



**A PROTEÇÃO DE PUBLICAÇÕES DE IMPRENSA NA DIRETIVA (UE) 2019/790:
CONVERGÊNCIAS E POSSIBILIDADES EM RELAÇÃO AO DIREITO DE AUTOR
NO BRASIL**

**THE PROTECTION OF PRESS PUBLICATIONS UNDER DIRECTIVE (EU)
2019/790: CONVERGENCIES AND POSSIBILITIES IN RELATION TO
COPYRIGHT IN BRAZIL**

Antonio Carlos Morato¹

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1596-7092>

Submissão: 29/07/2022

Aprovação: 30/08/2022

RESUMO:

A Diretiva (UE) 2019/790 reconheceu a dificuldade de recuperação de investimentos pelos editores de publicações de imprensa, uma vez que a imprensa livre e pluralista exige qualidade e investimento na informação e naquele que a produz estabelecendo um equilíbrio em relação a quem reutilizá-las. A Diretiva igualmente objetiva equilibrar os direitos dos editores quanto às normas que beneficiem os autores, assim como em relação às utilizações individuais que não tenham natureza comercial. No Brasil, o PL 4255/2020 considerou a necessidade de valorizar o jornalismo profissional e remunerar adequadamente tanto os jornalistas como os veículos produtores de notícia quando houver a utilização de publicações de imprensa pelos provedores de aplicação.

PALAVRAS-CHAVE: Publicações de Imprensa. Direitos Conexos. Convenção de Roma. Editores. Prestadores de serviços da sociedade da informação. Jornalismo Profissional.

ABSTRACT:

The Directive (EU) 2019/790 recognized the difficulty of recovering investments by publishers of press publications, as the free and pluralist press requires quality and investment

¹ Titular da Cadeira 72 – Benjamin de Moraes Filho da Academia Paulista de Direito; Advogado; Professor Associado do Departamento de Direito Civil da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo (USP). E-mail: moratoac@usp.br - Ark:/80372/2596/v9/004

in information and in those who produce it, establishing a balance with those who reuse it. The Directive also aims to balance the rights of publishers in relation to rules that benefit authors, as well as individual uses which are not commercial in nature. In Brazil, PL 4255/2020 considered the need to value professional journalism and adequately remunerate both journalists and news-producing vehicles when there is the use of press publications by application providers.

KEY WORDS: Press Publications. Related Rights. Rome Convention. Publishers. Information society service providers. Professional Journalism.

SUMÁRIO: I. As publicações de imprensa em suporte físico. II. As publicações de imprensa pela Internet. III. Os direitos conexos na Convenção de Roma e o direito conexo dos editores de imprensa na Diretiva (UE) 2019/790. IV. O PL 4255/2020 no Senado Federal brasileiro. V. Conclusão. VI. Bibliografia.

SUMMARY: I. Press publications on physical support. II. Internet press publications. III. Related rights in the Rome Convention and the related right for press publishers in Directive (EU) 2019/790. IV. PL 4255/2020 in the Brazilian Federal Senate. V. Conclusion. VI. Bibliography.

I. AS PUBLICAÇÕES DE IMPRENSA EM SUPORTE FÍSICO

Antes que ingressemos na análise da proteção intelectual às publicações de imprensa na União Europeia (mediante a Diretiva (UE) 2019/790 e sua transposição para seus países-membros) e a comparemos ao PL 4255/2020² (que tramita atualmente no Senado Federal brasileiro) é oportuno observar que as publicações de imprensa em suporte físico, representadas por jornais e revistas de prestígio e larga circulação, por um conselho editorial composto por profissionais reconhecidos e por jornalistas estáveis dotados de credibilidade tanto perante o público como entre seus pares parece cada vez menos relevante.

² Projeto de autoria do Senador Angelo Mario Coronel de Azevedo Martins (Partido Social Democrático – PSD – Bahia)

Há substanciais diferenças entre o prestígio das publicações de imprensa no passado e na atualidade e, à guisa de comprovar o que afirmamos, Machado de Assis afirmou, em sua obra “*O jornal e o livro*”, que o jornal seria “*a verdadeira forma da república do pensamento*”, sendo “*a literatura comum, universal, altamente democrática, reproduzida todos os dias, levando em si a frescura das ideias e o fogo das convicções*”, tal como uma “*locomotiva intelectual para mundos desconhecidos*”.³

O modelo contemporâneo de difusão de notícias é caracterizado por informações veiculadas em poucas linhas que interessam tanto às plataformas que as veiculam como a uma nova geração de leitores condicionados à leitura superficial, que – paradoxalmente – não negligencia a relevância da produção de conteúdo pelas publicações de imprensa tradicionais, o que examinaremos quando ingressarmos na relação do tema com a proteção da criação intelectual.

Constata-se, simultaneamente, o interesse – político e econômico – na difusão de notícias falsas em redes sociais e, em tal sentido, a criticada imprensa tradicional (que não seria suficientemente isenta em razão das pressões de anunciantes, o que deve ser corrigido e não pode ser minimizado⁴) apresenta dificuldades – em seu processo de adaptação à Internet.

O desafio é conciliar a velocidade exigida pelos meios digitais e a manutenção qualitativa da estrutura que consagrou a imprensa no passado, uma vez que a qualidade almejada no jornalismo exige a contratação de bons profissionais e que a estes sejam assegurados rendimentos mínimos, até porque tal atividade não constitui mero diletantismo.

³ MACHADO DE ASSIS, *O jornal e o livro*, São Paulo, Companhia das Letras, 2011, p. 48. (Texto publicado originalmente no jornal *Correio Mercantil*, nos dias 10 e 12 de janeiro de 1859).

