

XIV CODAIP

Congresso de Direito de Autor e Interesse Público

FERNANDA MARCIAL

Como evitar as Violações de Direito Autoral nas
Lives

UFPR

05.nov.2020

Coordenação:

Dr. Marcos Wachowicz

Em que tipo de Execução as Lives se enquadram?

Recentemente o **STJ** decidiu no julgamento do **RE 1.559.264** que **qualquer forma de disponibilização de acesso à obra pela internet se enquadrará como um tipo de execução pública**, não interessando se o evento é ao vivo ou não: **o fator determinante é a transmissão a uma coletividade de ouvintes**. Assim, se o **streaming** é considerado uma forma de execução pública de obras autorais, as **lives** claramente também o são.

Lei 9.610/98 - Art. 68, §3º - “locais de frequência coletiva” são apenas exemplificativos.

Art. 68. § 2º Considera-se **execução pública** a utilização de composições musicais ou lítero-musicais, **mediante a participação de artistas, remunerados ou não, ou a utilização de fonogramas e obras audiovisuais**, em locais de **frequência coletiva**, por quaisquer processos, inclusive a radiodifusão ou **transmissão por qualquer modalidade**, e a exibição cinematográfica.

§ 3º Consideram-se **locais de frequência coletiva** onde se representem, executem ou transmitam obras literárias, artísticas ou científicas, como teatros, cinemas, salões de baile ou concertos, boates, bares, clubes ou associações de qualquer natureza, ... estádios, circos, feiras, , **espaços públicos** e comuns de meios de hospedagens e de meios de transporte de passageiros marítimo e fluvial. (**Redação dada pela Medida Provisória nº 907, de 2019**).

O fato da *LIVE* ser patrocinada ou não gera qualquer impacto em relação à questão dos Direitos Autorais?

Não! Porque a **existência (ou não) de um patrocinador** não muda o fato de que há a disponibilização das obras para um universo de pessoas, **por meio da internet/plataformas digitais**, o que o STJ já considerou serem elementos que **configuram um tipo de execução pública**.

Importante notar que não há nenhuma referência à palavra ***streaming ou Internet*** na LDA (sobretudo porque se trata de uma Lei de 1998), e isso não impediu que o **STJ** considerasse esse tipo de uso como execução pública musical, sujeita inclusive à cobrança pelo ECAD.

As *LIVES* serem gratuitas para o público, interfere em algo?

Considerando a mesma jurisprudência do **STJ**, a **cobrança (ou não) de ingressos** ou de outra condição para acesso ao evento **é irrelevante**.

A gratuidade para o público não afasta, por si só, a **aplicação da legislação de direitos autorais** e nem a configuração do ato como execução pública. Nesse sentido, é interessante **destacar os precedentes relacionados aos festejos populares de rua, como carnaval e festa junina**. Já há muito tempo o **STJ** considera que os titulares dos direitos autorais e conexos devem ser remunerados pelo uso de suas obras nesses casos, mesmo não havendo cobrança de ingressos.

Caso a *LIVE* seja gravada, é o mesmo uso das Obras?

Não, a Reprodução não se confunde com a execução pública encontrando-se fora do escopo de qualquer pagamento feito ao ECAD.

É importante destacar que pela Lei 9.610/98, **eventual permissão** para tocar as canções não implica, automaticamente, em **anuência para gravação ao vivo** das mesmas.

Logo, **gravar a *LIVE* demanda autorização específica por parte dos titulares dos direitos autorais** envolvidos e também dos intérpretes/executantes, que têm direitos conexos sobre a sua apresentação.

Art. 95. Cabe às empresas de radiodifusão **o direito exclusivo de autorizar ou proibir a retransmissão, fixação e reprodução de suas emissões**, bem como a **comunicação ao público, pela televisão, em locais de frequência coletiva**, sem prejuízo dos direitos dos titulares de bens intelectuais incluídos na programação.

