afinal muito promissora. Para ser mais preciso, o parlamento francês rejeitou a implementação de um sistema destes na primavera de 2009. No entanto, o governo britânico anunciou, em Agosto de 2009, que iria fazer mais uma tentativa. A

Inglaterra, contudo, pode esbarrar também com o Parlamento Europeu, que considera um direito humano o estar ligado à Internet. Só um tribunal pode decidir se alguém pode ser punido com o impedimento de acesso à Internet. Tentem imaginar como ficará sobrecarregado o trabalho dos tribunais se tiverem de atender centenas de milhares de partilhadores ilegais de ficheiros.

Também se poderia encontrar um simplificação do sistema de copyright impondo uma taxa única (a licença geral já discutida e que não foi realizada em França), um qualquer tipo de taxa sobre música, filmes, livros e material visual. Esta é a ideia e a esperança. Aqui a questão é ainda encontrar um momento adequado para impor o imposto uma só vez. A vantagem é que todos os outros tipos de taxas se tornam supérfluos, o que resolve de vez a luta sem sentido entre as grandes empresas discográficas e as organizações de copyright por um lado, e os pares permutadores, pelo outro (Fisher 2004: 199-258).

Todavia, uma tal abordagem não parece que possa oferecer o alívio esperado. Nalgumas partes do mundo já se aplica, por exemplo, por meio de um aumento de preço das cassetes em branco. Mas existem ainda muitas questões sem resposta. A que tipo de equipamento deveria a taxa ser aplicada? Por quem? Por que razão pagariam as pessoas que não planeiam fazer o download? Quanto é que vai ser cobrado para pagar a quantos artistas e detentores de copyright o que é devido pelos seus trabalhos artísticos? Como será aferido aquele que vai receber quanto dinheiro em relação ao volume do consumo? É o artista, ou o produtor, ou uma empresa que detém o copyright? Que grupo vai fazer a distribuição do dinheiro e qual a sua fiabilidade?

Com tantas questões e a luta de poder envolvente no que respeita à sua interpretação, tal taxa única parece que o barco se afundará mesmo antes de se fazer ao mar. Outra opção para a fiscalização podia ser taxar as empresas que usam material artístico para atingirem os seus objectivos corporativos – e isso significa praticamente todas, numa pequena percentagem do seu lucro. As cobranças efectuadas são então colocadas num fundo do qual os artistas são pagos para projectos futuros (Smiers 2003: 214, 5). Mesmo esta solução, que tem o encanto da simplicidade, tem sem dúvida desvantagens. Porque é que os consumidores privados não deverão pagar pelo seu entretenimento? Ainda mais difícil de aceitar é que a relação entre o trabalho que um artista realiza e o seu pagamento desaparece completamente.

Em suma, a fiscalização esconde um certo número de problemas. É difícil chegar a um consenso sobre que taxas deveriam ser cobradas, quanto deveria ser colectado e a quem deveria ser pago. O mínimo que se pode dizer é que a relação entre um trabalho artístico concreto e o pagamento não é clara. É impossível concluir de outro modo no que respeita à fiscalização baseada no copyright e na distribuição das taxas cobradas. Tem ainda de encontrar-se uma resposta correcta – ou talvez nunca se encontre.

Remendos versus Creative Commons

Como dissemos, há mais uma abordagem que pode pôr em perigo o futuro do sistema de copyright. É declarar a relação contratual entre o detentor do copyright e o utilizador. Os Creative Commons fazem exactamente isso. A posse do copyright de um trabalho é reconhecida, mas depois acrescenta-se uma licença estipulando o grau em que alguém pode usá-lo mais ou menos livremente.

Em alternativa, pode utilizar-se o mesmo mecanismo, quando se põe uma série de condições restritivas ao uso. Esta é a abordagem para a qual tendem as indústrias culturais. Para fazer cumprir efectivamente o contrato, ou pelo menos é o que se espera, o uso é restringido pela gestão de direitos digitais (DRM), também referido como gestão das restrições digitais (IHT, 15 Janeiro de 2007). De facto, a indústria está a abandonar o copyright o que na realidade tem a intenção de criar um equilíbrio entre os interesses legítimos de artistas e os seus produtores por um lado, e, por outro, os interesses que a sociedade tem no conhecimento e a criatividade artística desenvolvida no seu meio. O contrato não faz quaisquer concessões: é pegar ou largar.

Hoje em dia, não se põe em dúvida que o DRM seja o sucesso estrondoso que se sonhou. Por exemplo, os sistemas que foram testados até agora foram rapidamente destruídos pelos utilizadores de DVD. Isto nada contribui para a popularidade dos conglomerados culturais, que já se tinham tornado impopulares como cães de guarda do sector do entretenimento. Ao mesmo tempo, como Tyler Cowen, podemos questionar-nos se toda a guerra contra a partilha de ficheiros não passa de uma falsa questão. As novas tecnologias usam software para detectar estações satélite de rádio de e identificar as canções desejadas. Então o software faz uma cópia da música para o

ouvinte de modo perfeitamente legal (2006: 105). A restrição de distribuição de música, filmes, livros ou material em imagem confronta-nos com outro problema. O produtor ou possuidor dos direitos e o distribuidor formam, por assim dizer, um cartel, que mais nenhum grupo de mercado pode penetrar. Para dizer de outro modo, os sistemas não são intra-operáveis. O exemplo elementar de como isto está em oposição à lei da competição é o iPod da Apple, no qual só se pode passar música descarregada usando software iTunes da Apple. Tem havido tentativas para desencadear acções contra isto em diversos países europeus, mas sem qualquer sucesso apreciável.

Agora a indústria está a ter cada vez mais dificuldade em ser paga pela utilização da sua propriedade intelectual no domínio digital - por enquanto talvez com excepção da Apple. A publicidade em MySpace, YouTube e muitos outros sites semelhantes está a aumentar. Pode imaginar-se que as companhias de registo e espaços semelhantes ao MySpace e YouTube ainda não deixaram de discutir sobre a distribuição dos lucros da publicidade. Naturalmente a questão é, quantos utilizadores de anúncios estão preparados aguentar isto: Haverá um ponto de saturação? E quantos anúncios e publicitários há no mercado para financiarem essas centenas de sites e torná-los rentáveis? É impossível dizer o efeito que a crise económica que atingiu o mundo em 2008 terá sobre as exigências de publicidade e os orçamentos das empresas.

Se a economia terminar realmente numa recessão, então quanto ficará disponível para a publicidade? Talvez mais inicialmente, mas depois? Isto pode então ter implicações a longo prazo para sites criados para obter o lucro através da publicidade paga. Será que uma quantidade deles fechará as suas portas digitais? Também não é impensável que a retracção dos orçamentos de publicidade sejam transpostos dos media antigos, tais como jornais, rádio e televisão, e usados para tentar os utilizadores digitais a comprar produtos e serviços. O que já se tornou claro é que, com a fuga para a publicidade como fonte de financiamento, o campo do copyright está a ser abandonado.

Ideologicamente, o Creative Commons está estruturado de maneira totalmente diferente daquilo que a indústria cultural está a esforçar-se para alcançar. Qual é o objectivo? A ideia é que o trabalho de A estaria disponível para o uso por B, sem obstáculos resultantes do copyright. Por outro lado, B não pode apropriar-se do trabalho de A. Porque não? O Creative Commons vincula A a conceder uma licença pública para o uso do seu

trabalho: continua, faz o que quiseres com o trabalho, desde que não o incorpores em propriedade privada. O trabalho é portanto o sujeito de uma forma vazia de copyright. Estes copyrights vazios são a mais extrema opção de licenciamento que um autor tem sob o Creative Commons. Contudo, em geral o autor escolhe reservar alguns direitos. Estritamente falando, esta é uma forma baseada na lei contractual.

O aspecto apelativo de construções como o Creative Commons é que, até certo ponto, torna possível encontrar um caminho para sair da selva do copyright. O sistema é, sem dúvida, benéfico para museus e arquivos que queiram partilhar o seu vasto acervo de herança social com o público, mas desejem evitar que outros se apropriem subrepticamente desta herança e reclamem, a todo o custo, copyrights sobre ela. Enquanto existir o sistema de copyright, o Creative Commons parece ser uma solução útil que pode servir de exemplo. Envolve, no entanto, algumas dificuldades.

Antes de tudo, o Creative Commons não dá qualquer indicação de como uma vasta diversidade de artistas através do mundo, os seus produtores e os grupos que distribuem o seu trabalho podem obter ganhos razoáveis. Esta é também uma das objecções que pomos ao livro de Yochai Benkler, publicado em 2006, *The Wealth of Networks. How Social Production Transforms Markets and Freedom*. Neste livro, Yochai Benkler elimina o mercado, substituindo-o por redes, produção fora do mercado, projectos de colaboração em grande escala e produção de pares de informação, conhecimento e cultura (2006:1-5). Geert Lovink sugere que Yochai Benkler deveria alterar o nome do seu *The Wealth of Networks* para *The Poverty of Networks* "porque não há, pelo menos até agora, praticamente nenhuma riqueza (medida em moedas fortes) em torno de redes com base na Internet, que seja acessível aos membros individuais" (2008: 240). Lawrence Lessig não pode ser acusado de se preocupar muito com os rendimentos dos artistas no seu livro *Remix*, publicado em 2008, que é incidentalmente um remix do seu trabalho anterior. De facto temos de concluir que nem ele nem Yochai Benkler ou os Creative Commons desenvolveram um modelo económico para o modo como os artistas podem obter um rendimento. Esta questão precisa desesperadamente de resposta. Pode dizer-se que também Chris Anderson e o seu *Free, The Future of Radical Price* (2009) não se preocupa muito com o número de artistas que vão obter uma receita decente.

Uma segunda objecção às abordagens na linha Creative Commons é que eles não questionam fundamentalmente o sistema de copyright. Qualquer que seja o ângulo de abordagem, as licenças Creative Commons conferem ao autor a posse e uma forma de controlo do seu trabalho. O nome Creative Commons é por conseguinte inexacto, dado que o sistema não origina direitos comuns, mas direito de propriedade, que é então, para dizê-lo de forma irreverente, libertado.

Uma terceira objecção provavelmente essencial ao Creative Commons é que ele é uma união de vontades. Os Conglomerados Culturais, que detêm a posse de largas quantidades da nossa herança cultural passada e presente não são abrangidos. Isto diminui e limita a ideia apelativa de Creative Commons.

Por fim tem de dizer-se que o Creative Commons não fornece uma resposta adequada às objecções ao copyright que delineámos no capítulo anterior. Para o Creative Commons, e o seu primeiro defensor, Lawrence Lessig, a posse de material artístico é uma vaca sagrada que não pode ser tocada.

Que pode concluir-se da discussão feita neste capítulo? As tentativas de adaptação do copyright às necessidades do século XXI provaram não fornecer uma resposta adequada aos problemas fundamentais e práticos que formulámos no capítulo um. É talvez uma pena, mas não é o nosso modo de ver a questão. No fim de contas, há uma melhor maneira de garantir a muitos artistas e seus intermediários um rendimento razoável, garantindo ao mesmo tempo que o domínio público da criatividade artística e do conhecimento não seja privatizado. Isto é o mercado. Com uma condição: que o mercado não seja dominado de nenhuma maneira por qualquer força. Isto significa não haver lugar para o copyright, mas também para nenhuma das empresas culturais dominantes no mercado.

CAPÍTULO 3

UMA PLATAFORMA CULTURAL EQUITATIVA

.....
**De uma perspectiva legal para uma
perspective económica**
.....

Nesta fase da nossa argumentação, a atenção muda do campo legal para o campo económico. Deixemos então para o copyright e vamos tentar perceber se o mercado pode ser estruturado sem que essa forma de protecção seja necessária.

A primeira questão a ser suscitada é aquilo que se pretende alcançar no mercado cultural. Tendo em vista aquilo que se discutiu nos capítulos anteriores, as respostas mais óbvias são: Que muito mais artistas conseguiriam ganhar um razoável rendimento do seu trabalho do que actualmente.

Haveria numerosos proprietários das fontes de produção, distribuição e promoção, uma vez que o poder de acesso às obras deveria ser distribuído do forma mais diversificada.

Deveria haver um extenso e livre acesso ao conhecimento e à criatividade artística de domínio público.

E as audiências não seriam inundadas pelo marketing de um número restrito de top stars. Seriam livremente expostas a uma grande variedade de expressões culturais, de entre as quais poderiam fazer a sua livre escolha.

Como é que pensamos poder alcançar isto? O nosso ponto de partida, por muito surpreendente que pareça, é o empreendedor. Pode ser tanto o próprio artista, como alguém que o represente, como o produtor, editor ou uma entidade promotora. A principal característica de um empreendedor é que ele ou ela corre riscos - neste caso em actividades na área cultural - que são inerentes às oportunidades e ameaças da sua própria especificidade. Já se especulou e filosofou muito sobre empreendedorismo, o correr riscos e a atitude que o empreendedor deve adoptar: Ele ou ela deve pensar e agir de forma pró-activa, por outras palavras, deve ser capaz de estar um passo à frente da concorrência, deve pressentir as ameaças e as oportunidades aproximarem-se e deve estar perspicazmente ciente do que está a acontecer, quer na sua área de acção mais res-

trita, quer num campo mais abrangente. A crise económica e financeira que rebentou em 2008 demonstrou de forma clara que muitos que se proclamavam empreendedores não tinham essa atitude pró-activa de prever com antecedência e em todas as direcções.

Um factor raramente mencionado no contexto do empreendedorismo são as condições que permitam que um grande número de pessoas possa correr riscos. Como é que esse mercado deve ser construído, como é que o equilíbrio de poderes deve ser organizado e que tipo de regulações devem estipular os limites e garantir as oportunidades na esfera do empreendedorismo? É sobre isso que este capítulo se vai debruçar.

Impusemo-nos, pois, uma tarefa difícil. O que queremos alcançar é um Mercado que cumpra uma condição específica. Não deveria haver uma força tão dominante que pudesse influenciar o mercado para sua própria vantagem. Essa, parece-nos, é condição essencial para a concretização dos objectivos que acima formulámos. Só para vos lembrar: não à concentração de propriedade e sim à propriedade altamente diversificada; logo uma oportunidade razoável para muitos artistas; uma escolha sem restrições para as audiências recrutadas de um leque extremamente largo e a retenção de um domínio público muito vasto de criatividade artística e de conhecimento que não possa ser privatizado.

Nos mercados culturais do presente há duas formas de domínio indesejável. Em primeiro lugar o copyright. Já falámos demoradamente sobre isso. Dá ao proprietário o controle sobre o uso de um trabalho, com todas as consequências daí resultantes. O que discutimos ainda muito pouco é a forma possível de controlar o mercado. Isto é que um número limitado de conglomerados a nível mundial tenha um forte domínio sobre a produção, distribuição, promoção e que crie as condições para a recepção de filmes, música, livros, design, artes visuais, espectáculos e musicais. Isto pode variar ligeiramente de ramo para ramo, mas, por outro lado, há várias maneiras de integração horizontal e vertical que incluem o campo digital.

Naturalmente não podemos pensar que a área cultural é dominada exclusivamente por empresas extremamente grandes. Há também um segmento intermédio considerável. Contudo até as companhias culturais de média dimensão têm dificuldade em manter-se à tona de água. Mais à frente neste capítulo veremos que as empresas culturais desta escala sobreviverão melhor no cenário que

propomos. Já não teriam de competir com um impiedoso mercado ofuscado pelas mega empresas em que tudo à volta delas empalidece até à insignificância.

Os dois sistemas de domínio do mercado andam de mãos dadas. Não adianta, por exemplo, ter uma grande quantidade de copyrights, a menos que se seja capaz de vender ao desbarato o trabalho sobre o qual esse copyright é exercido. É muito prático ter uma estrutura de produção em larga escala, mas se outros amanhã puderem usar o que essa estrutura produz, da maneira que entenderem, sem ter de pagar por isso – porque essa estrutura não está protegida por copyright – então não terão outro remédio senão fechar essa estrutura de produção no dia seguinte.

O desafio emocionante é descobrir se, eliminando ambos os sistemas de domínio do mercado, se cria um mercado mais normal. Ou, para usar um termo da literatura sobre economia, um mercado mais competitivo. O que queremos dizer com isto? É uma situação em que um único parceiro não é capaz de controlar ou influenciar o mercado ou o comportamento do mercado de outros a um nível significativo. Achamos que, neste contexto, é crucial para todos os empreendedores culturais – artistas, os seus representantes, produtores, editores e afins – que sejam efectivamente capazes de negociar.

E então presentemente eles não são capazes de o fazer? Não existe uma resposta óbvia de sim ou não. Sim, porque há milhares e milhares de artistas a produzir obras e por conseguinte a comercializar. O não tem a ver com o facto de eles serem frequentemente empurrados para fora da visibilidade pública pela omnipresença dos grandes conglomerados culturais. Não têm hipóteses de conseguir uma comercialização justa. No mínimo é extremamente difícil correr o risco inerente ao empreendedorismo. De facto, a situação do mercado cultural pode resumir-se da seguinte forma: a porta de acesso ao mercado e, por conseguinte, às audiências e às oportunidades de ganhar dinheiro abriu apenas uma frecha para a vastíssima maioria dos empreendedores culturais enquanto abria uma larguíssima porta para poucos gigantes culturais, cada vez mais agrupados entre si.