⁴ “*Se grandes jornais permitem que corporações influenciem seu conteúdo por medo de perder receita publicitária, a democracia está em perigo*’. A frase é de Peter Osborne, principal comentarista político do *Daily Telegraph*, que pediu demissão acusando o jornal britânico de suavizar sua cobertura jornalística em nome de um contrato publicitário. Segundo Osborne, o *Telegraph* omitiu informações sobre denúncias de que o HSBC teria ajudado milhares de clientes a lavar dinheiro na Suíça. Depois de publicar seis artigos sobre a investigação sofrida pelo banco, funcionários do *Telegraph* receberam ordem de destruir todos os emails, anotações e documentos ligados ao inquérito. Desde 2013, após o banco parar de anunciar no *Telegraph*, a publicação de matérias críticas sobre ele passou a ser desestimulada na redação. De acordo com Benjamin Mullin, do Instituto Poynter, nos EUA, a conta era extremamente valiosa para o jornal – um ex-executivo do *Telegraph* teria lido dito que o HSBC é ‘o tipo de anunciante que você, literalmente, não pode se dar ao luxo de ofender’. Assim, o jornal britânico queria reconquistar a conta do banco. Osborne afirma que o executivo-chefe do *Telegraph Media Group*, Murdoch MacLennan, estava ‘determinado a não permitir qualquer crítica ao banco internacional’. Jornalistas que já trabalharam para o *Telegraph* contam que MacLennan se preocupava até com os títulos de matérias pequenas. Qualquer menção a ‘lavagem de dinheiro’ era proibida.” (“Escândalo provoca debate sobre pressão comercial no jornalismo”, *Monitor da Imprensa, Observatório da Imprensa*, Projor – Instituto para o desenvolvimento do Jornalismo, 20 de fevereiro de 2015, Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/monitor-da-imprensa/escandalo_hsbc_levanta_debate_sobre_pressao_comercial_no_jornalismo/>, Acesso em: 18 fev. 2022).

O jornalismo tradicional, mesmo sujeito a diversas críticas e a graves equívocos esporádicos⁵, continua a representar uma referência minimamente confiável, mas depende de anunciantes que migram celeremente para o meio digital⁶.

Acrescente-se que, tal como já havia ocorrido⁷ com outras tecnologias disruptivas⁸, a comercialização de jornais ou revistas em suportes físicos e sua base de custeio por meio de assinatura ou da venda direta em “*bancas de jornais*” parece fadada à extinção⁹, assim como a profissão de “*jornaleiro*”¹⁰.

⁵ O caso da Escola Base ocorreu no Brasil em março de 1994. A escola de educação infantil Base situada no Bairro da Aclimação em São Paulo fechou (e causou abalos irreversíveis nos envolvidos) após denúncias de abuso sexual que envolveriam crianças contra os donos da escola, uma professora e um motorista. Um mandado de busca e apreensão no apartamento dos proprietários que nada encontrou e um laudo inconclusivo do Instituto Médico Legal não impediu que uma grande emissora de radiodifusão secundada por outros órgãos de imprensa divulgasse a notícia do abuso como se verdadeira fosse. Tal caso é estudado tanto em cursos jurídicos como de jornalismo, sendo apontado como um grave erro na difusão de notícias a comprovar que, mesmo a imprensa tradicional está sujeita a falhas. A obra “*Caso Escola Base: os abusos da imprensa*”, escrita por Alex Ribeiro (São Paulo, Ática, 1995), apresentou um relato completo sobre o caso de triste memória.

⁶ “*Preocupadas com o mecanismo que mina a sustentação econômica da atividade jornalística, a Federação Internacional de Jornalistas (FIJ) e suas 140 entidades nacionais filiadas, entre elas a Fenaj, lançaram em maio a Plataforma Mundial por um Jornalismo de Qualidade, um “plano imediato de recuperação mundial para salvar os meios de comunicação mais afetados e aos jornalistas em situação de maior precarização”. A proposta é a taxação sobre as chamadas GAFAM (sigla para as cinco maiores empresas de tecnologia, Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft), com base nas receitas geradas por suas atividades dentro de cada território nacional. A plataforma apresentada pela FIJ é a abordagem dos trabalhadores do jornalismo para essa questão que também movimenta empresários, estudiosos e governos: em vários países, as GAFAM são acusadas de práticas monopolistas, competição desleal, desrespeito a regulamentações nacionais, como no campo da publicidade, e de não assumirem nenhuma responsabilidade sobre o conteúdo que alimenta seus algoritmos.” (Plataformas predatórias, A migração da publicidade para as gigantes digitais é um dos fatores que levam a esvaziamentos de redações ou fechamentos, com a perda de qualidade da produção jornalística, Priscilla Chandretti, Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado de São Paulo, 02 de dez 2020, Disponível em: <<https://www.sjsp.org.br/noticias/plataformas-predatorias-1649>>, Acesso em: 18 fev. 2022).*”

⁷ Como as livrarias e as lojas físicas que comercializavam os suportes de obras musicais e audiovisuais, atualmente restritas (notadamente as últimas) a versões virtuais das lojas do passado.

⁸ Wolfgang Hoffmann-Riem destacou a possibilidade de destruição de modelos de negócios tradicionais quando afirmou: “*Deve-se sempre levar em conta que a digitalização está associada a oportunidades de inovação sustentável, de modo que também se deve ter cuidado na configuração legislativa para garantir que o potencial de inovação não seja perdido. No entanto, também deve ser levado em conta que os desenvolvimentos inovadores muitas vezes ocorrem por sobreposição ou mesmo destruição de abordagens e modelos de negócios tradicionais (inovação disruptiva). Também é preciso ter em mente que não se trata de inovações tecnológicas, mas, também, em grande medida, de inovações sociais*”. (Wolfgang Hoffmann-Riem, *Teoria geral do Direito Digital: transformação digital: desafios para o Direito* (Tradução de Italo Fuhrmann), 2ª ed., Rio de Janeiro, Forense, 2022, p. 32.).