Art. 102. O **titular** cuja obra seja fraudulentamente reproduzida, divulgada ou de qualquer forma utilizada, **poderá requerer a apreensão dos exemplares reproduzidos ou a suspensão da divulgação, sem prejuízo da indenização cabível.**

Art. 103. Quem editar obra literária, artística ou científica, **sem autorização do titular, perderá para este os exemplares que se apreenderem e pagar-lhe-á o preço dos que tiver vendido.**

Parágrafo único. Não se conhecendo o número de exemplares que constituem a edição fraudulenta, **pagará o transgressor o valor de três mil exemplares, além dos apreendidos.**

Art. 105. A transmissão e a retransmissão, por qualquer meio ou processo, e a comunicação ao público de obras artísticas, literárias e científicas, de interpretações e de fonogramas, **realizadas mediante violação aos direitos de seus titulares, deverão ser imediatamente suspensas ou interrompidas pela autoridade judicial competente, sem prejuízo da multa diária pelo descumprimento e das demais indenizações cabíveis, independentemente das sanções penais aplicáveis;**

E para o ECAD, como funciona o uso e os respectivos pagamentos?

O ECAD explica que, se a *LIVE* fica disponível para visualização/audição depois da primeira transmissão, configuram-se dois tipos diferentes de uso: **como transmissão ao vivo de um show**, primeiro, e **como vídeo sob demanda, depois**.

Em ambos há a incidência de direitos de execução pública.

AO VIVO

No momento da **transmissão ao vivo** em si, a regra é similar à de um show ao vivo num ambiente físico: **o valor do direito autoral corresponde a 7,5%**(valor do patrocínio dos shows transmitidos ao vivo) **da receita bruta.**

A **DISTRIBUIÇÃO** dos direitos autorais é feita de **forma mensal e direta**, de acordo com as **informações** relacionadas no **roteiro musical entregue ao ECAD pelo PROMOTOR DA LIVE** (informações sobre receita/aporte financeiro e relação das músicas a serem tocadas), sendo contemplados os **titulares de direito de autor** (compositores e editores).

A informação sobre essa receita ocorre de **forma declaratória**, devendo ser encaminhada para o e-mail **servicosdigitais@ecad.org.br**

Caso hajam **músicas editadas** no repertório das **LIVES PATROCINADAS**, é importante entrar em contato com a **UBEM** através do e-mail **ubem@ubem.mus.br**.

Os editores associados da **UBEM** cobram pela **associação de obras musicais a marcas, serviços ou produtos em ações publicitárias**.

MOMENTO ATUAL PANDEMIA COVID-19:

a) o **ECAD**, em **caráter excepcional**, reduziu sua **remuneração** para **5%**, relativo à execução pública, **quando a LIVE tiver PATROCÍNIO até o dia 30 de dezembro de 2020**. Após esta data voltarão aos valores previstos em regulamento.

b) os editores associados à **UBEM**, em **caráter excepcional**, reduzem sua **retribuição** para **5%**, relativo à **receita de publicidade ou ações publicitárias** obtidas com cada **LIVE**, **quando houver patrocínio de alguma(s) Marca(s)**, pro rata às obras controladas pelos associados da **UBEM**.

Os valores estarão em vigor a partir de 10 de junho de 2020 até o dia 30 de dezembro de 2020.

LIVE sem receita/aporte financeiro:

a **distribuição** dos DA é feita com base nos **relatórios de todas as músicas que foram tocadas**, enviados pelas plataformas (***Youtube e Facebook/Instagram***) ao **ECAD**.

A cobrança permanece mesmo em caso de *LIVES* beneficentes, feitas em prol de profissionais da música que estão passando por dificuldades?

Nos casos em que as *LIVES* tiverem comprovadamente a finalidade beneficente de angariar doações para profissionais do mercado em necessidades financeiras ou quando forem realizadas com verba suficiente para apenas suportar a montagem e cachês, sem qualquer marca envolvida diretamente na produção, o **ECAD PODERÁ** aplicar o percentual de até 50% de desconto na cobrança.

Nestes casos, o responsável pela *LIVE* deverá encaminhar para análise do **ECAD** o requerimento e o roteiro musical das obras que serão executadas, com antecedência mínima de 72 horas à realização/transmissão do evento.

VOD (VÍDEO SOB DEMANDA)

Depois da transmissão original, **caso o show continue disponível**, ele passa à categoria de VOD.

O **pagamento do DA**, então, **deverá ser feito pela plataforma digital** que está executando publicamente as músicas.

O **valor é calculado** com base nas regras previstas no **Regulamento de Arrecadação** e entra no montante pago pelas plataformas com os quais o **ECAD** fechou acordos e que estão adimplentes.

Já a **DISTRIBUIÇÃO** é **trimestral** e contempla os titulares de direito de autor (compositores e editores).