Eles são também donos dos copyrights de muitos, muitos dos produtos que comercializam. Isto dá-lhes um ainda maior controlo do mercado, uma vez que são os únicos que podem determinar quando, como e quais, de uma impressionante

quantidade de obras, são disponibilizadas para usufruto geral. Basicamente decidem quais são os produtos culturais disponíveis no mercado e, por conseguinte, que tipo de conteúdos são considerados aceitáveis e atraentes e a atmosfera em devem ser usufruídos, consumidos ou usados. As obras deles não podem ser mudadas nem subvertidas, nem sequer contraditadas no seu próprio conteúdo.

Os muitos empreendedores culturais, mesmo os de média dimensão, para os quais está aberta só uma frincha da porta está aberta, entram num mercado – se conseguirem – em que uns poucos gigantes determinam a atmosfera e a atracção daquilo que eles próprios têm para oferecer e que muitas vezes está associado à utilização estratégica de grandes vedetas. Nesta posição duplamente arriscada – ou, por outras palavras, onde uns poucos gigantes não só dominam o Mercado mas também determinam a atmosfera do campo cultural – não é impossível, mas é muito difícil para pequenos ou médios empreendedores conseguirem qualquer espécie de posição lucrativa na qual possam sobreviver.

.....
Competição ou lei anti-trust
.....

Para se alcançar um mercado mais normal, um campo de operações mais nivelado, não vemos outra forma que não seja a de levar a cabo dois tipos de acção ao mesmo tempo. Descartar o copyright e garantir que não exista nenhuma espécie de posição dominante no mercado em relação à produção, distribuição e marketing. Quais seriam os efeitos benéficos?

Abolir o copyright significa que este deixa de ser atractivo para os empreendedores para investir extravagantemente em filmes de block-buster, livros bestseller ou em vedetas. Afinal de contas deixará de haver qualquer tipo de protecção que faça dessas obras um exclusivo. Todas as pessoas podem, em princípio, mudar ou explorá-las no dia seguinte. Iremos mais à frente discutir se é isso que irá acontecer. Então para quê continuar a fazer investimentos tão exorbitantes? Naturalmente que não os iremos proibir. Quem o quiser fazer pode fazê-lo, mas a protecção desse investimento que o copyright garantia – esse privilégio – deixa de existir.

Quer isto dizer, por exemplo, que não se farão mais filmes épicos? Provavelmente não, mas quem sabe? Talvez só em animação, Será isso

uma perda? Talvez sim, talvez não. Não é a primeira vez na História que certos géneros desaparecem devido a alterações das circunstâncias de produção e que outros aparecem e se tornam incrivelmente populares. Não é inconcebível que as pessoas se habituem a eles muito rapidamente. Ainda para mais não haverá razão para se garantir uma protecção ao investimento para produções em larga escala apoiadas por um marketing excessivo, que de facto empurra a diversidade cultural que efectivamente existe para as mais remotas franjas do mercado.

O segundo tipo de acção que propomos que se tome é normalizar as próprias condições do mercado. O que talvez seja ainda mais drástico do que abolir o copyright, e que tem vindo a ser, ao longo dos últimos anos, cada vez mais concebível. Com já dissemos, não deveria haver nenhuma entidade que controlasse os preços, a qualidade, o alcance, as condições de emprego, o acesso de outras entidades a todo e qualquer mercado. E também não poderia haver nenhuma entidade que pudesse agir como quisesse sem salvaguardar os outros interesses sociais. Por outras palavras, teria forçosamente de haver imensos agentes no mercado e a sociedade impor, através de normas, as condições do seu funcionamento.

O que se aplica à economia em geral certamente que tem de aplicar-se ao sector ligado à comunicação humana através dos media artísticos. Nos capítulos anteriores já falámos sobre o poder da expressão cultural. O que vemos, ouvimos e lemos contribui largamente para a formação das nossas identidades. Nunca é demais sublinhar que, por conseguinte, deveriam existir muitas, muitas empresas no campo cultural que, em vez de serem empurradas para longe da atenção do público por forças excessivamente fortes, fossem capazes de oferecer os seus produtos culturais a partir de ângulos completamente diferentes. Este é um aspecto que, pelo menos do nosso ponto de vista, é inegociável.

Olhando à nossa volta, podemos facilmente ver que a nossa economia não conseguiu atingir as condições que aqui formulámos, nomeadamente que deveria haver um campo de acção cultural nivelado. Sob pressão do neo-liberalismo, deixaram que as empresas se tornassem cada vez maiores, incluindo nos sectores culturais. Estamos cientes que será necessário tomar medidas drásticas para inverter esta situação na economia em geral e, por conseguinte, no cinema, música, livros, design, multimédia e vídeo, quer sejam difundidos pelos novos media ou não. Mas

não temos escolha. No fim deste capítulo iremos falar sobre qual a estratégia a seguir.

Se abandonarmos a nossa hesitação para reflectir nestas medidas tão drásticas, que imagem veremos então aparecer? Já não há mais nenhum conglomerado dominante no que diz respeito à produção, distribuição, promoção e criação das condições de recepção do trabalho artístico. A escala é consideravelmente reduzida, do tamanho médio para o pequeno. Como é que se consegue obter este deslizamento? Muitos países têm a ferramenta da competição legal, que foi criada para corrigir as distorções de todos os mercados, incluindo o Mercado cultural.

Tem de ser dito que a ferramenta da competição ou das políticas anti-trust estão hoje em dia num estado lamentável. Muito provavelmente a culpa pode ser atribuída ao neo-liberalismo, a filosofia que actualmente tende a refrear uma intervenção nos mercados, já que estes tendem automaticamente para uma optimização do lucro. Perdoar-nos-ão que tenhamos as nossas dúvidas sobre isso. Será que o mercado livre foi benéfico para os grandes financeiros? Até para eles, em tudo o que lhes diz respeito, 2008 surgiu como um despertar violento.

É, pois, altura de actualizar a competição ou, como foi designada no mundo anglo-saxónico, a lei anti-trust. Até agora tem sido aplicada esporadicamente para julgar se as empresas que se fundem arrasariam todo o mercado. Também foi usada ocasionalmente para impedir uma deturpação escandalosa de posições no Mercado. Na União Europeia a lei da competição tem sido ligeiramente mais usada nestas áreas nos últimos anos, mas ainda está a travar uma batalha perdida.

O que devia estar a acontecer é uma investigação muito mais exaustiva de tudo aquilo que sugira uma posição excessivamente forte nos mercados culturais. Essa investigação deveria talvez ser o aspecto central da política cultural. O debate deveria então expressar claramente quais são as posições de Mercado que são prejudiciais para os objectivos que acima formulámos, nomeadamente que um grande número de empreendedores culturais possam ser capazes de operar sem obstáculos por parte das grandes empresas e que possa ser possível a uma grande diversidade de criações artísticas alcançarem várias audiências sem serem abafadas por um mercado omnipresente. O terceiro passo é decidir quais as medidas que têm de ser tomadas para reduzir substancialmente a escala e a posição do mercado. O que é encorajante é que esse instrumento de

regular a competição, ou seja a política anti-trust, já existe; só tem de ser incentivado.

É mais fácil dizer do que fazer. Afinal o que podemos prever e que iríamos provocar é uma derrocada financeira e económica. Não que devamos ter medo disso, mas cortar em fatias pequenas grandes conglomerados culturais e, conjuntamente, fragmentar os seus direitos de propriedade é uma operação socialmente arriscada, que deve ser levada a cabo com a maior das cautelas. Na introdução mencionámos que só a ideia de o fazer nos põe ligeiramente nervosos.

Imaginem que grandes quantidades de capital, de bens essenciais, de posições de mercado e meios de produção e distribuição a serem divididos numa série de parcelas. Afinal é isto que desejamos para os sectores culturais e dos media da nossa sociedade. Com cautela e tendo em consideração o que tem de ser feito para evitar que desabe sobre as nossas cabeças uma crise económica pior do que aquela que sofremos em 2008 e 2009. Se não tivermos coragem para fazer isto, alegando que “os gigantes culturais são grandes demais para que se deixarem dizimar”, então deixaremos as condições do mercado como estão. Na nossa opinião essa posição é injustificável. É indesejável não só de uma perspectiva democrática, mas também do ponto de vista de um acesso justo ao mercado cultural para muitos, muitos empreendedores culturais. Estamos, na realidade, confrontados com um dilema diabólico. Compreendemos muitíssimo bem que muitos daqueles que escrevem acerca do copyright preferam não discutir a consequente organização do mercado cultural. Tendo o neo-liberalismo criado raízes na nossa consciência, esquecemo-nos de como pensar em termos de produção, de como organizar os mercados de forma diferente e é um facto que não dispomos de nenhum manual que nos diga como o fazer. Mas apesar de tudo, sugerimos que se pense nisso.

Para surpresa de muitos, isto é ainda mais necessário no que diz respeito ao digital e ao mundo da internet, onde tende a haver um só a lucrar, como explica o Chris Anderson. “Nos mercados tradicionais, se há três concorrentes, o da empresa mais forte ficaria com 60 por cento do lucro, o segundo com 30 por cento e o terceiro com 5 por cento. Mas no mercado dominado pelos efeitos da internet, esses valores podem aproximar-se de 95 por cento, 5 por cento e zero por cento. O efeito de internet tende a concentrar poder – e os “ricos cada vez mais ricos” (2009, pp 132-3). É espantoso que este fenómeno não faça soar o

alarme a Chris Anderson, no seu *Free. The Future of a Radical Price*. A noção de que as empresas culturais não devam dominar o mercado está, de certo modo, ausente da análise que ele faz.

Relativamente à competição ou à lei anti-trust sugerimos a introdução de várias regulações à propriedade. O objectivo dessas regulações é impedir que uma única entidade possa ter um controlo tal que domine a produção, a distribuição e a recepção de criações culturais, eventos e performances. Logo dividir essas companhias em muitas fatias mais pequenas. Outra ferramenta que propomos é a proibição daquilo que se designa por propriedade cruzada. Isto aplica-se a companhias que operam em várias áreas artísticas, media e entretenimento, em todas as fases desde a produção às recepções, tornando a influência que têm exponencialmente maior, em termos de alcance e intensidade. As coisas tornam-se ainda mais preocupantes quando se verifica que as companhias fora dos sectores culturais têm um pé nos media em questão. Têm de ter uma grande determinação se não quiserem exercer qualquer influência na programação a seu favor.

É incompreensível que fabricantes de armas tais como a General Electrics nos E.U.A ou a Lagadère em França tenham sido autorizadas a possuírem uma parte considerável de sectores culturais e dos media. Todas as entidades que negociam em armamento têm interesses bastante claros e quererão que a atmosfera criada nos media em relação às suas actividades lhes seja favorável. É confiar leite a um gato quando esses fabricantes de armas – embora isso também se possa aplicar a outras empresas – são donos de entidades culturais e de meios de informação que criam os conteúdos e as atmosferas e, por conseguinte, opiniões. É impróprio da parte da União Europeia que a regulação dos media seja tão evidentemente insignificante que permita, por exemplo, que Silvio Berlusconi possa ter um oligopólio na área da cultura e dos media e ao mesmo tempo ser primeiro ministro da Itália.

As obrigações must-carry também se aplicam – nos Estados Unidos baseadas numa doutrina essencial – no caso de uma companhia com uma posição dominante na distribuição. Isto implica que também tenham de distribuir programas de terceiros sem interferir no seu contexto. A regulamentação da propriedade também é útil, quando há uma ameaça de os media cruciais para um país poderem cair em mãos estrangeiras. Há algum mal nisso? Bastante. Pode tornar-se empobrecedor para a democracia de uma sociedade se o

dono dos media estiver sediado muito longe e se, exceptuando ligações económicas e financeiras, não tiver uma relação significativa com o país. Claro que isto é uma questão de se pesar os prós e os contras, já que, obviamente, não há nenhuma garantia de que um proprietário local se preocupe com a sua própria empresa.

Proibir o marketing excessivo dos produtos culturais é outra opção no pacote de medidas para normalizar o Mercado. É inegável que os orçamentos do marketing que atingem, por exemplo, mais de metade do orçamento da produção de um filme de Hollywood, adulteram a concorrência. Ninguém consegue competir com tal força promocional.

Muitos empreendedores culturais

Vamos supor que conseguíamos criar, com sucesso, um campo cultural normal. Poderíamos então atingir os objectivos que formulámos no princípio deste capítulo? Pensamos que sim. Deixa de haver obstáculos para que muitos empreendedores culturais avancem e arrisquem. Qualquer empreendimento ou iniciativa implica sempre um risco – é algo que tem de se aceitar – e foi isso que os artistas e os seus empreendedores sempre ousaram. Nesta nova situação de mercado que estamos a imaginar, muitos poderão, por conseguinte, assumir correr riscos com muito mais confiança. Esses empreendedores irão, assim, evoluir para todos os cantos do universo cultural, servindo as audiências com uma vasta gama de criações e representações artísticas. O que antes eram nichos de mercado podem atingir lugares e audiências como nunca julgaram ser possível.

Se a profusão do marketing dos conglomerados culturais deixar de ser despejada em massa sobre as populações, então as audiências potenciais estarão mais predispostas a desenvolverem interesses em direcções diferentes. Porque não? O homem é essencialmente uma criatura curiosa e tem as suas necessidades individuais, por exemplo, como ser animado ou acompanhado em momentos de desgosto. Se essas necessidades já não forem impostas do exterior, então está criado um maior espaço para as escolhas individuais.

Mas, por outro lado, o homem é também um animal gregário. Portanto, muito provavelmente as pessoas terão tendência a agruparem-se mais à volta de um determinado artista em detrimento de outros. Para vos dar um indício daquilo que ire-

mos escrever mais à frente neste capítulo, esse artista tornar-se-á um artista comercialmente bem sucedido. O artista não poderá nunca dar o passo supremo para o sucesso comercial, uma vez que as condições do mercado pura e simplesmente já não existem. Um pouco mais adiante iremos discutir como isto é benéfico para o lucro de muitos, muitos artistas no mercado cultural.

As nossas acções para normalizar o mercado em direcção ao domínio público quer da criatividade artística quer do conhecimento são extraordinariamente benéficas. Afinal de contas, a arte e o conhecimento já não podem ser privatizados, são assim propriedade de todos nós. E também não restará nenhuma companhia capaz de monopolizar a sua produção, a divulgação e a distribuição. Até agora, neste nosso livro, dedicámos mais atenção ao copyright e menos à lei da concorrência para inverter as posições dominantes do mercado. Por outro lado sugerimos que a abolição do copyright pode ser mais fácil do que desfazer essas posições dominantes do mercado. Isto pode parecer uma contradição, mas na realidade não é. A lei da concorrência é também uma ferramenta. Idealmente ela existe para criar igualdade de oportunidades. Evidentemente, os mercados culturais existentes não conseguem nunca atingir este objectivo. Claro que as empresas que cresceram até níveis exorbitantes resistirão a serem dizimadas. A sociedade também tem as suas preocupações. Como deveremos agir? Deixar que uma grande parte do capital investido se evapore? Uma vez que se permitiu que as empresas crescessem a uma escala sem precedentes, estamos agora confrontados com o dilema de como isso poderá ser invertido sem partir demasiados ovos na economia. Tornaram-se demasiado grandes para poderemos lidar com elas? Temos de nos resignar a essa fatalidade, ou podemos engendrar uma estratégia qualquer que nos permita a nós, enquanto sociedade, retomar o controlo do mercado? Como já dissemos, voltaremos a esta questão. Temos de admitir, no entanto, ainda não temos uma solução definitiva. Mas prometemos tentar lá chegar.

No que diz respeito à concorrência ou lei antitrust, as ferramentas estão disponíveis e não há grandes dúvidas sobre os seus objectivos. Mas ainda assim é preciso algum esforço para imaginar como é que essa lei poderia ser aplicada. Imaginemo-nos a retalhar as empresas de Rupert Murdoch em pequenas parcelas cuja propriedade seria entregue a entidades completamente diferentes. Muito rapidamente nos veríamos confrontados com problemas que gostaríamos de evitar e, por exemplo, termos de pagar até ao

último cêntimo todos os custos de expropriação? Ou não?

Mas por outro lado, se continuarmos a enfiar a cabeça na areia quando se trata de assuntos tão complicados como estes, então os nossos mercados culturais continuarão na mesma, dominados de forma inaceitável por uma pequeníssima parcela de mercado. E de resto, se retalharmos os gigantes culturais numa grande quantidade de parcelas, o custo não seria muito elevado. As parcelas individuais, que passariam então para as mãos de médias empresas de propriedade individual, ainda seriam valores. Se os somarmos todas, então as perdas, se as houvesse, seriam muito mais relativas. Também poderíamos pôr um ponto de interrogação nesta última frase. Apesar de tudo, reorganizar os mercados culturais e as consequências daí resultantes exige um estudo muito mais aprofundado, e incluindo dados estatísticos, do que aquele que aqui podemos fornecer.