⁹ “*Antes presentes a cada esquina das grandes metrópoles, as bancas de jornal têm sofrido uma redução brusca nos últimos anos. Um dado do Sindicato dos Vendedores de Jornais e Revistas de São Paulo de 2012 já apontava o fechamento de uma banca por dia na capital paulista. Parte disso se deve à internet, e outra pela crise editorial generalizada que se estabeleceu no Brasil. Fato é que esses pequenos espaços dedicados a jornais e revistas tem ficado mais escassos e correm risco de extinção. ‘A banca tradicional está fadada ao fracasso totalmente’, comenta Adriano Campos, consultor do Sebrae-SP. Por tradicional entende-se que vende mídia impressa. ‘Não acredito que tende a desaparecer porque muitas delas estão em localizações muito estratégicas. O que tende a reduzir bastante é o tipo de produtos que elas têm lá’, completa. No começo de*



Tal constatação poderia ser atenuada por meio do argumento de que, de maneira célere ou paulatina, as profissões e os hábitos de consumo tradicionais seriam substituídos pelo consumo e pelas profissões equivalentes na Internet, mas tal argumento é, principalmente quanto ao mercado de trabalho, claramente falacioso em razão do número insuficiente de empregos que seriam gerados pelas novas tecnologias¹¹, o que denota a complexidade do tema.

II. AS PUBLICAÇÕES DE IMPRENSA PELA INTERNET

No tópico anterior relatamos o processo de erosão econômica e os desafios das publicações de imprensa tradicionais e que a solução indicada aos editores seria migrar para

agosto anunciou-se uma das maiores crises editoriais brasileiras quando a editora Abril extinguiu 10 de suas revistas publicadas. O ocorrido é consequência, principalmente, da proliferação de informação via redes sociais e uma queda brusca na credibilidade do jornalismo em geral. Enquanto esses problemas devem ser consertados para garantir que se preze pela boa informação e pelo profissionalismo, as tais consequências continuam se ramificando e criando prejudicados. (...) Ao sair da estação Pinheiros do metrô em São Paulo, uma imensa banca ocupa a calçada que leva a rua Teodoro Sampaio e seu grande comércio. O ponto é movimentado durante todo o dia e, logo, sinônimo de boas vendas. Mas, quando se olha com atenção, não são os jornais que se destacam na banca, mas sim mochilas, óculos de sol, bichos de pelúcia e toda sorte de bibelôs, acessórios e outras dessas coisas que a gente normalmente não precisa, mas acaba querendo. Essa tem sido a solução para compensar a falta de interesse na compra do bom e velho jornal. (...) Do mesmo jeito que a Blockbuster foi absorvida pelas Lojas Americanas e os DVDs deram espaço nas prateleiras para barras de chocolate, meias e até eletrônicos, os espaços das bancas serão gradualmente substituídos por esses itens diversos do dia a dia. A banca, como conhecemos, não deve durar muito mais tempo” (GABRIELA MENDONÇA, “Bancas de Jornal se reinventam para evitar extinção”, *IG, Gente, Cultura*, 10 set. 2018, disponível em: <<https://gente.ig.com.br/cultura/2018-09-10/bancas-de-jornal-crise.html>>, acesso em: 18 fev. 2022).

¹⁰ Com a extinção de tal profissão – uma entre muitas – até mesmo exemplos utilizados em obras jurídicas consagradas perderão o sentido para as novas gerações: “*A dogmática analítica, porém, tem de desempenhar outras funções. Não basta identificar os conteúdos normados para criar as condições de decidibilidade. Não é suficiente, pois, uma definição de norma jurídica no que se refere a sua estrutura, seus componentes essenciais. Ainda que eles estejam presentes em uma norma, isto ainda não quer dizer que estejamos diante de uma norma jurídica atualmente existente. Veja, por exemplo, a seguinte situação: alguém vai estacionar o carro numa rua; o jornaleiro da esquina, incomodado pelo carro diante de sua banca, chega e diz ao motorista: ‘aqui é proibido estacionar’. Nessa asserção, estão presentes o funtor (é proibido) e o relato ou conteúdo (a descrição da ação de estacionar). O vínculo relacional ou cometimento está adequadamente expresso pelo funtor: ‘é proibido’, o qual mostra uma relação de autoridade. Todavia, qualquer um percebe que não se trata de uma norma jurídica. Se, porém, não é o jornaleiro, mas um guarda de trânsito que diz: ‘Aqui é proibido estacionar’, a situação muda. O motorista percebe que está diante de uma norma jurídica.*” (Tercio Sampaio Ferraz Junior, *Introdução ao Estudo do Direito: técnica, decisão, dominação*, 11ª ed., São Paulo, Atlas, 2019, p. 138)

¹¹ “*A melhoria tecnológica é que explica esses ganhos de produtividade, pois ela permite a dispensa de trabalhadores, que devem procurar empregos em outros setores. Se essa melhoria gerar novos empregos em outros setores, por exemplo, na produção dos autômatos, haverá apenas desemprego friccional, enquanto os trabalhadores se ajustam às novas condições; porém, se esses novos empregos demoram a surgir, tem-se o desemprego estrutural ou tecnológico.*” (Amaury Patrick Gremaud, Marco Antonio Sandoval de Vasconcellos, Rudinei Toneto Jr., *Economia brasileira contemporânea*, 8. ed., São Paulo, Atlas, 2017, p. 96).

publicações digitais, ainda que tal estratégia nem sempre tenha obtido êxito mesmo para grupos empresariais que a iniciaram quando as vendas de jornais e revistas impressos ainda estava em um patamar razoável há muitos anos.