Para saber se a **distribuição** será **direta** ou **indireta**, **depende da plataforma** onde ela ocorreu.

No **YOUTUBE**, a **distribuição** é **sempre direta**, sendo os valores distribuídos exatamente para as músicas executadas naquele vídeo, desde que sejam identificadas pela ferramenta de varredura da plataforma, o **ContentID**.

O **FACEBOOK** e o **INSTAGRAM** ainda não têm uma ferramenta de identificação automática das músicas pronta. Então, a **DISTRIBUIÇÃO** é feita de **forma indireta por analogia ao repertório utilizado no YOUTUBE**.

O 'FIM DAS LIVES' NO FACEBOOK - o que pode e não pode ser publicado

- 1) Ficam **proibidos os vídeos** destinados a criar uma “experiência de audição musical”: O **Facebook** diz nominalmente que quer ser o lar de vídeos postados e **destinados à “família e amigos”**, sendo qualquer outro uso, como, um **show inteiro gravado** ou uma **live comercial, bloqueado**;
- 2) Pequenos **vídeos de *teaser*, anúncios de lançamentos e de *lives*** (entrevistas, bate-papos e outros formatos nos quais a música não seja protagonista) **estão permitidos**;
- 3) Um determinado **vídeo** pode estar **ativo num País** e ser **derrubado em outro**. As **licenças** são para cada território de *per si*.

4) No Instagram, a princípio, nada muda sendo permitidas as transmissões de qualquer tamanho ou natureza.

Como funciona o Content ID?

O *Content ID* é um algoritmo automatizado e escalonável do YOUTUBE, que faz uma busca automática em todos os vídeos publicados na Plataforma, permitindo que os detentores de direitos autorais identifiquem e gerenciem os vídeos do YOUTUBE que incluem o conteúdo pertencente a eles.

- MONETIZAÇÃO**
permite anúncios contra vídeos correspondentes e coleta informações do público-alvo
- TRACK**
permite que os vídeos fiquem disponíveis e colete insights do público
- BLOQUEIO**
não permite que o vídeo seja reproduzido no Youtube

O que é uma reivindicação de *CONTENT ID*?

O envio de um vídeo com material protegido por direitos autorais, **sem a respectiva autorização**, poderá sofrer uma **reivindicação de *CONTENT ID*** feitas por empresas proprietárias de músicas, filmes, programas de TV, *videogames* ou outros materiais protegidos por DA

Os **proprietários do conteúdo** podem configurar o ***Content ID*** para **bloquear materiais** no ***YouTube*** quando uma reivindicação é feita, podendo também **permitir que o vídeo continue ativo no *YouTube* com anúncios**, ficando a **receita de publicidade destinada** aos detentores de DA do conteúdo reivindicado.

O que os detentores desses DA podem fazer?

- 1) Bloquear um vídeo não podendo, os espectadores, assisti-lo podendo, ainda, decidir entre bloquear o vídeo no mundo todo ou somente em alguns países/regiões;
- 2) Bloquear determinadas plataformas podendo restringir apps ou sites em que é provável que o conteúdo deles apareça. Essas restrições não afetarão a disponibilidade do seu vídeo no *YouTube.com*.

O que posso fazer a respeito dessa reivindicação?

- 1) **Não fazer nada**: se você concorda com a reivindicação, deixe como está;
- 2) **Cortar o conteúdo**: é possível cortar o conteúdo em questão do seu vídeo;
- 3) **Remover a música**: é possível removê-la no *YouTube Studio*;
- 4) **Trocar a música**: é possível trocar a faixa de áudio por uma música da sua Biblioteca de áudio.
- 5) **Compartilhar receita**: se você for membro do *Programa de Parcerias do YouTube*;
- 6) **Disputar a reivindicação**: se você acredita que **houve algum erro ou que você detém os direitos** necessários para o conteúdo reivindicado no seu vídeo.

Esperamos que este nosso encontro tenha conseguido situá-los no enorme conjunto de direitos e deveres que envolvem as relações dos Direitos Autorais.

Muito obrigado pela atenção!



Fernanda Marcial

Assessoria Jurídica & Produção Cultural

www.fernandamarcial.com.br

E-Mail: **advogadacultural@uol.com.br**

Grupo *Facebook*: **Direito do Entretenimento**

<https://www.facebook.com/groups/369629989729693/>