Nesta questão do copyright está em causa muito dinheiro e os seus detentores farão tudo para no-lo lembrar, se o quisermos abolir. Mas como vimos, mesmo eles já tendem para leis contratuais, patrocínios de produtos e a gerar lucros através da publicidade, à medida que vão abdicando do copyright. Mas não é tudo. A ferramenta do copyright existe há vários séculos e ganhou um estatuto tal que tudo o que lhe diz respeito exige tão óbvio que toda essa questão exige aturada ponderação. Também tem uma considerável conotação emocional por supostamente ser um meio para facilitar o trabalho e a vida dos artistas. E ainda, o copyright está numa situação em que pode evoluir em muitas direcções diferentes. Os muitos aspectos que requerem ser tidos em consideração explicam o porquê do grau de atenção que este livro lhe dedica.

..... **Nenhuma hipótese para os larápios**

Chegámos agora à parte da nossa pesquisa sobre os interesses. Poderá conceber-se a criação de um mercado real, funcional, nos termos que propomos, em que os ladrões furtivos sejam incapazes de atingir os seus fins antes de serem detectados? Por outras palavras, será que inúmeros artistas, seus representantes, intermediários, agentes ou produtores podem ganhar a vida neste mercado? Serão os riscos desse empreendimento aceitáveis? Terão também razões para acreditar que o seu trabalho será tratado com o respeito devido?

Começemos pela questão da probabilidade de o seu trabalho ser usado por outros sem o devido pagamento. Há algum motivo para assumir que outro agente cultural apareça subitamente e o explore logo após o seu lançamento? À partida, isso seria possível se não houvesse copyright. No entanto, há várias razões para que isso seja improvável. Em primeiro lugar, há o efeito do primeiro impacto. O editor ou produtor original é o primeiro a chegar ao mercado, o que lhe garante uma vantagem. Obviamente, com a digitalização, esse efeito do primeiro impacto pode ser reduzido a alguns minutos (Towse, 2003: 19) o que em si não é um grande problema. A maior parte da criação artística não é suficientemente famosa para que os borlistas lhe caiam em cima como lobos. De resto, um factor cada vez mais importante é que os artistas e os seus empresários adicionam ao seu trabalho um valor específico que mais ninguém pode imitar. Criar uma reputação pode não significar metade do valor da obra, mas é um factor importante. Não nos podemos esquecer que já não existem forças dominantes no mercado. Já não existem grandes companhias que possam ter a leviandade de pensar que é fácil "roubar" um trabalho recém-publicado que tenha tido receptividade, e isto porque controlam, por exemplo, os canais de distribuição e promoção. Isso deixou de existir.

Como, na ausência de copyright, não se põe a questão de roubo, chamemos-lhe comportamento borlista. Na verdade poderão aparecer vinte, trinta, quarenta, seja quantas empresas forem, que podem ter a mesma ideia. Tendo esta realidade em mente, torna-se menos provável, ou até muito improvável, que outra empresa invista dinheiro em relançar no mercado um produto já disponível. Será que nos teremos de preocupar que outrém, que não o autor original que correu os riscos, se aproprie de uma obra que na realidade pertence ao domínio público? Não se chegará a isso. Os investimentos irão fatalmente desvanecer-se quando variadíssimas entidades se dispuserem a adoptar atitude borlista. Nesse caso, o criador original quase de certeza permanecerá o único a poder explorar a sua obra.

Queríamos só lembrar que as duas linhas de acção que anteriormente propusemos têm de ser implementadas simultaneamente. A abolição do copyright não pode ser um acto isolado. Tem de ser acompanhado pela aplicação da lei da concorrência ou anti-trust e pela regulamentação do mercado a favor da diversidade da propriedade das obras culturais e dos seus conteúdos. Só assim teremos uma estrutura de mercado que desencoraje o comportamento borlista.

Pode acontecer que uma obra específica tenha bastante êxito. Nesse caso, outro agente pode incluí-lo no seu repertório, fazer cópias “brancas” ou promovê-la no seu circuito. E será isso um problema? Em primeiro lugar esse agente não será o único a poder fazê-lo. E além disso, se o primeiro agente tiver avaliado bem o mercado e se se mantiver alerta, terá sempre, à partida, uma grande vantagem sobre todos os outros. O primeiro agente pode também fornecer a obra em, por exemplo, uma versão mais barata, que não encoraje a competição. No entanto, certamente que as obras de grande êxito serão exploradas por outros. Há duas respostas possíveis. A primeira é que isso não é um problema assim tão grande, uma vez que a obra decerto já gerou bastante dinheiro para o seu autor, o produtor e editor originais. Uma cópia branca ou uma nova apresentação, nesse caso, só serviria para aumentar a fama do autor, que ele ou ela poderá capitalizar de variadíssimas maneiras.

A segunda resposta abrange uma área completamente diferente. Não podemos ter a certeza que o borlista não se sinta muito envergonhado. Ficará com a sua reputação manchada. O autor original – que é famoso, pois de outro modo a sua obra não seria roubada – pode denunciar, em entrevistas e noutras aparições públicas, que a obra foi alvo de atitudes menos correctas, que alguém a plagiou sem lhe ter pago. Teria isso algum efeito? Já estamos a ouvir as pessoas do mundo ocidental e de talvez doutros países a rir à gargalhada. E temos de admitir que aqui até nós temos algumas reservas. Uma das personagens do romance “Shame” (1983: 28) de Salman Rushdie diz o seguinte: “A vergonha é como tudo o resto, se se viver com ela tempo suficiente, torna-se parte da mobília.”

Será boa ideia analisar, por um momento, o efeito da vergonha, porque não é assim tão ridículo. No Japão e noutros países do sudeste asiático funciona, naturalmente em determinadas circunstâncias que não iremos aqui aprofundar. Seja como for, aí existe e funciona em certos aspectos como um efeito corrector dos desvios de comportamento. A nossa sociedade ocidental actual não tem esses mecanismos. Tornámos todas as relações são tornadas extremamente legais e, consequentemente, estamos sempre a contratar advogados caríssimos para resolver as coisas em tribunal.

Imaginem só, como sugere o Francis Fukuyama, quanto é que todos estes honorários custam, em termos económicos. É um custo muito alto, uma espécie de taxa em todas as nossas actividades económicas, uma vez que a desconfiança é a nor-

ma que prevalece, o que não é a uma condição agradável para se fazerem negócios (1995: 27,8). Para além do recurso aos tribunais, pagamos um preço elevadíssimo por não termos outros mecanismos disponíveis, para tornarmos o comportamento do mercado ligeiramente mais respeitável. Por isso imaginemos que já não temos ajuda legal nem a imposição do copyright e já não há empresas dominantes no Mercado. Não teremos de procurar automaticamente outros mecanismos para manter o Mercado a funcionar? Não é impensável que acabemos por recorrer a mecanismos tais como a vergonha e a reputação manchada, passando a valorizá-los. Será que esta hipótese é válida?

Já mencionámos brevemente atrás que, se o mercado estiver estruturado como propomos, o fenómeno dos best sellers será uma coisa do passado. Isto é culturalmente benéfico, já que se cria um espaço real na mentalidade de muitos cidadãos para uma muito maior diversidade e variedade de formas de expressão artística. A consequência económica é que uma grande quantidade de empresários culturais pode operar lucrativamente no mercado sem serem marginalizados da ribalta pelas grandes estrelas. Ao mesmo tempo, chegámos à conclusão que uns artistas muitas vezes têm mais sucesso em atrair a atenção das audiências do que outros. Isso não fará deles best sellers, uma vez que já não há mecanismos para os impulsionar para uma fama à escala mundial. Tornam-se detentores de um número razoável de vendas (well sellers). Isto é bom e economicamente positivo para eles, para os seus produtores, editores e outros intermediários.

Outro efeito atractivo é que a amplitude das receitas dos artistas passa a ser de proporções mais normais. Dantes, a diferença entre as estrelas e os outros era astronómica. No nosso cenário, os que vendem mais podem ganhar mais que muitos outros artistas, mas essa diferença é mais aceitável socialmente. Ao mesmo tempo, opera-se outra mudança que talvez seja ainda mais drástica. À medida que o mercado normal for sendo criado, uma série de artistas e os seus intermediários passam a ganhar mais do que antes. No passado, tinham normalmente uma vida difícil, desesperando para fugir ao ponto de ruptura, muitas vezes sem o conseguir. Agora, um número muito substancial conseguirá vender significativamente mais. Isto permitir-lhe-á ultrapassar o ponto de ruptura. Poderão não se tornar well sellers, mas também não precisarão de o ser. Há, pois, uma melhoria significativa, porque as suas actividades passam a ser lucrativas. Este

é um gigantesco passo em frente no rendimento dos artistas e, ao mesmo tempo, um enorme progresso para o risco dos empresários (que também podem, ser artistas): o negócio deixa de ser um estado de permanente insegurança ou de contar os tostões, o investimento torna-se mais lucrativo e consegue-se gerar capital para actividades futuras. Também se torna mais fácil correr riscos com artistas que mereçam uma oportunidade – que mereçam ser publicados, que mereçam poder exhibir-se, etc. – mas que ainda não tiveram a uma hipótese.

Diversidade cultural

Apesar de melhorias reais na posição do mercado para muitos empresários culturais e principiantes, alguns deles podem não conseguir vingar no mercado. Parte disto é o risco normal do empresário que, como já dissemos, está agora melhor coberto por outras actividades ou artistas que estão a despontar. Por outro lado, estas iniciativas provavelmente nunca seriam rentáveis, mas são necessárias para se atingir uma paleta diversificada de produções artísticas na sociedade.

Aqui, estamos a falar de obras de artistas em início de carreira, ou de artistas que seguiram vias ainda desconhecidas do público em geral e que precisam de algum tempo para alcançarem a maturidade. Alguns tipos de festivais podem ser extremamente importantes para um certo nível de diversidade e variedade cultural, mas não há nenhuma hipótese deles alguma vez serem rentáveis. Traduzir obras é dispendioso e o custo pode ser alto demais para permitir que uma obra seja publicada ou encenada numa outra língua. A ópera e o ballet são exemplos clássicos de performances artísticas que normalmente não conseguem recuperar o seu custo na bilheteira. Grande parte do teatro que implique mais do que dois actores também entra nessa categoria.

No entanto, essas actividades podem ser uma forma de expressão artística da qual nós, enquanto sociedade, não queremos prescindir. Precisamos delas para ter diversidade cultural. Sabemos também que muitas obras precisam de tempo para se desenvolverem – treino, aquisição de experiência, a confrontação com audiências e a resposta destas, o despontar de criações inovadoras – tudo isto é, quase por definição, deficitário para produções de orçamento normal. Enquanto sociedade, devemos investir agora em criar os alicerces para algo que iremos desfrutar mais tarde. Estas situa-

ções exigem um apoio do governo – financiamento, infra-estruturas, etc. – a nível nacional, regional e local.

Percebemos muito bem que, para países pobres, esse pode ser um custo exorbitante, que eles mal possam assumir, dadas as suas outras necessidades. No entanto, vale a pena ter em consideração o facto que uma vida cultural diversificada é essencial para o desenvolvimento de qualquer sociedade. Se os meios financeiros são escassos demais para poderem contribuir sempre podem disponibilizar-se então alguns meios logísticos, por muito básicos que sejam. Por exemplo, uma das vantagens hoje em dia é que vasta quantidade de equipamento técnico para gravação, reprodução e difusão de imagem e som se tenha tornado relativamente barato e com uma qualidade razoavelmente boa. Mas para os países pobres podem, mesmo assim, ser caros demais.

Para essas situações, é uma boa ideia orçamentar esses equipamentos nos projectos a desenvolver.

Considerações estratégicas

A nossa análise é óptima no papel. Se imaginarem que o que propomos é o rumo que desejamos tomar, em breve perguntar-se-ão como vamos conseguir fazer tudo isto. Será que não estamos a propormo-nos realizar uma tarefa demasiado ambiciosa, que está condenada ao fracasso? Isto é, na verdade, óptimo no papel, mas vejamos como pô-lo em prática.

Isto é, pedimos que momentaneamente resistam à compreensível necessidade de prosseguirem e vejam com os vossos próprios olhos se resulta ou não, ainda que apenas em teoria. Primeiro temos de começar a perceber que, não só o controlo através do copyright e através do domínio do mercado são opções indesejáveis, mas que estes fenómenos estão também ao arrefio da forma como a economia, a tecnologia e a comunicação social se estão a desenvolver. Exige um debate e uma reflexão exaustiva para chegarmos a esse ponto. Percebemos muito bem que possa haver alguma hesitação. É melhor um diabo que conhecemos do que um que desconhecemos. Mas isso seria demasiado simples. As sociedades evoluem; não poderão as ferramentas já disponíveis serem adaptadas? Não será essa a solução mais óbvia? Às vezes.

Já houve momentos turbulentos na História em que mudanças fundamentais ocorreram em curtos períodos de tempo. A queda do muro de Berlim está indelevelmente viva na nossa memória como exemplo disso. Olhando para o copyright, também ele está claramente a rebentar pelas costuras. Poderia desaparecer muito rapidamente. Não estamos a dizer que isso vá acontecer, mas também não é improvável que aconteça. O domínio do mercado pelos conglomerados culturais parece estar de pedra e cal. Não estamos inteiramente convencidos disso, mas admitimos que provavelmente vai ser mais difícil de eliminar do que o copyright.

Então porque é que pensamos que os gigantes culturais não estão destinados a viver para sempre? Antes da crise económica ter rebentado, em 2008, já se tornara claro que eles tinham de fazer produções cada vez mais extravagantes para se manterem à frente da competição.

Quanto mais tempo poderá isso durar sem que os alicerces financeiros entrem em colapso? Um grande número de antigas estrelas também foram ressuscitadas, o que demonstra que estavam a ter dificuldades em conciliar o seu antigo método de fazer negócios com a forma como os jovens talentos se apresentam e querem ser – e são – apreciados. As indústrias tiveram de ceder uma grande quantidade de território aos novos gigantes, como o MySpace e o YouTube – sem esquecer as centenas de outras redes interactivas – por exemplo, a loja de música iTunes da Apple. A grande questão é, naturalmente, se a expressão “Fácil vem, fácil vai” se aplica as estas “redes”. Os seus visitantes podem emigrar em massa para outras redes num abrir e fechar de olhos. Ou para outra coisa qualquer, de um género completamente diferente.

O mundo de grandes companhias que produzem, distribuem e mostram produtos culturais é tudo menos estável. E ainda para mais, com a administração Obama agora no poder nos Estados Unidos, não é improvável que as rédeas da lei anti-trust possam ser apertadas ligeiramente mais – ou muito mais? – que sob as administrações precedentes, que as deixavam flexíveis. Uma intervenção rigorosa nas companhias dominantes do Mercado como a Amazon.com, o MySpace, o YouTube ou a iTunes é, certamente, uma opção que vale a pena considerar.

O que irá acontecer é incerto mas, nos últimos anos nos Estados Unidos, têm vindo a crescer grandes movimentos, incluindo a Free Press, que

estão ansiosos para dar uma posição mais proeminente às leis anti-trust e concorrência no sector dos media. Economicamente, mas também politicamente, a posição segura a longo termo das grandes companhias de produção e distribuição já começou a mudar. Deve acrescentar-se que as novas tecnologias estão a trazer a produção de som e imagem para o alcance de muitos. Este fenómeno é uma das razões principais pela qual o MySpace e o YouTube puderam adquirir posições dominantes. Não é impensável que, com maiores desenvolvimentos tecnológicos, este tipo de função chave deixe de ser precisa para a comunicação interactiva.

Estas são algumas pistas para perceber que não é completamente absurdo imaginar um mundo onde o copyright e o domínio do mercado não sejam uma fatalidade. É prudente estarmos preparados para essa situação. Alguém que queira proteger os interesses de um grande número de artistas, a presença de um grande número de empresas culturais no mercado e a existência de um domínio público do conhecimento e da criatividade artística deve preparar-se para uma árdua batalha para garantir estas conquistas. A primeira coisa a fazer é desenvolver modelos, de forma a que os mercados culturais possam ser estruturados. Neste capítulo tentámos contribuir para esse processo. Esperamos que isto conduza a um debate aprofundado e a uma maior pesquisa e que possa levar a melhorar o modelo apresentado e as suposições que ele incorpora.

Uma questão a que ainda não estamos preparados para responder é como conseguir que aquilo que propomos entre nas agendas políticas. As oportunidades para o conseguir variam imenso de país para país. Não temos a possibilidade de dedicar uma atenção aprofundada a este assunto, mas é um aspecto que requer ser tomado em consideração para futuros desenvolvimentos das estratégias e até mesmo de soluções. A Índia não se pode comparar à Holanda, nem o Mali a Singapura ou o Irão ou o Brasil, só para mencionar alguns países.

O que é claro é que as nossas propostas vão interferir com a Organização Mundial do Comércio (WTO) e com o Tratado Internacional Relacionado com a Propriedade Intelectual (TRIPS). O desaparecimento do copyright irá tirar o tapete debaixo dos pés do TRIPS. No capítulo da conclusão, defenderemos que a abolição de outros direitos de propriedade intelectual, tais como as patentes, não têm de continuar a ser tabu. Então o TRIPS ou a Organização Mundial da Propriedade Inte-

lectual (WIPO) deixarão de fazer sentido. Estas podem parecer opções completamente absurdas. Na realidade, em vários países não ocidentais, o TRIPS é considerado como candidato a um bom abanão, particularmente, no que diz respeito às patentes (Deere 2009: 119). Se uma construção for submetida a análises críticas de vários ângulos, que porção dela resistirá?