Um exemplo adequado foi o do grupo Abril que simbolizou no Brasil a crise editorial ocorrida nos últimos anos e, sem ingressar em questões diversas que retirariam o foco da questão, é relevante transcrever o texto de Claudia Giudice, antiga Diretora Superintendente, à Revista Piauí, que detalhou o investimento simultâneo do grupo em publicações impressas, tecnologia e novas plataformas.

Segundo Claudia Giudice, no ano de 2010 em que o grupo obteve 1 bilhão de reais de receita de publicidade *on* e *off-line* e vendeu mais de 190 milhões de exemplares de revistas, *“a estratégia fazia sentido. O caminho para migrar para o digital era sustentar o negócio tradicional e investir em tecnologia e novas plataformas”*. As 54 marcas do grupo *“eram líderes em 21 dos 25 segmentos em que atuavam, falando com 27 milhões de brasileiros das classes A, B e C”* e, naquele período, *“a Abril tinha 47 sites e portais e 41 milhões de internautas, que naquela época ainda digitavam URLs.”*¹²

O investimento simultâneo em publicações impressas e na difusão de notícias pela Internet com antecedência razoável em relação a muitos de seus concorrentes não significou necessariamente para um grupo editorial de tal porte a garantia de adaptação de seus leitores e aos seus gestores uma transição tranquila para outro meio.

¹² Relatou ainda que *“ganhava-se dinheiro com mobile, por meio de canais de SMS e MMS. Uma pilha de aplicativos foi lançada quando o negócio virou moda. Vendia-se patrocínio. Veja foi a primeira e maior revista brasileira no iPad (ainda é). A Abril faturou ao criar eventos, como Prêmio Claudia, a Feira Guia do Estudante e os Camarotes da Contigo!. Também apostou na direção certa ao licenciar produtos de marcas como Capricho, que foi bem-sucedida na transição do papel para o digital. Nas recém-nascidas redes sociais, as marcas Veja, Contigo! e Capricho eram soberanas”*. A composição do grupo explicaria a crise, em especial a que envolvia a Abril Comunicações (que mantinha a editora e dezesseis marcas remanescentes no *on* e *off-line*, assim como a distribuição de publicações por meio da Dipar (antiga Dinap) que vivia uma dupla crise *“Primeiro, porque existem menos publicações, em quantidade e volume, para distribuir. Segundo, porque funciona a partir de um modelo de negócio obsoleto e protecionista. Qual é? Os editores, as publicações, entregam seus produtos sob consignação. O risco é total deles. Os distribuidores e os pontos de venda ficam com a maior parte da receita e nunca, jamais perdem dinheiro se o produto encalha. Se não vender, azar do editor, incompetente. Quem bancava essa conta era a Abril. Recolhia o encalhe, armazenava e colocava na banca novamente. Isso fazia sentido quando os lucros eram gigantes. Mas, sob o ponto de vista de negócio, nenhum. Como uma empresa que tem o monopólio do setor pode perder dinheiro? O buraco foi abrindo e, nos últimos anos, a Dipar não pagava nem seus editores, nem a Abril. Ou seja, a venda em banca de suas próprias revistas não pingava no caixa. Isso levou à perda de parceiros importantes, como a Panini, que criou seu próprio modelo de distribuição para vender as figurinhas da Copa da Rússia e de outros álbuns. Isso também ajudou a transformar as bancas de revistas em ponto de venda de quase tudo, menos de revistas.”* (Claudia Giudice. O aviso de Civita. Um depoimento de quem viveu a Abril de alto a baixo, do auge da editora à crise que o *publisher* anteviu e não pôde evitar. *Revista Piauí*. Questões da Imprensa. 21 dez 2018. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/o-aviso-de-civita/>>. Acesso em: 20 fev. 2022)

A distribuição de jornais e revistas impressas representou um significativo desafio logístico desde o custo do papel das gráficas, do transporte e dos estoques de “números atrasados”.

Atualmente, a comparação entre publicações em suporte físico e as digitais sob o prisma econômico é francamente desfavorável em relação às primeiras se inexistir – como ocorreu nos últimos anos – a manutenção de um público fiel de leitores que garanta a permanência da produção em escala de publicações impressas que viabilize o custo médio de produção e reduza dispêndios substanciais de outrora sem o retorno correspondente.

Se houve uma retração nas publicações impressas e o êxodo de anunciantes demonstrado de maneira indubitável pela redução do número de páginas de jornais e revistas, um aspecto interessante das publicações de imprensa pela Internet foi a possibilidade de não mais ficar adstrito a determinada cidade ou região do país.

Com isso, jornais locais passaram a oferecer assinaturas aos leitores de outras cidades e países sem os desafios logísticos anteriormente referidos.

No Brasil houve alteração – em 2021 – quanto ao posto de jornal mais vendido do país em razão do êxito da publicação digital e impressa do jornal “O Globo” do Rio de Janeiro que ultrapassou jornais paulistas que até então eram os mais vendidos¹³, mas houve significativa queda geral no que tange à venda de exemplares impressos¹⁴.

¹³ “Na lista de circulação total, em que são somados os leitores das versões impressa e digital, O Globo é o líder, com 372.061 assinaturas. Até o ano passado, a Folha (358.253) era a primeira colocada nesse quesito” (Circulação de jornais impressos no Brasil tem queda de 13,6% neste ano, **Consultor Jurídico – Conjur**, 8 de novembro de 2021, Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/2021-nov-08/circulacao-jornais-impressos-pais-queda-136-2021>>. Acesso em: 20 fev. 2022).

