

ECONOMIA CRIATIVA, PANDEMIA E DIREITO

A PROTEÇÃO
AUTORAL DAS
OBRAS
PRODUZIDAS
NESTE SISTEMA DE
INTEGRAÇÃO DE
PROFISSIONAIS
SEDIADOS EM
VÁRIOS LUGARES
DO MUNDO E COM
LEGISLAÇÃO
ESPECÍFICA É
TALVEZ O
PRIMEIRO
DESAFIO, QUE
PODE SER
MINIMIZADO COM
UM BOM
PLANEJAMENTO
ESTRATÉGICO E
JURÍDICO

A pandemia acelerou todas as ações no digital e empurrou não só os produtores criativos, mas também o público em isolamento para as redes sociais. Pudemos assistir, no último ano, o crescimento exponencial de produção e distribuição em plataformas online, muitas das quais desenvolvidas ou sofisticadas durante o processo, bem como a transformação para o digital de muitos produtos brasileiros, distribuídos para além das fronteiras. Muitas atividades presenciais foram traduzidas em audiovisual, produzidos de forma cada vez mais profissional, mas convivendo com outras ações caseiras e amadoras. De qualquer forma, a avaliação é de que todos os setores, não só o ligado à economia criativa, anteciparam em vinte anos os usos, ferramentas, possibilidades, intensidade e permanência nas plataformas digitais.

Se por um lado essa aceleração aumentou o público e as possibilidades de distribuição e monetização, por outro lado, muitas ferramentas digitais ainda não oferecem a segurança de proteção de dados e da individualidade, e muitas normas não tiveram tempo de se adequar, ou mesmo de serem impostas no cotidiano acelerado das criações. Deve ser acrescentado o fato da desterritorialização dos serviços, uma vez que agora é possível agregar profissionais criativos e tecnológicos de qualquer país, aproveitando-se o fuso, os melhores preços e as mentes mais brilhantes.

A proteção autoral das obras produzidas neste sistema de integração de profissionais sediados em vários lugares do mundo e com legislação específica é talvez o primeiro desafio, que pode ser minimizado com um bom planejamento estratégico e jurídico. Mas, adicionalmente, a produção final coletiva terá um (ou mais) titular, nomeado conforme contratações e permissivos

legais de cada localidade, o qual deverá ter sua remuneração estabelecida conforme frequência e extensão de uso da sua obra, por meio de cada plataforma digital e quantidade de acessos individuais. A tecnologia para controle do uso de cada obra criativa já existe, mas, de fato, ainda precisa melhorar para garantir controle e monetização mais eficientes.

A tributação dos serviços e atividades disponibilizadas online representa mais um desafio para cada um dos estados no Brasil e, em escala internacional, para cada país. A produção agora é construída por profissionais de várias localidades. O titular final poderia ser o definidor do território, mas muitas legislações estabelecem diversamente, com a tributação no local de prestação de cada serviço. Adicionalmente, a distribuição alcança usuários ao redor do mundo, mas sua tributação ficaria, a princípio, vinculada ao local de apropriação da receita e da apuração do lucro. Mas, nem todas as legislações seguem nesta linha, e muitas sequer foram atualizadas para alcançar eficientemente os serviços digitais.

Embora a internet já não seja uma novidade, o uso intenso e amplo de suas ferramentas de distribuição, e a inclusão de grande parte da população não só como usuário, mas também como público e criador de conteúdo, são fenômenos decorrentes deste período inesperado e longo da pandemia. O direito é sempre conservador e, em geral, regulamenta o passado. Assim, em breve, as relações com as grandes plataformas, o pagamento correto e efetivo de *royalties* e de impostos serão devidamente regulamentados e implantados tanto no plano local, quanto na relação entre países através de acordos de cooperação.

O Brasil possui indiscutível capital intelectual, com uma imensa diversidade de produção e pode encontrar na indústria criativa o importante potencial de gerar renda, empregos e divisas com exportação, e, ao mesmo tempo, promover a inclusão social, a diversidade cultural e o desenvolvimento humano. É muito importante que normas específicas sejam discutidas e formalizadas para que a produção seja bem impulsionada, estimulada e protegida. ■

*Cris Olivieri é advogada (www.olivieriadvogados.com.br), possui mestrado em Administração das Artes (Boston University) e mestrado em Política Cultural (USP- ECA).