Já estamos a ver isso acontecer com o o WTO, que foi criado no pressuposto político expresso de que o mercado se iria liberalizar cada vez mais, por outras palavras, que se iria tornar cada vez mais aberto. O conceito de “proteger” aquilo que é vulnerável, diferente e importante para a acção individual e património de uma sociedade não consta em lado nenhum . Ferramentas como a Especificidade Nacional são aqui postas de lado. O WTO olha para o mundo como um grande Mercado onde toda a gente pode negociar como muito bem entender, em igualdade de circunstâncias. Isso colide com a realidade porque, em primeiro lugar, essa igualdade não existe e, em segundo lugar, porque pode ser preferível para os países terem determinadas oportunidades para estimular o seu próprio desenvolvimento. A aplicação da lei da concorrência pode também ter lugar aqui, regulamentando os sectores cultural e dos media, implementado individualmente, de acordo com as necessidades de cada país.

O aspecto surpreendente da crise económica e financeira de 2008 é que, pela primeira vez em décadas, a ideia dos mercados não serem organizados apenas em volta dos interesses dos accionistas e dos investidores, se tenha tornado num tópico de discussão. Pagou-se um altíssimo preço pela ideia de que eles sabiam o que estavam a fazer e que tenderiam automaticamente para o bem comum. Temos de esquecer a noção neoliberal de que os mercados se regulam a si próprios; pura e simplesmente isso não é verdade. Todos os mercados, seja em que parte do mundo for, estão organizados de uma forma ou de outra, tendo em vista certos interesses em detrimento de outros. E uma vez que esta realidade emerja, tiramos um peso de cima dos ombros. Podemos começar construtivamente a ponderar como organizar os mercados – incluindo, portanto, o mercado cultural – de forma a permitir que sirvam um espectro de interesses mais vasto. Vem aí tempos muito empolgantes, não sem ameaças, naturalmente, mas com oportunidades para os objectivos que atrás formulámos.

CAPÍTULO 4

O INIMAGINÁVEL?

Mini Estudos de caso

O que estamos a propor serão apenas “sonhos no ar” ou dar-nos-á algumas pistas para, de um ponto de vista produtivo, considerarmos o assunto pelo menos? Será que vários artistas empresários, juntamente com os seus produtores e editores, vão realmente ganhar mais do que aquilo que ganham actualmente? Poderemos nós esperar uma paisagem cultural florescente sem propriedade concentrada? Terá o público um leque maior de escolha de formas de expressão artística? Estes são alguns dos tópicos que vamos tratar neste capítulo.

Nós baseamo-nos em mini estudos de caso da maioria das diversas artes. Não são modelos detalhados, nem económica ou estatisticamente justificados. Primeiro que tudo faltam-nos os recursos. Segundo, nesta altura, um tal estudo detalhado seria altamente prematuro. Afinal de contas, para desenvolver tais modelos, primeiro tem de se estabelecer clareza quanto ao modo como os mercados e o comportamento comercial assumem ou podem assumir novas formas nas diversas disciplinas artísticas. Isto é o que iremos discutir aqui. O que podemos esperar quase de certeza? Por exemplo, quais são os momentos em que se ganha dinheiro? Chris Anderson lamenta-se no seu *Free* (2009:4) que, na sua agenda de investigação, os economistas quase não levem em linha de conta as relações do mercado cultural.

A nossa análise contribui para a reflexão, e consequente sondagem e pesquisa. Baseados na nossa experiência actual e conhecimento do mercado, como pessoas do princípio do século XXI, quase instintivamente vemos emergir ameaças: como podem certos trabalhos ser explorados com lucro se já não existe o copyright? Mas talvez nos estejamos a esquecer que uma outra condição tem também de ser preenchida: a ausência de forças dominantes no mercado. É baseado neste ponto de vista que projectamos todos os nossos mini estudos de caso.

Não é fácil dar uma resposta adequada pois estamos mais familiarizados com a situação actual do que com o futuro desconhecido. O que se segue é, portanto, uma achega para o debate. A última coisa que queríamos era apregoar que tínhamos

descoberto respostas satisfatórias para todas situações as possíveis e imaginárias. Planos para a reorganização futura da sociedade terminam geralmente num fiasco. Nós não vamos cometer esse erro! Vamos olhar de perto para uma questão premente. É fácil digitalizar trabalhos criados no âmbito de velho material na Internet. Será que isso não nega a base para o resultado dos nossos estudos de caso?

Naturalmente não temos uma resposta final para isso, mas temos uma ideia que vale a pena considerar. Esta vem do exemplo dado pelo autor Cory Doctorow. Os fãs podem fazer download dos seus romances a partir do seu website. Ele não considera isto pirataria: continua a vender muitos livros, via Amazon e outros, provavelmente por causa disso mesmo. Não está preocupado com leitores de países em desenvolvimento que vendam o seu trabalho por lucro. Qual é a ideia por detrás desta experiência, como ele lhe chama? É necessário tornar-se visível, ganhar exposição através de novas formas. Este é o problema mais importante numa sociedade inundada de informação. Como se pode ganhar um lugar na consciência das pessoas? A base é disponibilizar o conteúdo do seu trabalho e ir construindo um vínculo _ até mesmo uma conversação real - com um leitor fiel. Depois disso as pessoas deixam de roubar; prefeririam ter o livro propriamente dito e assim contribuir para o ganho do autor (Tapscott 2008:35). Mudando agora os exemplos para a área da música, os fãs passam a ir aos concertos e isso é uma das maneiras para os músicos e seus produtores, como empresários, ganharem o seu dinheiro. Nesta altura poderíamos argumentar que isso está tudo muito certo mas Cory Doctorow é um autor famoso e, como tal, pode dar-se ao luxo de o fazer. É verdade, tal facto pode ajudar bastante e tornar as coisas mais fáceis – embora seja muito trabalhoso – e na sua situação foi um risco que resultou bem. Mas continuemos a tentar dar uma resposta. Na situação que estamos a imaginar não existe nenhum autor mundialmente famoso como Cory Doctorow. Neste campo de acção as relações têm-se tornado consideravelmente mais niveladas. Para muitos escritores há, por isso, a possibilidade real de se tentar criar o tal vínculo através da Internet. Nem todos serão bem sucedidos; assim é na vida e nos negócios. Se tiverem as mesmas perspectivas que Cory Doctorow, terão os seus livros vendidos.

Don Tapscott e Anthony D. Williams aconselham a ter presentes duas realidades. Primeiro que tudo, a partilha de ficheiros corresponde aproximadamente a metade do tráfego na Internet. Para nós

é claro que a Geração Net já não aceita de mão beijada as velhas definições de copyright. Eles consideram a pirataria e o remix como um direito natural “e eles não deixarão que as obsoletas leis de propriedade intelectual os impeçam de fazer o que querem” (2008:52). Um número crescente de artistas tem vindo a compreender também que não é preciso controlar o mercado para oferecer ao cliente um produto de alto valor. “Os conteúdos grátis são uma realidade que veio para ficar. Assim, os artistas terão de dar aos seus clientes um produto que seja ofereça mais do que ser apenas grátis”(2008:282). Além disso, a realidade é que os jovens têm mais tempo do que dinheiro, o que é a condição ideal para a caça ao produto grátis. Contudo, as pessoas mais velhas têm mais dinheiro do que tempo. Assim, elas preferem comprar, e, ao mesmo tempo, evitando assim riscos, pois que os produtos grátis não têm garantias, logo não têm assistência técnica sempre que algo corre mal. (Anderson 2009:185,219)

A digitalização não seria digitalização se não existissem imprevistos negativos, mesmo no que diz respeito a livros. Até aqui, assumiu-se que um aparelho de leitura digital seria extremamente desagradável. Isto daria aos livros de papel uma enorme vantagem sobre todo esse disparate digital, particularmente quanto ao conforto na leitura. Essa ilusão foi estilhaçada. De acordo com as descobertas do economista Paul Krugman, a experiência da Amazon mostra que a leitura com os e-book Kindle é praticamente comparável à leitura de um livro tradicional (New York Times, 6 de Junho 2008). Não é preciso ler numa bola de cristal para saber que, num futuro não muito distante, a leitura nos aparelhos de leitura digital trará uma competição séria aos velhos livros de papel.

Como se processarão as coisas se deixar de haver copyright? Vêm-nos logo à mente uma série de opções, mas não serão certamente as únicas. A primeira é que o texto está acompanhado de uma enorme quantidade de publicidade. A segunda é que os clientes pagam como devem, tal como acontece como no caso de Cory Doctorow. O autor construiu um vínculo com os leitores e estes pagam pelo trabalho. Um ou dois não vão pagar. A terceira opção diz respeito a escritos científicos, os quais estão disponíveis gratuitamente. Geralmente o cientista não ganha nada pelos seus escritos e agora pode desfrutar de uma melhor divulgação nunca dantes sonhada. A universidade ou fundação terá de pagar os custos da revisão dos seus pares, alterações e afins, mas vale a pena.

É natural a enorme tentação que sentimos em fornecer muitos exemplos de como os artistas podem manter as suas cabeças fora de água ou melhor, sem copyright. Se é isso que se espera, então nós vamos desapontá-los, com a excepção à regra, a Radiohead. Isto é bom demais para se perder. Ver abaixo. Porque não explicamos a nossa teoria através de situações práticas que clarifiquem o que queremos dizer? Se ao menos nós as tivéssemos! A falar verdade, não há exemplos a mencionar que se insiram nas condições que consideramos essenciais. Podíamos fingir que não existe copyright e agir de acordo com isso, mas ainda assim o seu papel está subjacente. Além disso, o mercado cultural ainda não foi limpo de intervenientes dominantes. Bem pelo contrário.

Sendo assim, considerámos apresentar exemplos fictícios. Mas isso envolvia muita aritmética, cálculos de modelos económicos e imaginar até que ponto organizações, e o respectivo acto de organizar, são ou podiam ser estruturalmente diferentes. Já atrás dissemos que isso é uma ponte muito longínqua para o nosso estudo, não só devido aos nossos recursos limitados, mas também porque primeiramente temos de entender melhor, pelo menos em teoria, como os mercados terão um carácter muito diferente do que têm agora.

Os nossos mini estudos de caso são desenhados a partir de vários ramos das artes: o sector dos livros, da música, dos filmes e ainda das artes visuais e diversas disciplinas de design, digitalizadas ou não. Agrupamo-las mais ou menos pelas linhas de produção, distribuição e recepção. Traçámos uma linha de separação entre os casos individuais de modo a tornar claro que cada um é uma situação nova.

Achará estranho que o teatro e a dança não estejam incluídos em categorias separadas. Existe uma razão para isso. Nessas categorias o copyright envolve o escritor, o compositor e, possivelmente, o designer. Portanto, os problemas e as suas soluções são melhor colocados nas categorias relevantes como livros, música e, quando apropriado, design. Como já não existe nenhum copyright, qualquer um é livre de, por exemplo, encenar uma performance anteriormente apresentada ou dar-lhe apenas uma “voltinha”. Se ainda existisse o copyright, esta situação podia dar azo a uma carta bem dura de um advogado, em representação de um encenador que sinta que o seu trabalho foi apropriado. Incidentalmente, não estaria mal pensado providenciar o encenador original com uma remuneração, ou, pelo menos, dar conhecimento, mas isso é mais uma questão

de cortesia. E se um dramaturgo insistir que um seu trabalho seja encenado e apresentado sem nenhuma alteração às suas indicações? Bom, porque não respeitar esse desejo? Mas se qualquer pessoa quiser fazer de outra maneira, deveria anunciar que a performance é baseada numa peça ou guião de um determinado autor.

Livros

O escritor escreve. Na nova situação, também ele ou ela tenta arranjar um editor. Se o conseguir, as duas partes celebram um contrato do qual, entre outras coisas, é acertada uma percentagem de royalty. Depois o editor faz o seu trabalho e prepara o livro para ser publicado.

Nesta altura o editor está em vantagem competitiva. Será o primeiro a colocar no mercado este livro específico. Isto dá um período considerável de tempo para fazer o balanço dos custos e ganhos. Contudo, no novo mundo sem copyright nem forças de mercado dominantes, o livro pertence ao domínio público desde o momento da publicação. Isto é, simplesmente, uma das consequências das novas regras. Portanto, em princípio, qualquer pessoa tem a oportunidade de também publicar o livro.

Devemos rezear que isso aconteça realmente? Pensamos que não. No capítulo anterior já considerámos a probabilidade de um segundo editor “agarrar” o livro. Isso parece ser altamente improvável, pois o próprio mercado também ganhou uma outra dimensão. Não só um segundo editor podia arriscar, como vinte, trinta ou quarenta outros podiam também tentar. Sabendo isto e compreendendo as novas condições do mercado torna-se muito pouco apelativo editar o trabalho de um editor anterior e de um autor original sem pagar ou pedir autorização.

Consideremos um caso imaginário em que um editor realmente se atreve a mergulhar de cabeça no cenário anteriormente exposto. Existem um certo número de possíveis reacções.

A primeira é o editor original lançar imediatamente no mercado uma edição de “combate” ou a “matar”. Abaixo do preço de custo, se for necessário. Isto pode empurrar para fora do mercado o “borlista” ao mesmo tempo que mostra ao próprio mercado que “isto é o que se pode esperar se se tentar caçar ilegalmente no meu território”. Nos mercados em que há uma forte dominância de alguma das partes, este tipo de resistência não é

de toda uma opção para os pequenos ou mesmo médios jogadores. Mas no nosso mercado normalizado, esta é de longe uma opção a ter em conta. Reconhecidamente pode ser um teste de força organizacional e financeiro, mas não se tem de competir com uma companhia de vastos fundos e organização de grande alcance e influência. Já não há este tipo de companhias.

Então, muito depende do primeiro editor ter feito uma estimativa rigorosa de vendas possíveis e, por exemplo ter imprimido cópias extra a tempo. Se for esse o caso, então não sobra muito espaço de manobra no mercado para uma edição “a matar” de outra pessoa qualquer.

Os mercados têm muitos cantos fora do campo geral de acção, os chamados nichos. Um segundo editor pode muito bem estar a operar num desses nichos de mercado com profundo conhecimento do seu campo de acção, enquanto o primeiro editor nem é visível. Pode por isso ser tentador publicar o livro do primeiro editor, esquecendo-se convenientemente de que seria uma atitude empresarial cortês remunerar o escritor e o primeiro editor. Isto nem é um problema em si, pois que o primeiro editor nem estava a pensar operar naquele nicho. Como tal não há perda de lucros. Não obstante, todos sabemos que algo está errado com este procedimento. Neste caso pode-se implantar o método de humilhação e danos na reputação. No capítulo anterior já dedicámos atenção a este assunto incluindo as suas fraquezas e possível esperança para o futuro.

Também mencionámos que é insignificante a questão de se ter deixado de produzir best sellers. Em todo o caso, alguns livros vendem melhor que outros e podem, por isso, elevar-se ao nível dos que vendem bem (well sellers).

Isso é algo agradável para os escritores e editores em questão, mas em todo o caso, eles não podem dominar o mercado. Um livro assim pode cair nas mãos de um dos tais “borlistas”, que produza então uma edição barata. É pouco provável que tal aconteça com a maioria dos livros, os quais, como dissemos no Capítulo 3, venham a vender, em média, um pouco mais, mas que não sejam suficientemente famosos para os “borlistas” inundarem o mercado com eles. Mas apesar de tudo pode acontecer ocasionalmente com alguma obra que esteja a ter uma boa saída no mercado.

Devemos mencionar aqui que isto não tem de ser um problema. Primeiro que tudo temos de ter presente que um “borlista” tem a ousadia mas não uma escala que justifique tais actividades prin-

cipais. Isto reduz o risco para proporções muito mais modestas. Ainda por cima, para o autor ou o editor original, este não é o maior problema do mundo. O livro já saiu bastante bem e como tal já se conseguiu um lucro considerável. Incidentalmente, o editor original pode continuar a ter o livro no mercado beneficiando do interesse renovado que o “borlista” criou entretanto. Aliás esta acção faz o autor e o seu editor ainda mais conhecidos, e como dissemos, essa fama pode ser capitalizada.

Na introdução a este capítulo, já vimos como a digitalização - também de aparelhos de leitura – pode ser benéfica para os autores, desde que estes já tenham construído uma relação com os seus leitores.

No que diz respeito à distribuição digital, há um gigante, a Amazon.com e alguns de segunda categoria. É essencial usar a ferramenta da lei da concorrência para estabelecer se emergiu alguma posição mais dominante. Pode-se perguntar o que pode estar errado com uma actividade tão inocente como vender livros, neste caso, digitalmente. Mas no reino do digital não é assim tão inocente. Os compradores podem ser conduzidos para outros livros que lhes possam interessar e são atribuídas classificações aos livros. Tal como deve haver livrarias em número suficiente de modo a que se não vendam livros apenas sob um ponto de vista, também no domínio digital deveria ser garantida diversidade pela mesma razão. Em França uma rede de livrarias independentes está a arrancar com um sistema de distribuição digital. Trata-se, em qualquer dos casos, de um sinal de que eles não se vêem como perdedores na era digital. Um passo mais além podia ser ter recursos que permitissem imprimir livros a pedido. Isto tem inúmeras vantagens.