¹⁴ “Para surpresa de ninguém, a circulação de jornais impressos continua em queda acentuada no Brasil. No último mês de setembro, foram 13,6% a menos de exemplares vendidos em comparação com o fim do ano passado, de acordo com dados do Instituto Verificador de Comunicação (IVC). Em uma reportagem sobre o assunto, com base no IVC, o Poder 360 selecionou dez dos principais veículos de comunicação do país — Folha de S.Paulo, O Globo, O Estado de S. Paulo, Super Notícia (MG), Zero Hora (RS), Valor Econômico, Correio Braziliense (DF), Estado de Minas, A Tarde (BA) e O Povo (CE) — para fazer um diagnóstico da situação do jornalismo impresso brasileiro e constatou que o quadro é dramático. (...) nenhuma das empresas selecionadas pelo Poder360 teve alta na circulação impressa no acumulado dos três primeiros trimestres deste ano. A Folha, por exemplo, imprime atualmente 55.373 exemplares diariamente — número que na época das vacas gordas chegou a superar um milhão. Um consolo para as empresas de comunicação é que os efeitos dessa queda na circulação dos jornais são amenizados pelo crescimento do consumo das versões digitais dos veículos. A subida foi de 6,4% em setembro, em comparação com dezembro de 2020. No ranking de assinaturas digitais pagas, a Folha é a líder, com 302.880, seguida por O Globo, com 301.779 — esses jornais cresceram 8,9% e 14,5% neste ano, respectivamente.” (Circulação de jornais impressos no Brasil tem queda de 13,6% neste ano, **Consultor Jurídico – Conjur**, 8 de novembro de 2021, Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/2021-nov-08/circulacao-jornais-impressos-pais-queda-136-2021>>, Acesso em: 20 fev. 2022).



Tal impacto no modelo de negócio dos editores, ainda que envolva realidades distintas, não se distancia substancialmente do que ocorreu nos países europeus e na Austrália quanto às publicações de imprensa¹⁵.

Por conseguinte, efetuamos tal análise justamente para esclarecer as razões de, no início dos anos 2000, jornais e revistas que ofereciam de forma gratuita e integral a versão digital (como um chamariz para a edição impressa) passarem a questionar de maneira aguerrida, com o advento das redes sociais, a transcrição de suas notícias e o aproveitamento parasitário das criações intelectuais desenvolvidas em suas redações.

III. OS DIREITOS CONEXOS NA CONVENÇÃO DE ROMA E O DIREITO CONEXO DOS EDITORES DE IMPRENSA NA DIRETIVA (UE) 2019/790

Discorreremos sobre as alterações tecnológicas, econômicas e sociais que conduziram editores a uma situação-limite de um modelo de negócio calcado em edições impressas que foi da solidez apregoada há alguns anos às incertezas trazidas pela queda na circulação de exemplares.

Por sua vez, as redes sociais claramente se beneficiam da utilização de conteúdo alheio – ao contrário do que apregoam – e não somente os agregadores de notícias ou buscadores quanto às publicações de imprensa postadas pelos seus usuários.

As publicações serão compartilhadas por outros usuários das redes sociais que permanecem conectados a uma rede social utilizando boa parte de seu tempo disponível (que constitui uma forma de remuneração pelo serviço “gratuito” prestado por tais redes) para,

¹⁵ “This statement might come as a surprise to those following the press publishers vs digital platforms saga in Europe, having in mind repeated assurances that the new right will have no impact on individual users’ ability to share news content online. From the outset, the discussion on the press publishers’ right in Europe focused on the activities of certain types of online services, namely news aggregators and search engines (aka Google). Social media (aka Facebook) were not a part of the conversation. This has, however, noticeably changed during the implementation process. Possibly inspired by the global regulatory developments, particularly the adoption of the News Media Bargaining Code in Australia, some of the Member States and press publishers have begun to treat the press publishers’ right as a basis for negotiation with both Google and Facebook. Most notably, in Denmark, publishers’ calls for payment resulted in a change of Facebook’s policy in June 2021, with previews being shown only for those articles which are initially shared by their publishers. When announcing the change, Facebook noted that the sharing of news by individuals or publishers themselves does not result in an obligation to pay. Nonetheless, Facebook did strike a deal with French publishers only 4 months later.” (Press publishers’ right: social media enter the stage - Ula Furgal - CREATE, University of Glasgow, Kluwer Copyright Blog, 4 de novembro de 2021, Disponível em: <<http://copyrightblog.kluweriplaw.com/2021/11/04/press-publishers-right-social-media-enter-the-stage/>>, Acesso em: 20 fev. 2022).

ainda que de forma inconsciente, permanecerem expostos à publicidade dos anunciantes previamente comercializada pelas redes sociais.

Ocorre assim a dissolução da estrutura de difusão da informação nos órgãos tradicionais da imprensa, assim como de sua base de custeio como veículos de divulgação de peças publicitárias para anunciantes, que anteriormente viabilizava a seleção e contratação de jornalistas especializados e os gastos com impressão, estoque e toda a logística envolvida.

A versão eletrônica dos jornais e revistas não possibilita ainda o lastro econômico necessário para que a atividade prossiga de acordo com os mesmos padrões qualitativos do passado e tal cenário se agravou com a utilização não autorizada pelas redes sociais do conteúdo que elaboram.

Consequentemente, para minimizar os problemas decorrentes de tal conjuntura foi que a Diretiva (EU) 2019/790 protegeu os editores de imprensa e estabeleceu que seriam titulares de direitos conexos pelo prazo de dois anos após ter sido publicada, sendo o prazo contado a partir de 1º de janeiro do ano seguinte à data em que essa publicação de imprensa ocorreu.

A Diretiva (EU) 2019/790 assentiu que “a contribuição em termos financeiros e organizativos dos editores para a produção de publicações de imprensa tem de ser reconhecida e mais encorajada, a fim de garantir a sustentabilidade do setor da edição e, por conseguinte, promover a disponibilidade de informação fidedigna”, a fim de garantir por meio “da introdução, no direito da União, de direitos conexos aos direitos de autor para a reprodução e colocação à disposição do público de publicações de editores estabelecidos num Estado-Membro no que diz respeito às utilizações em linha de prestadores de serviços da sociedade da informação” para beneficiar, por meio da proteção às publicações de imprensa “os editores estabelecidos num Estado-Membro que tenham a sua sede social, administração central ou estabelecimento principal na União”.

Em 1961, a Convenção de Roma – em seu artigo 2º – havia previsto quem titularizaria direitos conexos (artistas intérpretes ou executantes, produtores de fonogramas e organismos de radiodifusão¹⁶), proteção incorporada pelo Brasil ao seu ordenamento

¹⁶ Quanto aos direitos conexos, esclareceu Dário de Moura Vicente que “a conexão desses direitos com o direito de autor resulta de os seus beneficiários prestarem auxílio aos autores na divulgação das suas obras junto ao público: os músicos, executando as obras musicais dos compositores; os atores, interpretando as obras literárias escritas para o teatro ou o cinema; os produtores de fonogramas, gravando obras musicais escritas por compositores; e os organismos de radiodifusão, difundindo essas e outras obras através das suas estações emissoras. Dentro de certos limites, esta forma de proteção é justificada: se a sociedade quiser fomentar o investimento na fixação e difusão de obras culturais e na promoção de novos artistas, terá de proteger juridicamente esse investimento, máxime através do reconhecimento aos que o realizam de direitos

jurídico¹⁷, sendo uma referência importante a Diretiva (EU) 2019/790 em razão do impacto político, econômico e cultural da Europa para influenciar¹⁸ a adoção de proteção aos editores em publicação de imprensa colocada à disposição do público na internet na Lei Federal n. 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais) por meio do PL 4255/2020 que teve sua origem no Senado Federal e que abordaremos oportunamente.

José Alberto Vieira advertiu que “*não se trata de proteger todos os editores de obras com um direito conexo, mas apenas os editores de publicações de imprensa*”¹⁹.

O artigo 2º, n. 4 da Diretiva (EU) 2019/790 definiu a publicação de imprensa como “*uma coleção composta principalmente por obras literárias de caráter jornalístico, mas que pode igualmente incluir outras obras ou outro material protegido*” sob a responsabilidade de um editor e excluiu os periódicos destinados a fins científicos ou acadêmicos.

A Diretiva mencionada, inclusive, tratou dos “*direitos sobre publicações*”²⁰ em seu Título IV, adequadamente denominado como “*medidas destinadas a criar um mercado dos direitos de autor que funcione corretamente*” que versou igualmente sobre as “*disposições sobre utilizações de conteúdos protegidos por serviços em linha*”, além da “*remuneração justa de autores e artistas intérpretes ou executantes nos contratos de exploração*”.

Em sua versão final, o texto objetivou o equilíbrio e assegurou que o direito de reprodução e comunicação de obras conferido aos editores de publicações de imprensa (previsto nos artigos 2º e 3º, n. 2 da Diretiva 2001/29/CE) não seria aplicável à utilização de

de exclusivo sobre suas prestações. Essa proteção tende, no entanto, a ser inferior à que é concedida aos autores pelo que respeita às suas obras.” (Dário Moura Vicente, *A tutela internacional da Propriedade Intelectual*, 2ª ed., Coimbra, Almedina, 2020. p. 52-53).

¹⁷ Na lei em vigor (Lei Federal n. 9.610/98) estão sistematizados no Título V (artigos 89 a 96) com proteção por setenta anos “*contados a partir de 1º de janeiro do ano subsequente à fixação, para os fonogramas; à transmissão, para as emissões das empresas de radiodifusão; e à execução e representação pública, para os demais casos.*” (artigo 96). Anteriormente, como relatou José Carlos Costa Netto, a Convenção de Roma foi “*aprovada para vigência no Brasil pelo Decreto Legislativo n. 26, de 5-8-1964 (DOU de 7-8-1964) e promulgada pelo Decreto n. 57.125, de 19-10-1965 (DOU de 28-10-1965), servindo como fundamento da primeira lei que regulou os direitos conexos aos de autor no Brasil, a de n. 4.944, de 6-5-1966, que dispôs sobre a proteção a artistas produtores de fonogramas e organismos de radiodifusão.*” (José Carlos Costa Netto, *Direito Autoral no Brasil*, 3ª ed., São Paulo, Saraiva, 2019 p. 112 – nota de rodapé 49).

¹⁸ O que já ocorreu no Brasil por meio da Lei Federal 13.709/18 (Lei Geral de Proteção de Dados), como é possível depreender do PL 4060/2012, que foi proposto pelo Deputado Federal Milton Monti.

¹⁹ José Alberto Vieira, *Direito de Autor - Dogmática Básica*, Coimbra, Almedina, 2020. p. 471.

²⁰ Alberto de Sá e Mello, em sua obra *Manual de Direito de Autor e Direitos Conexos*, destacou que a Diretiva “*consagra dois importantes direitos (conexos) dos editores de publicações de imprensa: o direito de reprodução digital e o direito de colocação à disposição do público em rede*”. (Alberto de Sá e Mello, *Manual de Direito de Autor e Direitos Conexos*, 4ª ed., Coimbra, Almedina, 2020, p. 485).

hiperligações, de termos isolados ou de excertos muito curtos de publicações de imprensa, sem olvidar da necessidade de compatibilizá-los com os direitos de autores e de outros titulares de direitos.

IV. O PL 4255/2020 NO SENADO FEDERAL BRASILEIRO

No Brasil – *mesmo antes da difusão dos conceitos oriundos da Diretiva (UE) 2019/790* – a organização pelo editor de um jornal ou revista era relevante para o Direito de Autor e existia a possibilidade de seu reconhecimento como organizador da obra, nos termos do artigo 5º, VIII, “h” da Lei Federal n. 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais), o que viabilizava, em nossa concepção, a sua qualidade de autor (titular originário) de obra coletiva e não simplesmente de titular derivado²¹.