Por definição, uma livraria, pode apenas ter nas prateleiras um número limitado de livros, não falando da questão de quanto tempo devem ser mantidos em stock (custa dinheiro e ocupa espaço que poderia ser utilizado para novos livros). Com a impressão a pedido, qualquer livro fica disponível num abrir e fechar de olhos. Os livreiros deixam de ter de comprar grandes pilhas de livros aos editores de modo a garantirem as suas vendas no caso de um qualquer título ser um enorme sucesso. Os outros livros com menos sucesso e menos vendas – e são muitos e muitos – são devolvidos às editoras para serem guilhotinados. Do ponto de vista ecológico, esta considerável superprodução de livros é pura loucura.

Imprimir a pedido, que até pode ser feito à vis-

ta do cliente, pode também transformar a livraria num centro de serviços para os residentes locais puderem publicar os seus próprios livros. Histórias de família, poemas, romances. Existe uma imensidão de escrita por aí. A vantagem de imprimir a pedido é que apenas se faz o número exacto de que se necessita. As livrarias têm então de assegurar que oferecem aos seus clientes qualquer coisa extra em comparação com as companhias que operam via Internet e que providenciam os mesmos serviços.

Voltemos ao escritor. Na era digital, ele ou ela não têm necessariamente de se dirigir aos editores para terem o seu trabalho publicado. Ainda é uma opção – se há boas razões – mas não é absolutamente necessário. A edição e o design do livro podem ser feitos pelo próprio autor. Ou pode ser feito via um website, seja apenas como edição digital ou como anúncio de que está disponível em papel, ou ambas as coisas. No sistema de impressão a pedido o número de cópias impressas não tem de exceder a procura. O autor pode também actualizar o seu livro periodicamente. Notoriamente o mundo dos livros também tem evoluído como resultado da digitalização. Muito pode ser aprendido através das mudanças que já existem há alguns anos na indústria da música.

Música

Concertos e outro tipo de performances já são por si excelentes meios geradores de dinheiro para os músicos. Isto providencia valor acrescentado. Cria-se um elo com as pessoas que estão em palco que dão algo maravilhoso ou fascinante como o som dos seus instrumentos ou voz, seja música pop ou de qualquer outro género.

Quase não é necessário perguntar se os músicos ainda precisam de editoras discográficas. A resposta é: não precisam. Com as últimas tecnologias eles podem gravar qualquer coisa do modo como querem que soe. Eles não precisam um gerente de mercado de uma grande editora ou de alguma das suas várias etiquetas. A distribuição e vendas podem ser feitas nos concertos ou via Internet. Os custos relativos aos intermediários são consideravelmente reduzidos. Um conjunto ou uma banda pode considerar útil encontrar o seu próprio gerente, que alivie os músicos de algum trabalho. É um investimento que vale o seu dinheiro.

SellaBand tem vindo a desenvolver um modelo de negócio para angariar fundos de investimen-

to para cobrir os custos iniciais, baseado na relação que uma banda constrói com as pessoas que acreditam neles, os “crentes”. Estas pessoas podem comprar participações na tal banda por 10 dólares ou mais. Para os grupos que conseguem juntar deste modo 50 000 mil dólares, a SellaBand suporta os custos da produção, da promoção e outros. Eles estão a desempenhar o papel que anteriormente desempenhado pela indústria discográfica (Howe 2008: 256-8). O envolvimento que os fãs têm com uma dessas bandas é referido como gerador de multidões. Jeff Howe vê este fenómeno como “as acções não coordenadas de milhares de pessoas que fariam as coisas que as pessoas gostam de fazer, especialmente na companhia de outras pessoas”. É atirar fora o jugo de ser apenas um consumidor. As pessoas querem estar envolvidas nos processos de produção daquilo que tenha significado para elas (2008: 13, 4). Isto não altera o facto de que terão uma compensação financeira, mas isso não é a parte principal do prazer. Os crentes dos projectos da SellaBand também beneficiam dos lucros gerados por este grupo.

Mencionámos atrás que falaríamos acerca dos Radiohead. Em 2007 o grupo colocou na Internet o seu novo álbum, *In Rainbows*. Os fãs tiveram de decidir se queriam ou não pagar por ele, e no caso afirmativo, por quanto. O álbum foi descarregado mais de um milhão de vezes e qualquer coisa entre 40% e 60% dos clientes escolheram pagar à banda em média 5 euros (Le Monde, 19 de Dezembro 2007). Uma estimativa situa o que os Radiohead receberam em cerca de 2 milhões de euros. Isto é um sinal de que os fãs querem que a banda continue a criar.

Neste caso também se pode argumentar que se trata de um grupo famoso. E realmente é o caso; daí a quantia. No nosso futuro, contudo, é pouco provável que ainda venha a haver tais grupos com tamanha fama, pois não será mais possível ou permitido implantar os recursos de marketing necessários para tal acção. Mesmo quando falamos de menores quantidades de dinheiro, um grupo tem de trabalhar no duro para o conseguir. No fundo, tudo se resume a construir um elo com os potenciais fãs, os quais se mantêm leais e, tal como vimos com os Radiohead, estão dispostos a meter as mãos nas suas bolsas. As quantias que os fãs realmente pagam não são assim tão elevadas. Podem ser mais baixas do que comprar um CD de uma grande editora, isto porque se pode poupar incrivelmente em despesas gerais e marketing em particular.

No nosso cenário – embora isto seja certamente um ponto discutível - as rádios podem usar o trabalho de um músico sem custos. Porquê? Primeiro que tudo, há que lembrar que já não têm a mesma escala de agora. Já não podem fazer parte de um grande conglomerado. Isso reduz as hipóteses de ouvir o mesmo repertório em todo o lado. E o que é mais, para se obter uma licença de emissão radiofónica, são obrigados a fazer a sua programação diversificada, seja qual for o género em que se especializem. Pelo menos, esta é a maneira como nós o imaginamos. Se, em qualquer dos casos, nós, como sociedade, disponibilizarmos muitos recursos de modo a permitir que as companhias radiofónicas possam operar, então, como contrapartida, podemos exigir que se toque e seja mostrado o que está a ser desenvolvido na área da criatividade artística na nossa sociedade, no sentido mais lato. Como resultado, bem mais artistas podem ser vistos e ouvidos do que são agora. Isto é importante para a sua reputação, a qual, então, atrai audiências para os seus concertos.

As companhias radiofónicas podem escolher contribuir de várias maneiras para o desenvolvimento de um clima cultural variado nas regiões que as suas emissões cobrem. Podem patrocinar festivais, cursos de música e muitos outros eventos culturais, fazendo, deste modo, por exemplo, uma contribuição infraestrutural na criação de um estimulante clima musical. Não têm de o fazer, mas a sua total ausência será notada pelo público. A sua participação irá gerar também programas radiofónicos relacionados com a vida musical e cultural em geral da comunidade para a qual emitem.

Até agora, temos apenas falado de músicos que se apresentam em concertos. Contudo, antes de tocarem uma só nota, alguma coisa tem primeiro de ser composta, a não ser que improvisem. Como vamos ver os compositores sob o ponto de vista das nossas condições? Sentimos que há duas possibilidades. A primeira é que o compositor recebe uma comissão de um outro agrupamento para escrever uma obra. A segunda que vem à mente é que alguém comece por compor algo de sua própria iniciativa e depois procure um músico, uma banda ou uma orquestra que queira tocar a sua obra e que o remunere por ela. Em ambas as situações, o compositor recebe um montante fixo, o qual tem de ser muito bem negociado. Esse montante tem de ser superior ao que se pratica actualmente.

Podia ser contemplado no contrato que o compositor partilha do sucesso da performance

e que isso se traduz em royalties. Esta situação é comparável com o contrato que se estabelece entre editor e escritor. O risco e o lucro são partilhados. Portanto, tudo se resume a que os bons rendimentos sejam conseguidos através dos concertos. O sucesso pode reflectir-se em mais e mais bem pagas comissões para novas obras. Em princípio, qualquer pessoa pode cantarolar uma melodia. Neste aspecto também nos podemos questionar se isto tem probabilidades de acontecer e se o infractor se recusa categoricamente a pagar pela reutilização. O processo de danos causados pela vergonha ou estragos na reputação pode levar, de algum modo, a uma conduta de certa dignidade, mas naturalmente isto não oferece nenhuma garantia de absoluta certeza. Podemos também assumir que apenas um número limitado de trabalhos serão cobertos por outros. A maioria das composições não são suficientemente impressionantes para engendrar o medo de que outros as possam também tocar. Incidentalmente, isso não diz nada sobre a qualidade da composição. Se, apesar de tudo isto, outros incluírem um trabalho no seu repertório sem pagarem por ele, então o criador torna-se mais famoso e, também neste caso, eleva a sua posição no mercado com todos os benefícios financeiros que tal implica.

Muitas companhias usam a música para alcançarem os seus objectivos corporativos. Isso tornar-se-á incrivelmente barato para eles assim que deixe de existir o copyright. Mas não é tão simples como isso. A companhia em questão tem o desejo de se distinguir das outras de uma maneira específica, por exemplo, através de uma melodia. Então não há necessidade de usar a música de outras pessoas. Vice-versa, não haverá o receio de melodias escritas por compositores desta companhia serem usadas por outras firmas.

Virá a ser uma coisa muito habitual para uma orquestra ou agrupamento, por exemplo, não ter suficientes fundos para pagar devidamente a um compositor. No capítulo anterior já apelámos aos governos para, nestes casos, ajudarem com subsídios decentes. Afinal de contas, para a qualidade de realização de projectos artísticos é importante continuar a ter novidade nas composições. Como contrapartida o trabalho e os esforços dos compositores contemporâneos de todos os géneros de música, têm, também, um tremendo efeito estimulante em toda a vida musical da sociedade.

Filmes

Nalguns países, geralmente europeus, ainda se pode produzir uma boa diversidade de filmes graças aos subsídios e outras facilidades, tais como festivais, suportados pelos governos. Infelizmente, a maioria destes filmes apenas chega a uma audiência limitada, e, sobretudo, local. Pode dizer-se que os filmes europeus já não viajam. Raramente tais filmes atravessam fronteiras.

Em muitas partes do mundo, os mercados são dominados pelo produto de Hollywood. Isto deve-se, em parte, à integração vertical desde a linha de produção até à recepção. O que pode ser, no sentido literal – várias companhias têm proprietários comuns – ou pode acontecer caso a caso através de complicados e pesados contratos e participações em investimentos. Outro factor muito importante é, naturalmente, o excessivo peso do marketing que bombardeia o mundo, tal como já mencionamos anteriormente.

Que desenvolvimento espectacular seria preciso acontecer se as nossas propostas se tornassem realidade? Já dissemos que é pouco provável que se venha a fazer mais filmes de enorme sucesso (os chamados blockbusters). Sem o escudo protector do copyright, sem controlo do mercado e sem a possibilidade de gastar uma enorme fortuna em marketing, haverá pouca motivação para os investidores colocarem o seu dinheiro em tais projectos.

Com o sistema de blockbuster, a taxa de sucesso é baixa: um em cada dez filmes dá lucro, mas é mesmo um excelente lucro. Acreditamos que sem os blockbusters essa taxa subiria para quatro em dez. O eventual best seller dará lugar a vários filmes que vendem bem (well sellers). Com a substancial redução do risco ligado à feitura de um filme, a extrema concentração das questões de produção deixa de ser necessária. Os grandes estúdios podem e serão substituídos (devido a legislação cultural antitrust) por instalações de produção mais modestas, do tamanho de médias ou pequenas companhias. Economicamente, com certeza, isto é uma transição formidável – apesar de talvez menos drástica do que aparenta, pois que assim, o apogeu dos grandes estúdios de Hollywood parece acabar.

Na prática, serão feitos dois tipos de filmes. Filmes que custem vários milhões de euros ou dólares, ou, talvez um pouco mais, e filmes com um orçamento mais modesto de qualquer coisa entre

vinte e setenta mil dólares ou euros. Como podem estes dois tipos de filmes recuperar os seus custos?

Temos de ser honestos e admitir que os produtores de filmes que custem vários milhões de euros ou dólares não vão recuperar imediatamente os seus investimentos. Poderia ser possível de acordo com as novas condições de mercado – no fim de contas, estas não são quantias extraordinariamente altas para um mercado no qual não opera nenhum grupo dominante – mas para já não temos a certeza. Em qualquer dos casos, centenas de milhões de pessoas vivem no mercado europeu, por exemplo, e o mesmo número para potenciais espectadores. Tudo o que é preciso é que a distribuição seja mais bem organizada neste continente do que é actualmente. A Comissão Europeia bem que podia ter um papel mais apoiante neste ponto. Para ser mais preciso, com base no Tratado de Amesterdão, essa é uma tarefa explícita dos governos, a Comissão e a União Europeia. Não esquecer o facto importante de que já não existem nenhuns blockbusters no mercado. Há, portanto, mais espaço e curiosidade para muitos outros filmes diferentes. Isto só torna mais provável que eles também sejam capazes de recuperar os seus custos mais facilmente.

Com os livros e a música vimos que existem vários momentos em que os artistas e os produtores podem, realisticamente, recuperar os seus investimentos mais um lucro razoável, sem correrem um grande risco. Actualmente, para os filmes do segmento médio, existe um risco enorme de serem pura e simplesmente copiados, não deixando que o criador ou o produtor possam ter quaisquer lucros monetários. Temos de admitir que encontrar uma solução para esta situação foi a parte mais difícil do nosso estudo e ficaríamos muito felizes em trocar as nossas descobertas por quaisquer outras que sejam melhores.

De facto, se um filme pode ser copiado tão facilmente numa altura em que ainda precisa de algum tempo para recuperar os seus custos, então, só podemos chegar a uma conclusão. Durante esse período, o filme deveria ter um tempo de espera protegido, tempo esse que lhe permitiria uma vantagem no mercado sobre as restantes partes. Por outras palavras, um breve período em que o produto cinematográfico possa explorar o mercado de uma forma exclusiva, mais ou menos sem ser perturbado pelos outros.

Porque é que isto deveria ser necessário? Se o filme não pode ser explorado sem ser perturbado

por uns tempos, então o cenário pode vir a ser um em que ninguém se atreva a arriscar a produção de filmes. As salas de cinema e as estações de televisão ficariam então sem fornecimento. Consequentemente, existem várias entidades que têm interesse em que o mercado seja regulado, até um certo ponto, de modo a garantir um fluxo contínuo de produções.

Pode-se imaginar que estas entidades se entendam mutuamente. Isto tanto pode ser sob a lei pública ou a lei privada. Qualquer opção escolhida depende do que for mais comum para tais regimes no país em questão. O regime podia estabelecer que as entidades implicadas acordem que o pagamento seja feito para proveito do filme. É um acordo exclusivo entre as partes interessadas, que exclui terceiros. O acordo podia ser por um período de seis meses, a partir do qual o filme estaria disponível gratuitamente. O período de tempo podia também variar consoante o tipo de filme. Este regime é acordado com base em um objectivo claramente definido: assegurar o fornecimento suficiente na categoria de filmes ligeiramente mais elaborados. Isto cobre um interesse social geral, nomeadamente a disponibilidade de uma larga variedade de filmes desta categoria. O público é uma parte directamente interessada; quer poder ter uma escolha regular de entre uma nova série de filmes.

Temos a certeza de que o leitor pode imaginar o que pensámos e debatemos durante muito tempo sobre se o que agora estamos a propor seria rotulado de copyright. A nossa conclusão final foi pela negativa. Existem várias diferenças gritantes. A primeira é que não há nenhum proprietário que possa proibir que o filme seja alterado. Isto é mesmo fundamental. No nosso cenário, o material final usado no filme pode ser rearranjado ao gosto de cada um. Qualquer pessoa é livre de fazer remix. No mundo do copyright tais liberdades seriam consideradas um sacrilégio. Nós somos a favor de encorajar adaptações. O novo filme rearranjado pode, por seu turno, ser registado no tal acordo entre produtores e também em acordos com salas de cinema e cadeias de televisão.

Em essência, esta é a primeira grande diferença do copyright. A segunda, na nossa abordagem, é que qualquer um pode projectar o filme em qualquer situação. Sob as regras do copyright o proprietário tinha um elevado grau de controlo sobre as condições em que o filme é mostrado. Connosco, esse direito de proibição não existe.

Quem quer que esteja em desacordo connosco

podia dizer que isto ainda está a criar uma situação de exclusividade, mesmo que breve. E então não é isso o mesmo que o copyright? Do nosso ponto de vista não é, mas um bom debate sobre o assunto não pode fazer mal. Não nos podemos permitir esquecer que não só abolimos o copyright como elevámos o mercado a um nível em que se pode “jogar”. Isto é, pelo menos, uma intervenção drástica.

É quase inimaginável que exista uma maneira qualquer de evitar que os filmes circulem no domínio digital. Como dissemos antes, os verdadeiros fãs respeitarão o produtor e provavelmente pagarão pelos filmes, enquanto outros tirarão pura e simplesmente vantagens disso.

A execução técnica do tal regime de acordo, quer na lei pública quer na privada que estamos a propor não tem de ser complicado. A essência é disto é muito clara. Os filmes são divididos em categorias conforme o seu custo e as salas de cinema e canais de televisão adequadas à sua exibição. Calcular o que tem de ser pago e efectuar esse pagamento é, então, relativamente simples.

Naturalmente que ainda se tem de pensar muito sobre o modo como estes acordos podem funcionar internacionalmente. Por exemplo, imagine-se um sistema de garantias cruzadas. Pode-se esperar que os filmes viajem entre países muito mais do que o fazem agora. Afinal de contas, já não há nenhuns produtos cinematográficos a serem lançados simultaneamente em todo o mundo em excesso de marketing. Isto podia providenciar a oportunidade de uma maior receptividade a filmes de outras culturas.

É muito provável que tanto a produção como a exibição venham a ser inteiramente digitalizadas, o que permite aos cinemas a liberdade de programar mais tematicamente. Deixam de ter de esperar que as cópias fiquem disponíveis. Os produtores também deixam de ter de contar os tostões antes de decidirem quantas cópias devem fazer. Esse número pode, agora, ser infinito. Também deixa de haver a preocupação relativa ao facto de um produtor ser verticalmente integrado em centenas ou mesmo milhares de cinemas e, devido à digitalização, serem capazes de comercializar um inesperado número de cópias, tipo blockbuster, ainda mais facilmente do que agora. No nosso modelo, tal como dissemos, não existe tal integração vertical.

Já indicámos brevemente atrás que, particularmente na Europa, uma grande quantidade de fil-

mes com custos de alguns milhões de euros só podem ser feitos graças à contribuição de subsídios. Se as nossas propostas resultarem bem – o que esperamos que sim – então, muitos filmes virão a ser lucrativos de acordo com as novas leis do mercado. Isso não altera o facto de que os governos devam continuar alerta. Haverá sempre certos géneros de filmes que nunca serão lucrativos, mesmo num mercado nivelado. Se considerarmos indispensável a existência de diversidade, deveria ser sempre possível fazê-los, com o auxílio de subsídios.

Percebemos muito bem a falta de possibilidades financeiras que os países pobres têm em oferecer esse apoio. Já é preciso muito, talvez, para financiar um festival. Só isto já expressa bem o facto da sociedade estar activamente envolvida no desenvolvimento do seu clima cinematográfico. A propósito, a normalização do mercado – também para filmes – cria melhores condições para os realizadores locais.

Mencionámos atrás que, assim que os blockbusters desaparecerem, serão feitas duas categorias de filmes. Discutimos as hipóteses favoráveis para os filmes que custem alguns milhões de euros ou dólares. Adicionalmente, já existe um rápido aumento de filmes que custam dezenas de milhar de euros ou dólares. O equipamento cinematográfico está cada vez mais barato enquanto a qualidade aumenta consideravelmente. Um exemplo entre muitos é o filme “Love Conquers All” do realizador malaio Tan Chui Mui, que ganhou o primeiro prémio no Festival Internacional de Roterdão 2007 e custou cerca de 20 000 euros. Este não é uma excepção. Na Nigéria fazem-se anualmente uns poucos milhares de filmes com orçamentos similares.

Claro que estamos a falar de uma espécie de filme diferente do que nós estamos habituados no nosso meio. Devemos pôr este “nós” em perspectiva. Existem milhões de pessoas por esse mundo fora para as quais estes são os filmes. Elas não estão familiarizadas com estruturas narrativas diferentes das que se desenvolvem naquele género de filmes. O ambiente em que eles são exibidos e a maneira como são apreciados ou rejeitados também está a mudar. Claramente, o perfil do risco do produtor assume diferentes dimensões. Os actores e a equipa técnica podem receber uma taxa fixa pela sua contribuição. Alternativamente, eles podem ser sócios no risco do produtor. E aí, o que recebem depende do sucesso do filme. É de esperar que tenham então uma ideia fiável de como o filme se está a sair no mercado.

Para esses filmes estão a ser desenvolvidos vários modelos económicos. Na Nigéria, é normalmente um produtor que trabalha em vários filmes por ano, quer seja ao mesmo tempo ou sucessivamente. Um filme é filmado e editado nalgumas semanas. O produtor tem uma rede de vendedores espalhados pelo país, que vendem dezenas de milhar – e algumas vezes centenas de milhar – de vídeos em apenas alguns dias. Isto dá ao produtor alguma folga, uma pequena vantagem sobre quaisquer possíveis “borlistas”.

Na nossa filosofia, tal rede mais ou menos verticalmente integrada, atinge a excessiva dominação do mercado. Aqui, no entanto, é questionável se será esse o caso. Existem muitos prestadores, com as suas próprias redes, que estão preparados para “disparar” se necessário. Mais: depois de algumas semanas um tal filme já passou há muito a sua data de venda. O mercado está, então, saturado de montes de novos filmes, os quais já vinham até anunciados nos anteriores. Desta maneira, eles tornam-se episódios de um muito maior drama épico (não planeado propositadamente). Os filmes normalmente reagem às questões da actualidade e, por sua vez, contribuem para elas! O financiamento desses filmes baratos também pode vir através de fundos de clientes (Howe 2008:254). Os fãs, ou nos termos de SellaBand “os crentes”, contribuem para a angariação do dinheiro necessário. Para alcançar isto um realizador tem de construir uma reputação. Desta maneira, um filme pode ser vendido através de redes tal como na Nigéria. Se, contudo, estas redes ainda não existem, construí-las é então uma tarefa formidável, apesar de haver cada vez mais festivais e eventos similares que poderiam servir de pontos de venda. Existem mais hipóteses de vender na Internet, na esperança que os fãs paguem porque se sintam em sintonia com o realizador. Outro modelo é a esperança de ter êxito no YouTube, MySpace e outros sites do género. Nesse caso os ganhos são elevados, pois que são compartilhados com os anúncios que acompanham os sites.

Artes visuais, fotografia e design

Geralmente, as pessoas sentem-se inclinadas a pensar que a concentração de poder nos sectores culturais se encontra primariamente nos campos dos media audiovisual, filmes, música e livros. Não se deve esquecer que um nicho de poder decisivo é também um fenómeno muito comum nas artes visuais e nos mundos do design e da fotografia. As leiloeiras Christies e Sotheby e as grandes agências de design que operam a

nível mundial são excelentes exemplos. Depois há a rede de galerias proeminentes e os seus contactos e relações com museus e compradores e coleccionadores institucionais.

A questão que requer uma séria consideração é se há alguma forma de domínio do mercado que o torne desigual entre os diversos intervenientes. Um pré-requisito é que os sectores do visual tenham de ser mais transparentes. Que ligações horizontais ou verticais – relações formais ou informais definidas de sempre por contrato – podem então ser observadas? Deverá fazer-se alguma coisa a seu respeito? Compreendemos muito bem como é difícil manter o controlo nesta área, em parte devido aos opacos e invisíveis padrões de comércio utilizado (Stallabrass 2004:2,3).

Em qualquer dos casos, é do interesse comum prevenir que o acesso ao mercado fique bloqueado pelas operações das forças dominantes: tem de haver oportunidades justas para uma variedade de trabalhos e estilos originados em muitos negócios diferentes. Também não há razão para haver uma tão extrema diferença de preços pelos trabalhos. Não será mau tanto social como culturalmente se a enormíssima diferença de rendimentos no sector fosse eliminada. Claro que temos de manter as coisas em proporção. Torna-se portanto, um pré-requisito, desenvolver uma pesquisa profunda das posições e comportamento do mercado nos vários mercados parciais dos sectores individuais do visual.

Inicialmente, este aspecto de regulação do mercado da arte visual e do design – através da aplicação de leis de concorrência e regulações de propriedade – exige um muito maior papel do que a questão do copyright. Afinal de contas um trabalho de arte visual ou de design é vendido – ou não – no mercado. Se o mercado estiver nivelado, então a oferta e a procura podem ter uma correspondência uniforme e pode-se conseguir preços mais “normais” – por outras palavras, nem muito exorbitantes nem muito insignificantes.

Só quando tiverem lugar as transacções é que o copyright será tido em consideração. Iremos discutir vários momentos e ver se este instrumento é realmente necessário. A primeira coisa a vir à mente são royalties de revenda (droit de suite). Isto aplica-se nalguns países para garantir que o artista original compartilhe do valor acrescentado que um seu trabalho obtenha na revenda.

A ideia por trás disto é que os artistas vendem muitas vezes por preços baixos quando ainda são

desconhecidos e não recebem nada quando o seu trabalho é revendido depois de eles se terem tornado mais famosos.

Existem várias objecções a este sistema. A primeira é que vários países se recusam a introduzi-lo. Isto torna-os mais atractivos para os comerciantes do que os países em que este sistema funciona. Consequentemente nos países em que os direitos de revenda (*droit de suite*) se aplicam, o comércio de arte anda a um passo mais lento. Para muitos artistas este não é um desenvolvimento favorável. O local onde o seu trabalho é mais provavelmente vendido não é onde há mais dinheiro.

Por outro lado, um artista cujo trabalho vale muito em revenda, já será provavelmente tão famoso, que ele ou ela já ganhará muito. Preços altos pelos seus trabalhos iniciais contribuem para a sua reputação e provavelmente levam a melhores vendas no presente. Não vamos decerto dar a marceneiros ou a arquitectos um pagamento extra se os seus trabalhos alcançarem boas somas na revenda. Naturalmente, estamos bem conscientes de que existe muitas vezes uma diferença entre o seu ponto de partida e o ponto de muitos outros artistas. O *droit de suite* é, portanto, uma ideia pela qual nos batemos com bases sólidas e razões válidas. No entanto, sentimos que há toda uma tradição a desenvolver. Isto teria de estar implicado sendo considerado de bom tom continuar a envolver o artista no caso de uma diferença de preços bizarra entre a venda inicial e a revenda posterior. O novo comprador – e o vendedor – deviam sentir uma obrigação social informal – sob pena de ficarem com as suas reputações manchadas – para garantirem que uma parte do novo preço da compra vá para o artista.

A propósito, a filosofia e o sistema do *droit de suite* desenvolveram-se numa altura em que obras de arte mudavam de mãos por somas extravagantes estando o artista ainda vivo. Estabelecemos atrás que essas quantias loucas serão uma coisa do passado assim que o mercado seja normalizado como nós estamos a sugerir. Além disso, no Outono de 2008, os preços caíram drasticamente numa questão de semanas, em resultado do surto da crise económica.

Além disso, os direitos morais do copyright desempenham um papel significativo nos sectores do visual. Será um problema se deixarem de existir? A este respeito baseamos principalmente o nosso cenário nas conclusões do economista cultural Bruno Frey (Frey 2004). Primeiro que tudo, no passado – e ainda em muitas culturas – imitar

ou copiar o trabalho de outrem era uma prática completamente aceite. Os artistas aprendiam com isso e isto mostrava que a duplicação de um trabalho original ia ao encontro de uma certa procura. As pessoas pagavam, e ainda pagam, por isso. As imitações põem a imagem original ao alcance do bolso de muita gente que, de outra maneira, não poderia pagar tais obras.

O artista beneficia, pois o seu nome é promovido. Isto permite que novos trabalhos sejam vendidos a preços mais elevados. Não é difícil imaginar que, quanto melhor for a obra imitada e mais ligada ao nome do artista, maior será o lucro. Outra razão porque copiar é uma boa coisa é que contribui para a formação da capacidade artística. Este é um método excelente para os artistas aprenderem a sua profissão. E o que é mais, copiar e adaptar mantém a disciplina viva e criativa. Construir sobre o trabalho de antecessores providencia espaço para experimentação e nova criatividade. Se isto for proibido por lei, então todos os artistas estão condenados a criar sempre qualquer coisa completamente nova, o que é evidentemente impossível e leva à inovação pela inovação. Do ponto de vista do artista, isto é frequentemente empobrecedor. É uma ilusão pensar que pode haver tanta inovação. Já vimos que a proibição de amostras, baseada no copyright, teve como resultado tornar uma série de música muito menos interessante.

Naturalmente, boas imitações causam muita confusão. Compraste uma cópia ou uma falsificação? Em muitas culturas esta questão é completamente ridícula. Ou se gosta da obra ou não. E pronto. Aos olhos dos ocidentais a resposta a esta questão obviamente premente é que precisamos de estar mais vigilantes. Se alguém pensa que tem uma obra original e afinal é uma cópia, é Será que, por isso, é menos bela? Uma vantagem adicional à possível confusão é que isto pode contribuir para uma considerável quebra nos preços exorbitantes do mercado de arte. Afinal de contas, nunca se sabe se se estaremos a comprar o original. Seria portanto uma enorme bênção para a humanidade se alguém conseguisse copiar, com grande rigor, os girassóis de Vincent van Gogh. Não teríamos, então, um mas vários. Nunca serão demais os quadros existentes de um tão maravilhoso trabalho.

Do nosso ponto de vista, contudo, não é justo sugerir que uma imitação é o mesmo que dizer que um certo artista produziu um certo trabalho quando não é o caso. Um exemplo. Um artista pinta um quadro reminescente da obra de Paul Klee que

nunca pintou tal quadro. Nesta situação, devia ser mencionado que o quadro é baseado no trabalho de Paul Klee, mas que nunca foi realmente pintado por ele. Qualquer pessoa que viole tal regra está, na nossa opinião, a cometer um acto indevido e ilegal. Temos curiosidade em saber se um tribunal pensaria o mesmo.

Outra situação que devia ser discutida é o dano real causado por um artista visual a uma obra já existente. Um exemplo concreto irá clarificar o que queremos dizer. A 19 de Julho de 2007 a artista Rindy Sam beijou um quadro totalmente branco da autoria de Cy Twombly. O beijo foi dado na Collection Lambert em Avignon. Não foi coincidência o facto de Rindy usar na altura um baton de um vermelho brilhante, o que mudou drasticamente o quadro branco. A sua explicação inicial para o que tinha feito foi que tinha sido um acto de amor: o quadro gritava para ser acabado (*Le Monde*, 28 Julho 2007). Não importa o quão criativo e inspirador tal acto possa ter parecido pois isso não altera o facto de a pintura ter ficado seriamente danificada e pode muito bem ser impossível vir alguma vez a ser restaurada completamente. Se alguém muda um texto ou uma melodia, por exemplo, isso não destrói o trabalho original. Estes casos são diferentes de uma obra única como é uma pintura. Sentimos, portanto, que se alguém quiser criticar uma obra inacabada, por exemplo, por pensar que a obra ficaria melhor com a impressão de uns lábios vermelhos, não haverá outra alternativa senão pintar outro quadro, mas então com os lábios vermelhos. Devia-se então mencionar que o quadro é baseado, neste caso, no quadro de Cy Twombly.

Das reproduções do trabalho visual em postais ou num formato maior, quais são aceitáveis? Em princípio, uma vez que o copyright seja abolido, não existem obstáculos. Temos de nos lembrar que o empresário que faz isto já não é – e não pode ser – um elemento muito importante do mercado e está rodeado de muitos outros que também podem fazer e vender o mesmo tipo de reproduções. É importante desenvolver a filosofia de que o pagamento ao artista durante um certo período de tempo é uma boa prática de comércio e a evasão devia ser punida com danos de reputação. Uma vez mais, na prática actual, tal situação é quase inimaginável. Quem sabe o que isto poderia mudar na opinião das pessoas e na sua prática se os instrumentos para a aplicação da lei não estivessem já disponíveis?

Será relevante o que dissemos até agora relativamente a logotipos ou embalagens? Pensamos que sim. Porque são implantados tais instrumentos? Para distinguir as actividades comerciais de uma empresa das de outra. Agora já não existe o copyright. Em princípio qualquer pessoa pode usar um logotipo concreto. Isso não parece ser muito útil, pois assim ninguém se distingue dos outros. E o que é mais, vinte ou trinta empresas podiam usar os logotipos de outras. Isso limita o risco de uma empresa imitar o logotipo de outra firma. Em qualquer dos casos não excluimos que isso possa acontecer a cem por cento.

Haverá alguma razão para lamentar isso? Temos um pressentimento de que não será mau se tal risco existisse. Hoje em dia permitimos que o julgamento de produtos se baseie fundamentalmente no logotipo do fabricante. Será isso uma coisa realmente ajuizada? Um pouco mais de pensamento individual pode-nos tornar um bocado mais críticos relativamente à verdadeira natureza do produto em causa, como é feito e como chega até nós. Reduzir significativamente a nossa dependência do logotipo beneficiaria consideravelmente a formação da nossa opinião individual, baseando-se numa inspecção mais cuidada.