Temos ciência que a tese da autoria de obra intelectual – por meio da obra coletiva – é polêmica²² e, por isso, eventuais óbices poderiam ser sanados por meio do reconhecimento de um novo direito conexo, algo que já havia ocorrido com as empresas de radiodifusão na Convenção de Roma, tal como observamos há pouco.

Cumprе não negligenciar o fato de que as objeções quanto ao reconhecimento da autoria ou da titularidade de direitos conexos de pessoas jurídicas – sobretudo os morais – são semelhantes e temos ciência de que a questão continua a ser um tabu para boa parte dos

²¹ Ressaltamos nosso entendimento pessoal quanto ao tema desenvolvido na tese de doutorado que defendemos em 2004 na Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, posteriormente consolidado em livro publicado pela editora Saraiva (ANTONIO CARLOS MORATO, *Direito de Autor em Obra Coletiva*, São Paulo, Saraiva, 2007) e em artigos diversos, sendo possível destacar o que publicamos em 2014 na Revista da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo (ANTONIO CARLOS MORATO, “Os direitos autorais na Revista da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo: a obra coletiva e a titularidade originária decorrente da organização da obra”, *Revista da Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo*, 109 (2014), pp. 109-128).

²² No mesmo sentido e endossando a tese minoritária que defendemos, o entendimento de Silmara Juny de Abreu Chinellato, para quem “*parece possível que a pessoa jurídica seja autora de obra coletiva, quanto ao todo, o conjunto da obra, que será por ela anunciada em seu nome e sob ela explorada, conforme permite o inciso IV do art. 88 com respaldo no art. 5º, VIII, h, da Lei n. 9.610/98*”, pois “*o nome do organizador da obra coletiva é direito moral, o que indica que a Lei n. 9.610/98 admite que a pessoa jurídica possa ser autora, sem prejuízo da autoria de cada contribuição individual, a cada um dos partícipes, o que é resguardado pela Constituição Federal (art. 5º, XXVIII, a). Não nos parece que a autoria do conjunto da obra possa prejudicar o direito individual de cada autor. Por outro lado, deve-se ponderar que atribuição de autoria da obra coletiva à pessoa jurídica torna viável o investimento feito em obras de grande porte, como foi a Enciclopédia Saraiva do Direito. O Código Civil, por meio do art. 52, pode auxiliar as discussões acerca da atribuição da autoria à pessoa jurídica, parecendo-nos que ampara a tese afirmativa*” (Silmara Juny de Abreu Chinellato, *Direito de autor e direitos da personalidade: reflexões à luz do Código Civil*, Tese (Concurso para Titular) - Departamento de Direito Civil. Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, 2008, p. 209-210).

autorais no Brasil e no exterior, mesmo que a titularidade de direitos da personalidade no Brasil – por meio da Constituição da República (art. 5º, X²³) e do Código Civil (art. 52²⁴) – seja reconhecida há muitos anos sem a mesma dificuldade principalmente em razão da Súmula 227 do Superior Tribunal de Justiça (STJ)²⁵.

Em tramitação no Senado Federal, o PL 4255/2020, proposto pelo Senador Angelo Mario Coronel de Azevedo Martins (Partido Social Democrático – PSD – Bahia) aguardava, em 7 de fevereiro de 2022, a designação do Relator na Comissão de Assuntos Econômicos (CAE).

Estabeleceu o PL 4255/2020, em seu artigo 88-A, que “o titular de direitos de publicação de imprensa colocada à disposição do público na internet poderá notificar o provedor de aplicações de internet”.²⁶

Evitou-se na redação do dispositivo proposto o vocábulo “autor” ou “titular originário”, existindo apenas a referência ao “titular”, iniciando capítulo próprio (Capítulo IX - Da Utilização da Obra no Ambiente Digital) e vale salientar sua inclusão na sequência de artigo que versou sobre a utilização de obra coletiva (Capítulo VIII - Da Utilização da Obra Coletiva), o que não inviabilizará, em nosso sentir, uma análise sistemática da Lei Federal n. 9.610/98 quanto à questão²⁷.

Não houve igualmente previsão expressa do titular sobre publicação de imprensa como titular de direito conexo (tratado a partir do artigo 89 no Título V – Direitos Conexos).

O PL 4255/2020 responsabilizou solidariamente o provedor de aplicações de internet, ainda que a colocação à disposição do público seja realizada por terceiros, o que sinaliza a preocupação com o argumento frequente de irresponsabilidade das redes sociais por direitos autorais violados.

²³ Art. 5º, X - são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação.

²⁴ Art. 52. Aplica-se às pessoas jurídicas, no que couber, a proteção dos direitos da personalidade.

²⁵ Súmula 227: A pessoa jurídica pode sofrer dano moral, Superior Tribunal de Justiça, Segunda Seção, em 08.09.1999, DJ 20.10.1999, p. 49.

²⁶ PL 4255/2020, Modifica a Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, que altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais, para versar sobre o pagamento de direitos na disponibilização de publicações de imprensa por provedores de aplicações de internet, Disponível em: <<https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/144233>>, Acesso em: 02 mar. 2022.

²⁷ Analisamos a necessidade da interpretação sistemática (e, por vezes, teleológica) em questões relativas à obra coletiva em obra específica sobre o tema (Antonio Carlos Morato, *Direito de Autor em Obra Coletiva*, São Paulo, Saraiva, 2007.)