Através dos mini-estudos de caso neste capítulo tentámos formar uma imagem de como os mercados funcionam num mundo sem copyright nem domínio especial de seja de quem for. Naturalmente, este exercício é altamente pretensioso mas, pelo menos, no que diz respeito ao que alcançámos, somos o menos pretensiosos possível. É uma iniciação com um objectivo duplo. Primeiro, ver se nos conseguimos desligar do presente status quo. Será uma perspectiva real? Segundo, as interpretações que nós damos nos mini-estudos de caso podem servir de outras tantas hipóteses de trabalho para pesquisas ulteriores.

CAPÍTULO 5

CONCLUSÃO

Dúvidas crescentes

É evidente que não se trata de termos ficado repentinamente iluminados e de começarmos a pensar que devíamos acabar com o copyright e que as posições sobredominantes nos mercados culturais não devem ser toleradas. As nossas ideias sobre a matéria são o resultado de um longo processo de incubação. Acompanham, em parte, as dúvidas que muitos outros têm em relação à sobrevivência do copyright no séc. XXI. Há uma diferença. Levantámos a questão do que é que aconteceria se este instrumento deixasse de existir. Rapidamente descobrimos que não faz sentido pensar ou agir nesses termos a menos que as condições de mercado sejam também postas em causa. Este pode ser um elemento mais ousado do nosso estudo do que a nossa proposta de nos vermos livres do copyright.

A crise económica e financeira que assola o mundo desde o Outono de 2008 pode ter tido a vantagem de criar mais oportunidades de colocar novamente na agenda a regulação dos mercados. Não se trata de um processo automático. Requer coragem política, mas antes de tudo, uma quantidade enorme de trabalho intelectual. As nossas capacidades imaginativas têm de ser alimentadas com possibilidades aparentemente não-existentes. Precisamos de análise para compreender porque é que as condições para a produção, distribuição, promoção e recepção de todo o tipo de artes têm de ser reformuladas e como é que isso poderá ser feito. As questões que levantámos nos capítulos precedentes são apenas uma contribuição modesta para essa análise. Já nos daríamos por satisfeitos se os nossos argumentos e soluções fossem sujeitos a uma discussão séria e propiciassem as condições para investigações futuras. Tudo isto seria fascinante porque se trataria nada menos do que inventar relações e comportamentos completamente novos nos mercados. O momento em que alguém ganha dinheiro poderá ser completamente diferente do que estávamos habituados até ao fim do séc. XX. Com efeito, por vezes, alguns produtos e algumas apresentações artísticas podem ser gratuitas. No entanto, Chris Anderson afirma no seu livro *Free. The Future of Radical Price*, a propósito dos apologistas da gratuidade, que ser gratuito não é exactamente

nem tão simples nem tão destrutivo como parece. Só porque os produtos são gratuitos não significa que não haja alguém, algures, a ganhar imenso dinheiro, ou que muitas pessoas não estejam, individualmente, a ganhar algum dinheiro.» (2009: 127). Acrescenta ainda que é preciso pensar-se criativamente em como converter reputação e atenção em dinheiro. “Cada pessoa e cada projecto requererá uma resposta diferente a esse desafio, que por vezes não resultará.” (209: 233)

Comparável a outros direitos de propriedade intelectual?

Durante o nosso trabalho perguntámo-nos se o que planeávamos para o copyright podia ter relevância para outros direitos de propriedade intelectual. E se não colocássemos essa questão, então outros teriam curiosidade em saber se teríamos capacidade de lhe dar resposta. Muito bem. Naturalmente, até agora não temos conseguido explorar o terreno dos direitos das patentes, das marcas registadas e até mesmo da variedade de unidades industriais.

Assim, apresentamos os nossos pontos de vista actuais baseados em alguns exemplos, já que, na verdade, temos fortes indicações de que os outros direitos de propriedade intelectual são igualmente mais um obstáculo do que uma ajuda para o desenvolvimento social justo e eficaz.

O primeiro exemplo, naturalmente, diz respeito ao software livre e aberto. Uma enorme quantidade de pessoas em todo o mundo vive razoavelmente bem ou mesmo muito bem criando aplicações ao gosto das exigências do cliente. O software vai sendo continuamente aperfeiçoado em processos colectivos. Isto é extremamente útil à sociedade e benéfico aos indivíduos.

Outro exemplo apelativo é o modo como a indústria da moda já raramente dá importância ao copyright. A luta contra a contrafacção é infrutífera. É mais importante conseguir uma vantagem competitiva procurando ter o primeiro lugar no Mercado, ter a primeira jogada. No entanto, a preocupação desta indústria é a de que as marcas registadas sejam usadas por outros. Na nossa opinião, esta forma de protecção também seria supérflua, pois, tal como já explicámos no capítulo anterior que uma reivindicação de propriedade é supérflua. Os clientes, então, deixarão de ter como orientação para a compra a marca registada de uma linha de roupa, por exemplo. Certo. Por outro lado, desen-

volverão mais a capacidade de avaliar as qualidades intrínsecas do que estão a comprar. Nessa altura, as perguntas que se seguem tornam-se relevantes: Como foi feito? Em que condições? De que maneira tem em conta ou prejudica o meio ambiente e de que maneira chegou até nós?

A patente é uma das outras propriedades intelectuais que achamos que está a chegar ao fim da sua vida útil. Tal como o copyright, tem sido frivolamente discutido. Uma quantidade gigantesca de conhecimento que foi largamente adquirida graças aos nossos esforços mútuos foi privatizada. Afinal, aquilo que é descoberto tem origem em processos de desenvolvimento de conhecimento nos quais todos nós, figurativa e literalmente, investimos. As grandes empresas e companhias de investimento tributam patentes em grandes blocos e em minúsculas partículas de conhecimento. Quem as infrinja pode esperar cartas agressivas de advogados e altas penalizações. E os pesados custos judiciais. Os procedimentos legais de ambos os lados e de sistemas de seguros são um fardo muito grande para a sociedade.

Torna-se ainda mais estranho quando percebemos que são criadas ou vendidas cada vez mais patentes para registar conhecimentos já amplamente estabelecidos ou minúsculas alterações em produtos já existentes nos quais não há qualquer vestígio de inovação. Não é difícil perceber que o sistema está a ficar completamente incontrolável. Para os países pobres, o actual sistema das patentes traz ainda menos benefícios. Muito do conhecimento que eles têm de desenvolver está nas mãos dos proprietários das patentes, que se encontram nas zonas do mundo industrializadas. Hipocritamente, há menos de dois séculos, todo o conhecimento que existia estava livremente disponível, o que permitiu o desenvolvimento dos países ocidentais. Agora, virtualmente todo o conhecimento de que os países demasiado pobres desesperadamente precisam está cercado pelas patentes, o que torna a tarefa do desenvolvimento extremamente difícil, senão impossível. E isto sem falar do conhecimento que tem sido roubado a esses países pelas companhias dos países industrializados que depois o patenteiam, um assunto que já foi discutido mais atrás neste livro.

Outro aspecto que dá um mau nome às patentes é o facto de os direitos de propriedade poderem igualmente ser aplicados a coisas vivas, tais como ao nosso ADN, aos nossos genes, ao sangue, às sementes, à comida. Não é isto obsceno? Qualquer organismo vivo faz parte da essência da nossa existência e nós precisamos que continue

vivo. Não poderão estes fundamentos da nossa existência ser poupados, não privatizados, para que nos pertençam a todos? O que é que correu mal para que o comércio domine até neste terreno sem que haja um protesto em massa? Porque é que começámos a pensar que a propriedade é uma categoria ilimitada?

Para a maioria das pequenas e médias empresas, o sistema de patentes não tem grande utilidade. Para se qualificar uma patente, uma companhia tem de anunciar publicamente o «segredo» que está no centro daquilo que vai ser patenteado e depois declará-lo a (potenciais) competidores. Obter uma patente é algo de dispendioso, complicado, porque há procedimentos legais contra as companhias que infringam essa patente. A agravar, a maioria das inovações tem um prazo de vida curto. Resumindo, a motivação para uma pequena ou média empresa investir a sério na obtenção de patentes é nenhuma. Carlos Correa conclui assim que as grandes empresas são as que estão técnica e financeiramente mais bem apetrechadas para obterem direitos de propriedade intelectual, tanto no mercado interno como internacional. Como detêm a grande maioria das patentes, o sistema para eles, é muito rentável (2004:223, 4).

Acumulam-se razões quanto às patentes e nem sempre tão evidentes como seria de esperar. Se considerarmos, por exemplo, a indústria farmacêutica, então a dúvida cresce substancialmente. O argumento que normalmente estas companhias apresentam é o de que precisam das patentes para compensarem os altos investimentos que fizeram na investigação para o desenvolvimento de novos medicamentos e de modo a poderem cobrir os custos dos que falham. Parece plausível. No entanto, vale a pena desmontar este argumento. Imediatamente se torna claro que nós, enquanto cidadãos, também financiamos a investigação. Portanto, é o nosso dinheiro que está em jogo. No fim de contas, quando vamos à farmácia, pagamos uma soma que consiste em três elementos. Uma pequena parte é pelo próprio fabrico do medicamento. Uma segunda parte do preço é uma quantia considerável investida no marketing. A investigação demonstrou que esta quantia é o dobro da quantia gasta em investigação e pesquisa, a qual consiste no terceiro elemento do preço dos medicamentos. A indústria pode afirmar que precisa das patentes para justificar o investimento. Nesse caso, torna-se ofensivo apercebermo-nos de que uma parte substancial do que desembolsamos numa farmácia seja para pagar o marketing (Gagnon 2008: 32).

Mas há ainda outra coisa estranha. É com o nosso dinheiro que financiamos a indústria farmacêutica, mas não temos voto na matéria quando é para decidir que medicamentos devem ser desenvolvidos e para que doenças. Além disso, o processo é ineficaz. Só uma pequena parte do conhecimento adquirido é que é, de facto, utilizada. O resto é fechado a sete chaves nas patentes. Normalmente com a intenção expressa de não o usar porque, por exemplo, é necessário escoar um medicamento já existente que vende bem. Uma larga proporção dos investimentos que nós, cidadãos, fazemos na investigação farmacêutica não é, portanto, usado eficazmente e não está disponível na sociedade.

Se nos depararmos com tantos paradoxos, então é indispensável perguntarmos a nós próprios se o desenvolvimento da medicina está em boas mãos, se ficar a cargo das principais indústrias farmacêuticas. Não haverá uma alternativa possível que permitisse aproximar das pessoas o poder de decisão? Nós pensamos que há. De que maneira é que isto poderia ser feito? Vamos imaginar que só pagamos o custo de produção dos medicamentos. É uma fracção apenas daquilo que hoje pagamos. Depois depositaríamos o resto do dinheiro (que de outra maneira deixaríamos na farmácia) em fundos públicos.

A forma de gerir esses fundos pode ser diferente de país para país. Pensamos ser importante que não se tornem serviços governamentais. A independência e o interesse social em desenvolver uma variedade de medicamentos deve estar garantida. Naturalmente que o país em causa tem de estar razoavelmente livre de corrupção para que tal aconteça. De outro modo é impossível haver uma sociedade funcional.

De que forma pode a pesquisa ser desenvolvida com o financiamento destes fundos? Pensamos que devem ser analisadas as doenças para as quais são necessários novos medicamentos. Laboratórios – universitários e comerciais – podem então conduzir a pesquisa a partir desta informação. Estes laboratórios teriam a dimensão necessária para desenvolver vários tipos de pesquisa. Nesse caso, as indústrias farmacêuticas com base no mercado deixam de ter razão de existir. Podem ser reduzidas a escalas mais modestas através da lei da concorrência.

A decisão sobre quais as doenças prioritárias e a selecção dos laboratórios pode ser feita por especialistas independentes do mundo da medicina e representativos da sociedade. Provavelmente, o

melhor seria existirem dois ou três laboratórios encarregues de conduzir a investigação sobre uma doença com diferentes abordagens, de modo a evitar que haja uma pesquisa apenas e que esta acabe por não conseguir alcançar resultados. Durante as pesquisas, os laboratórios trocam informação. Todo o conhecimento adquirido durante este trabalho deve ficar livremente disponível para toda a sociedade. Afinal, fomos todos pagadores. O que estamos a propor é, portanto, não só um sistema mais justo mas muitas vezes mais eficiente do que o que temos actualmente. Todo o conhecimento sobre as doenças e as formas de as curar pode então ser optimizado. O mesmo se passaria no caso das doenças dos países mais pobres, para os quais, até à data, quase nada foi feito. Além disso, o preço dos medicamentos nessas partes do mundo pode ser razoavelmente reduzido. Evidentemente que tudo isto requer uma coordenação internacional, na qual a Organização Mundial de Saúde (OMS) pode ter um papel crucial.

É óbvio que não estamos a fazer crer que o que propomos não tem dificuldades. Uma boa parte da reflexão está ainda por fazer. O que sugerimos é suficientemente desafiante para não continuarmos a engolir a assumpção de que o anzol, a linha e a cana de pesca da nossa saúde pública está nas mãos das indústrias farmacêuticas, e que estas seriam as únicas capazes.

Há outra razão para exigirmos a interrupção do sistema de patentes e os altos preços que pagamos individualmente pelos medicamentos. Pode soar estranho, mas diz respeito ao fabrico ilegal de medicamentos em larga escala. A tentação é grande. Afinal, os lucros são elevados e o risco é mínimo. Há muitos países em que os produtores de medicamentos ilegais passam despercebidos ou criam lucros à margem para políticos, funcionários públicos e polícias. Não é preciso acrescentar que esta produção ilegal tem aspectos extremamente nocivos para a saúde pública. Na melhor das hipóteses, esses medicamentos, adquiridos via Internet ou através de outros canais suspeitos, não fazem qualquer efeito. Muitas vezes são francamente perigosos, seja por causa da sua composição ou por serem vendidos sem receita médica. Há medicamentos que podem ser fatais se forem tomados sem conhecimento dos factos. Este comércio ilegal foi já avaliado em 75 mil milhões de dólares em 2010 (Pugatch 2007: 98, 9).

Há duas reacções possíveis a esta grande ameaça à saúde pública. A primeira é erradicar todo

o negócio injusto. Provavelmente não somos os únicos a considerar essa tarefa impossível. A outra possibilidade é erradicar o valor da ilegalidade. Se a nossa proposta se tornasse realidade e as patentes deixassem de existir, então a medicina seria vendida na farmácia por não mais do que o seu preço de custo. O que eliminaria o gozo dos vigaristas. Deixaria de haver uma legalidade a ganhar a todo o custo. Desapareceria. Produzir com menos do que o preço de custo não é uma oferta interessante. Abolir o sistema de patentes poderia levar à surpreendente conclusão de que era uma bênção para a saúde pública.

Tantos, tantos artistas

Do cinema, da música, dos livros, do teatro, da dança, das artes visuais e do design, neste capítulo de conclusão chegámos de repente aos sectores da saúde na nossa sociedade. Não é propriamente surpreendente. Afinal, se um direito de propriedade intelectual é injustificável – tal como analisámos no caso do copyright – então logicamente, poder ser-se dono de outras actividades intelectuais e cobri-las de patentes, por exemplo, tem igualmente aspectos problemáticos. Além disso, porque é que a dominação do mercado só se faria sentir nos sectores culturais? Trata-se de um fenómeno que tem vindo a surgir em todos os ramos de negócio e de indústria nas últimas décadas. No entanto, existem muitos outros domínios em que os direitos de propriedade intelectual também são aplicados. Também aqui, a dominação do mercado possui aspectos adversos.

Seja como for, o assunto principal deste livro prende-se com a nossa preocupação com tantos e tantos artistas e seus intermediários no sentido de que estes possam exercer a sua actividade em troca de uma vida decente, que não haja pressões do mercado dominante que os empurre para fora do campo de jogo, afastando-os do olhar e do ouvido público, que os públicos possam escolher à vontade, de uma larga e variada expressão artística de acordo com os seus gostos, e que o nosso domínio público do conhecimento e da criatividade artística não seja privatizada mas permaneça como nossa propriedade comum.

BIBLIOGRAFIA

- Anderson 2006, Chris, *The Long Tail. Why the Future of Business Is Selling Less of More*, New York (Hyperion)
- Anderson 2009, Chris, Free. *The Future of Radical Price*, London (RH Business Books)
- Bagdikian 2004, Ben H., *The New Media Monopoly*, Boston (Beacon Press)
- Baker 2007, C. Edwin, *Media Concentration and Democracy. Why Ownership Matters*, Cambridge (Cambridge University Press)
- Barthes 1968, Roland, *La mort de l'auteur*, Manteia, no. 5, 4e trimestre 1968. Published as well in: Roland Barthes, *Oeuvres complètes, Tome II, 1966-1973*, Paris 1994 (Editions du Seuil): 491-495
- Beck 2003, Andrew (ed.), *Cultural Work. Understanding the Cultural Industries*, London (Routledge)
- Benkler 2006, Yochai, *The Wealth of Networks. How Social Production Transforms Markets and Freedom*, Yale U.P.
- Bently 2004, Lionel, and B. Sherman, *Intellectual Property Law*, Oxford (Oxford University Press)
- Bettig 1996, Ronald V., *Copyrighting Culture. The Political Economy of Intellectual Property*, Boulder (Westview Press)
- Boldrin 2007, Michele, and Levine David K, *Against Intellectual Monopoly*, <http://dklevine.com/general/intellectual/againstnew.htm>
- Bollier 2003, David, *Silent Theft. The Private Plunder of Our Common Wealth*, New York and London (Routledge)
- Boyle 1996, James, *Shamans, Software, and Spleens. Law and the Construction of the Information Society*, Cambridge MA/ London (Harvard University Press)
- Brown 2003, Michael F., *Who Owns Native Culture?*, Cambridge, Mass. (Harvard University Press)
- Coombe 1998, Rosemary J, *The Cultural Life of Intellectual Properties. Authorship, Appropriation, and the Law*, Durham and London (Duke University Press)
- Correa 2000, Carlos M., *Intellectual Property Rights, the WTO and Developing Countries. The TRIPS Agreement and Policy Options*, London/ Penang (Zed Books/ Third World Network)
- Correa 2004, Carlos M., *Do small and medium-sized enterprises benefit from patent protection?*, in Pietrobelli 2004: 220-239
- Cowen 1998, Tyler, *In Praise of Commercial Culture*, Cambridge and London (Harvard University Press)
- Cowen 2002, Tyler, *Creative Destruction. How Globalization is Changing the World's Cultures*, Princeton and Oxford (Princeton University Press)
- Cowen 2006, Tyler, *Good & Plenty. The Creative Successes of American Arts Funding*, Princeton and Oxford (Princeton University Press)
- Croteau 2006, David, and William Hoynes, *The Business of Media. Corporate Media and the Public Interest*, Thousand Oaks, London, New Delhi (Pine Forge Press)
- Deere 2009, Carolyn, *The Implementation Game. The TRIPS Agreement and the Global Politics of Intellectual Property Reform in Developing Countries*, Oxford (Oxford U.P.)
- Doyle 2002a, Gillian, *Media Ownership*, London (Sage)
- Doyle 2002b, Gillian, *Understanding Media Economics*, London (Sage)
- Drahos 2002, Peter, with John Braithwaite, *Information Feudalism. Who Owns the Knowledge Economy?*, London (Earthscan)
- Drahos 2002a, Peter, and Ruth Mayne, *Global Intellectual Property Rights. Knowledge, Access and Development*, Basingstoke (Hampshire) and New York (Palgrave Macmillan and Oxfam)
- Drahos 2005, Peter, *An Alternative Framework for the Global Regulation of Intellectual Property Rights*, Camberra (Centre for Governance of Knowledge and Development)
- Dreier 2006, T., and Hugenholtz, P.B. *Concise European Copyright Law*, Alphen aan den Rijn (Kluwer International Law)
- Drucker 1993, Peter, *Innovation and Entrepreneurship*, New York (Harper Business)
- Fisher 2004, William W., *Promises to Keep. Technology, Law, and the Future of Entertainment*, Stanford (Stanford University Press)
- Florida 2004, Richard, *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life*, London (Basic Books)
- Florida 2005, Richard, *Cities and the Creative Class*, New York – London (Routledge)
- Florida 2005a, Richard, *The Flight of the Creative Class. The New Global Competition for Talent*, New York (HarperBusiness)
- Frey 1989, Bruno S. and Werner W. Pommerehne, *Muses and Markets. Explorations in the Economics of the Arts*, Oxford (Basil Blackwell)
- Frey 2000, Bruno S., *Art & Economics. Analysis & Cultural Policy*, Berlin (Springer)

- Frey 2004, Bruno S., *Some considerations on fakes in art: an economic point of view*, in Mossetto 2004: 17-29
- Frith 1993, Simon (ed.), *Music and Copyright*, Edinburgh (Edinburgh U.P.)
- Frith 2004, Simon, and Lee Marshal (ed.), *Music and Copyright. Second Edition*, Edinburgh (Edinburgh U.P.)
- Fukuyama 1995, Francis, *Trust. The Social Virtues & the Creation of Prosperity*, New York (The Free Press)
- Gagnon 2008, Marc-André, and Joel Lexchin, *The Cost of Pushing Pills. A New Estimate of Pharmaceutical Expenditures in the United States*, in PloS Medicine, January 2008, Vol. 5, Issue 1 (www.plosmedicine.org)
- Gemser 2001, Gerda, and Nachoem W. Wijnberg, *Effects of Reputational Sanctions on the Competitive Imitation of design Innovations*, in Organization Studies 2001, 22/4: 563-591
- Germann 2003, Christophe, *Content Industries and Cultural Diversity. The Case of Motion Pictures*, in Culturelink, Special Issue 2002/2003: 97-140, Zagreb
- Gerven 2000, W. van, P. Larouche, and J. Lever, *Cases, Materials and Texts on National, Supranational and International Tort Law*, Oxford (Hart Publishers)
- Ginsburgh 2006, Victor A., and David Throsby (eds.), *Handbook of the Economics of Art and Culture*, Amsterdam (North-Holland)
- Glenny 2008, Misha, McMaffia. *Crime Without Frontiers*, London (The Bodley Head)
- Goldstein 2001, P., *International Copyright. Principles, Law and Practice*, Oxford (Oxford University Press)
- Gowers 2006, Andrew, *Gowers Review of Intellectual Property*, London (HM Treasury)
- Graber 2005, Christoph Beat, a.o. (eds.), *Digital Rights Management. The End of Collecting Societies?*, Berne (Staempfli Publishers Ltd)
- Grandstrand 2003, Ove (ed.), *Economics, Law and Intellectual Property*, Amsterdam (Kluwer Academic Publishers)
- Grosheide 2002, Willem, and Jan Brinkhof (eds.), *Intellectual Property Law. Articles on Cultural Expressions and Indigenous Knowledge*, Antwerp (Intersentia)
- Hagoort 1993, Giep, *Cultural Entrepreneurship*, Utrecht (Eburon)
- Harold 2007, Christine, OurSpace. *Resisting the Corporate Control of Culture*, Minneapolis (University of Minnesota Press)
- Hartley 2005, John (ed.), *Creative Industries*, Oxford (Blackwell)
- Hauser 1972, *Sozialgeschichte der Kunst und Literatur*, München (C.H. Beck)
- Heins 2003, Marjorie, "The Progress of Science and Useful Arts": *Why Copyright Today Threatens Intellectual Freedom*", New York (Brennan Center for Justice)
- Heller 1985, Agnes, *The Power of Shame. A Rational Perspective*, London (Routledge & Kegan Paul)
- Hemmungs Wirtén 2004, Eva, *No Trespassing. Authorship, Intellectual Property Rights, and the Boundaries of Globalization*, Toronto (University of Toronto Press)
- Hesmondhalgh 2002, David, *The Cultural Industries*, London (Sage)
- Hesmondhalgh 2006a, David (ed.), *Media Production*, Maidenhead, Berkshire (Open University Press)
- Hisrich 2002, Robert D. and Michael P. Peters, *Entrepreneurship*, Boston (McGraw-Hill)
- Hoskins 2004, Colin, Stuart McFadyen, and Adam Finn, *Media Economics. Applying Economics to New and Traditional Media*, Thousand Oaks and London (Sage)
- Howe 2008, Jeff, *Crowdsourcing. Why the Power of the Crowd Is Driving the Future of Business*, New York (Crown Business)
- Keen 2007, Andrew, *The Cult of the Amateur. How Today's Internet is Killing Our Culture*, New York (Doubleday)
- Klein 2007, Naomi, *The Shock Doctrine. The Rise of Disaster Capitalism*, London/ New York (Penguin)
- Kretschmer 1999, Martin, *Intellectual Property in Music: A Historical Analysis of Rhetoric and Institutional Practices*, special issue Cultural Industry (ed. P. Jeffcutt), Studies in Cultures, Organizations and Societies, 6: 197-223
- Kretschmer and Kawohl 2004, Martin and Friedemann, *The History and Philosophy of Copyright*, in: Frith and Marschall (2004): 21-53
- Lane 2001, Cristel and Reinhard Bachmann (eds.), *Trust Within and Between Organizations. Conceptual Issues and Empirical Analysis*, Oxford (Oxford U.P.)
- Lessig 2002, Lawrence, *The Future of Ideas. The Fate of the Commons in a Connected World*, New York (Vintage)
- Lessig 2004, Lawrence, *Free Culture. How Big Media Uses Technology and the Law to Lock Down Culture and Control Creativity*, New York (The Penguin Press)
- Lessig 2008, Lawrence, *Remix. Making art and commerce thrive in the hybrid economy*, London (Bloomsbury)
- Lewinski 2002, Silke von, *Indigenous Heritage and Intellectual Property. Genetic Resources, Traditional Knowledge and Folklore*, The Hague (Kluwer Law International)

- Litman 2001, Jessica, *Digital Copyright*, Amherst (New York/ Prometheus Books)
- Lovink 2007, Geert, and Ned Rossiter (eds.), *MyCreativity Reader. A Critique of Creative Industries*, Amsterdam (Institute of Network Cultures)
- Lovink 2008, Geert, *Zero Comments. Blogging and Critical Internet Culture*, New York, London (Routledge)
- Lovink 2008a, Geert, and Sabine Niederer (eds.), *Responses to YouTube*, Amsterdam (Institute of Network Cultures)
- Macmillan 2002, Fiona, *Copyright and corporate power*, in Towse 2002: 99-118
- Malm 1998, Krister, *Copyright and the Protection of Intellectual Property in Traditional Music, Music, Media, Multicultu-re*, Stockholm (Musikaliska akademien)
- Martel 2006, Frédéric, *De la culture en Amérique*, Paris (Gallimard)
- Maxwell 2001, Richard (ed.), *Culture Works. The Political Economy of Culture*, Minneapolis (University of Minnesota press)
- McChesney 1999, Robert W., *Rich Media, Poor Democracy. Communication Politics in Dubious Times*, Urbana and Chicago (University of Illinois Press)
- McChesney 2007, Robert, *Communication Revolution. Critical Junctures and the Future of Media*, New York (The New Press)
- Mossetto 2004, Gianfranco, and Marilena Vecco (eds.), *The Economics of Copying and Counterfeiting*, Milano (FrancoAngeli)
- Motavalli 2002, John, *Bamboozled at the Revolution. How Big Media Lost Billions in the Battle for the Internet*, New York (Viking)
- Naím 2005, Moises, *Illicit. How smugglers, traffickers, and copycats are hijacking the global economy*, New York (Doubleday)
- Netanel 2008, Neil Weinstock, *Copyright's Paradox*, Oxford/ New York (Oxford University Press)
- Nimmer 1988, M.B., and P.E. Geller, *International Copyright Law and Practice*, New York (Bender)
- Nimmer 1994, M.B. and D. Nimmer, *Nimmer on Copyright: A Treatise on the Law of Literary, Musical and Artistic Property, and the Protection of Ideas*, New York (Bender)
- Nooteboom 2002, Bart, *Trust. Forms, Foundations, Functions, Failures and Figures*, Cheltenham, UK (Edward Elgar)
- Nuss 2006, Sabine, *Copyright & Copyriot. Aneignungskonflikte um geistiges Eigentum im informationellen Kapitalismus*, Münster (Westfälisches Dampfboot)
- Obuljen 2006, Nina, and Joost Smiers, *Unesco's Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions. Making It Work*, Zagreb (Culturelink)
- Perelman 2002, Michael, *Steal This Idea. Intellectual Property Rights and the Corporate Confiscation of Creativity*, New York (Palgrave)
- Pérez de Cuellar 1996, Javier, *Our Creative Diversity. Report of the World Commission on Culture and Development*, Paris (Unesco Publishing)
- Picciotto 2002, Sol, *Defending the Public Interest in TRIPS and the WTO*, in Drahos 2002a: 224-243
- Pietrobelli 2004, Carlo, and Árni Sverrisson, *Linking Local and Global Economies. The ties that bind*, London (Routledge)
- Polanyi 1957, Karl, *The Great Transformation. The Political and Economic Origins of Our Time*, Boston (Beacon Press)
- Pugatch 2007, Meir p., and Anne Jensen, *Healthy IPRs. A Forward Look at Pharmaceutical Intellectual Property*, London (The Stockholm Network)
- Renschler 2002, Ruth, *The Entrepreneurial Arts Leader. Cultural Policy, Change and Reinvention*, Queensland (The University of Queensland press)
- Ricketson 2006, S. and J.C. Ginsburg, *International Copyright and Neighbouring Rights: The Berne Convention and Beyond*, Oxford (Oxford U.P.)
- Rifkin 2000, Jeremy, *The Age of Access. The New Culture of Hypercapitalism, Where All of Life is a Paid-for Experience*, New York (Jeremy P. Tarcher/ Putnam)
- Rose 1993, Mark, *Authors and Owners. The Invention of copyright*, Cambridge, Mass. (Harvard University Press)
- Rossiter 2006, Ned, *Organized Networks. Media Theory, Creative Labour, New Institutions*, Rotterdam (NAI)
- Rushdie 1993, Salman, *Shame*, London (Picador)
- Said 1993, Edward W., *Culture and Imperialism*, New York (Alfred A. Knopf)
- Schiller 2000, Dan, *Digital Capitalism. Networking the Global Market System*, Cambridge (MA)/ London (The MIT Press)
- Sherman 1994, B., and A. Strowel (eds.), *Of Authors and Origins: Essays on Copyright Law*, Oxford (Clarendon Press)
- Shiva 1997, Vandana, *Biopiracy. The Plunder of Nature and Knowledge*, Boston MA (South End Press)
- Shiva 2001, Vandana, *Protect or Plunder? Understanding Intellectual Property Rights*, London (Zed Books)
- Shohat 1994, Ella and Robert Stam, *Unthinking Eurocentrism. Multiculturalism and the Media*, London and New York (Routledge)

- Shulman 1999, Seth, *Owning the Future*, New York (Houghton Mifflin Company)
- Siwiek 2007, Stephen E., *Copyright Industries in the U.S. Economy*, Washington (Economists Incorporated)
- Smiers 1998, Joost, *État des lieux de la création en Europe. Le tissu culturel déchiré*, Paris (L'Harmattan)
- Smiers 2001, Joost, *La propriété intellectuelle, c'est le vol ! Pladoyer pour l'abolition des droits d'auteur*, In *Le Monde Diplomatique*, septembre 2001.
- Smiers 2003, Joost, *Arts Under Pressure. Promoting Cultural Diversity in the Age of Globalization*, London (Zed Books)
- Smiers 2004, Joost, *Artistic Expression in a Corporate World. Do We Need Monopolistic Control?*, Utrecht (Utrecht School of the Arts)
- Smiers 2008, Joost, *Creative Improper Property. Copyright and the Non-Western World*, in *Third Text*, Vol. 22, Issue 6, November 2008: 705-717
- Stallabrass 2004, Julian, *Art Incorporated. The Story of Contemporary Art*, Oxford (Oxford U.P.)
- Tadelis 2006, Steve, *The Power of Shame and the Rationality of Trust*, München (Hans Möller Seminar)
- Tapscott 2008, Don, and Anthony D. Williams, *Wikinomics. How Mass Collaboration Changes Everything*, New York (Portfolio)
- Thomas 2004, Pradip N., and Zaharom Nain (eds.), *Who Owns the Media? Global Trends and Local Resistances*, London (Zed Books)
- Toulouse, J.M., *L'Entrepreneurship au Quebec*, Les Presses H. E. C., Montreal, 1980
- Toynbee 2001, Jason, *Creating Problems. Social Authorship, Copyright and the Production of Culture*, Milton Keynes (The Pavis Centre for Social and Cultural Research)
- Towse 2000, Ruth, *Copyright, Incentive and Reward. An Economic Analysis of Copyright and Culture in the Information Age*, Rotterdam (Erasmus University)
- Towse 2002, Ruth (ed.), *Copyright in the Cultural Industries*, Cheltenham (Edward Elgar)
- Towse 2003, Ruth (ed.), *A Handbook of Cultural Economics*, Cheltenham (Edward Elgar)
- Towse 2003a, Ruth, *Copyright and Cultural Policy for the Creative Industries*, in: Grandstrand 2002: 1-10
- Towse 2004, Ruth, *Copyright and Economics*, in: Frith and Marshall (2004): 54-69
- Towse 2006, Ruth, *Copyright and Creativity. Cultural Economics for the 21st Century*, Rotterdam (Erasmus University)
- Unesco 2005, *Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions*, Paris (Unesco)
- Utton 2003, M.A., *Market Dominance and Antitrust Policy*, Cheltenham, UK (Edward Elgar)
- Vaidyanathan 2001, Siva, *Copyrights and Copywrongs. The Rise of Intellectual Property and How It Threatens Creativity*, New York and London (New York University Press)
- Vaidyanathan 2004, Siva, *The Anarchist in the Library. How the Clash Between Freedom and Control is Hacking the Real World and Crashing the System*, New York (Basic Books)
- Wendland 2002, Wend, *Intellectual Property and the Protection of Cultural Expressions. The Work of the World Intellectual Property Organization (WIPO)*, in Grosheide 2002: 102-138
- Wilkin 2001, Peter, *The Political Economy of Global Communication*, London (Pluto Press)
- Zimmerman 2008, Diane L., *Living without Copyright in a Digital World*, in *Albany Law Review*
- Zittrain 2008, Jonathan, *The Future of the Internet and How to Stop It*, New Haven & London (Yale University Press)