É relevante observar, que a redação proposta pelo PL 4255/2020 não poderá ser afastada, caso o dispositivo realmente entre em vigor, pela transferência da responsabilidade ao terceiro mediante a utilização do artigo 19 do Marco Civil da Internet, até porque não houve regulamentação dos direitos autorais e conexos em tal diploma legal (art. 19, § 2º *A aplicação do disposto neste artigo para infrações a direitos de autor ou a direitos conexos depende de previsão legal específica, que deverá respeitar a liberdade de expressão e demais garantias previstas no art. 5º da Constituição Federal.*).

Todavia, há no Marco Civil da Internet, a necessidade de notificação judicial²⁸, o que consideramos dispensável pela redação proposta no *caput* do artigo 88-A do PL 4255/2020, que exigiu somente “notificação” sem especificar se esta seria judicial ou *extrajudicial*, sendo plenamente possível a utilização da última.

Por fim, resguardada está a liberdade dos usuários da *Internet* por meio da simples difusão de *hiperlinks* para publicações de imprensa, o que é um avanço de considerável importância, até porque afasta de forma clara a *falsa alegação* – oriunda de grandes empresas que atuam na *Internet* – de que o exercício de direitos assegurados pelo ordenamento jurídico (como o direito à honra, à privacidade e os direitos autorais) constituiriam uma forma de censura mesmo que tais direitos tenham se cristalizado como cláusulas pétreas no texto constitucional brasileiro em período de plena democracia.

V. CONCLUSÃO

O título deste artigo versou sobre as possibilidades relativas à regulação e destinação da devida remuneração pelo uso das publicações de imprensa na Internet por grandes empresas (os provedores de aplicação) assegurando tal direito aos editores.

Em um regime democrático, é imperativo defender a livre informação e a qualidade e isenção pretendida envolvem um custo real por meio de profissionais qualificados e independentes.

A defesa da liberdade nas últimas décadas constitui um tema complexo, especialmente no espaço virtual, simbolizada pela preocupação com os excessos que

²⁸ Art. 19. Com o intuito de assegurar a liberdade de expressão e impedir a censura, o provedor de aplicações de internet somente poderá ser responsabilizado civilmente por danos decorrentes de conteúdo gerado por terceiros se, após ordem judicial específica, não tomar as providências para, no âmbito e nos limites técnicos do seu serviço e dentro do prazo assinalado, tornar indisponível o conteúdo apontado como infringente, ressalvadas as disposições legais em contrário.

transformaram a Internet de uma nova “*Ágora*” que remetia ao espaço de liberdade e debate dos atenienses ao “território sem lei” que gerou a “*Deep Web*”.

Ressalte-se a frequência, sobretudo no Brasil que teve vários períodos de exceção, da associação de qualquer medida protetiva aos autores e titulares de direitos conexos à censura, um raciocínio artiloso e equivocado porque olvida que defender o Direito de Autor é resguardar um dos direitos assegurados pela Declaração de Direitos Humanos aprovada pela Organização das Nações Unidas (ONU) em 1948²⁹.

Nessa ordem de ideias, a Diretiva (UE) 2019/790, mesmo reduzindo de 20 para 2 anos a proteção concedida aos editores quanto às publicações de imprensa foi fundamental por difundir a necessidade de obter o equilíbrio necessário entre o acesso pretendido pelos usuários, os limites ao lucro indevido obtido pelos provedores de aplicação por meio do uso de trabalho intelectual alheio nos últimos anos e a remuneração devida aos editores.

VI. BIBLIOGRAFIA

CHINELLATO, Silmara Juny de Abreu, *Direito de autor e direitos da personalidade: reflexões à luz do Código Civil*, Tese (Concurso para Titular) - Departamento de Direito Civil. Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, 2008.

COSTA NETTO, José Carlos, *Direito Autoral no Brasil*, 3ª ed., São Paulo, Saraiva, 2019.

FERRAZ JUNIOR, Tercio Sampaio, *Introdução ao Estudo do Direito: técnica, decisão, dominação*, 11ª ed.. São Paulo, Atlas, 2019.

GREMAUD, Amaury Patrick; VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval de; TONETO JR., Rudinei, *Economia brasileira contemporânea*, 8. ed., São Paulo, Atlas, 2017.

HOFFMANN-RIEM, Wolfgang, *Teoria geral do Direito Digital: transformação digital: desafios para o Direito* (Tradução de Italo Fuhrmann), 2ª ed., Rio de Janeiro, Forense, 2022.

MACHADO DE ASSIS, *O jornal e o livro*, São Paulo, Companhia das Letras, 2011.

MELLO, Alberto de Sá e, *Manual de Direito de Autor e Direitos Conexos*, 4ª ed., Coimbra, Almedina, 2020.

MORATO, Antonio Carlos, *Direito de Autor em Obra Coletiva*, São Paulo, Saraiva, 2007.

²⁹ Artigo 27º 1. Toda a pessoa tem o direito de tomar parte livremente na vida cultural da comunidade, de fruir as artes e de participar no progresso científico e nos benefícios que deste resultam. 2. Todos têm direito à proteção dos interesses morais e materiais ligados a qualquer produção científica, literária ou artística da sua autoria.

_____. “Os direitos autorais na Revista da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo: a obra coletiva e a titularidade originária decorrente da organização da obra”, *Revista da Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo*, 109 (2014).

Press publishers’ right: social media enter the stage - Ula Furgal - CREATE, University of Glasgow, Kluwer Copyright Blog , 4 de novembro de 2021 , Disponível em: <<http://copyrightblog.kluweriplaw.com/2021/11/04/press-publishers-right-social-media-enter-the-stage/>>, Acesso em: 20 fev. 2022.

RIBEIRO, Alex, *Caso Escola Base: os abusos da imprensa*”, São Paulo, Ática, 1995.

VICENTE, Dário Moura, *A tutela internacional da Propriedade Intelectual*, 2ª ed., Coimbra, Almedina, 2020.

VIEIRA, José Alberto, *Direito de Autor - Dogmática Básica*, Coimbra, Almedina, 2020.

