Propriedade Intelectual

João Ademar de Andrade Lima

www.joaoademar.com

/joaoademar

Aula n.º 0

Parte única.
Apresentação

Ementa

- Meios de proteção autoral das obras artístico-culturais e criações do seu entorno. Direitos Conexos do Autor relacionados ao Produtor Cultural. Propriedade Intelectual nas Novas Tecnologias da Informação e Comunicação.

UFCG
SUPRA OMNIS LUX LUCIS

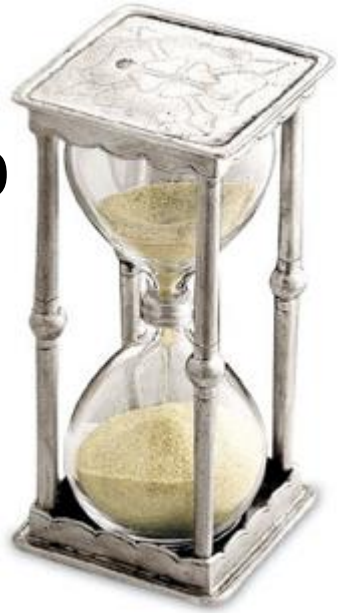
Ementa

- Direito Marcário e o valor da marca na Produção Cultural. Gestão da Propriedade Intelectual na Produção Cultural. “Copyleft”, produção colaborativa e o futuro da propriedade intelectual diante das novas TICs.

UFCG
SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Programação

- Aula n.º 1 – Introdução à Propriedade Intelectual (Direito de Propriedade – lato – e da Propriedade Intelectual – stricto sensu)
- Aula n.º 2 – Direitos Autorais (geral)
- Aula n.º 3 – Propriedade Intelectual do software e no contexto das Internet

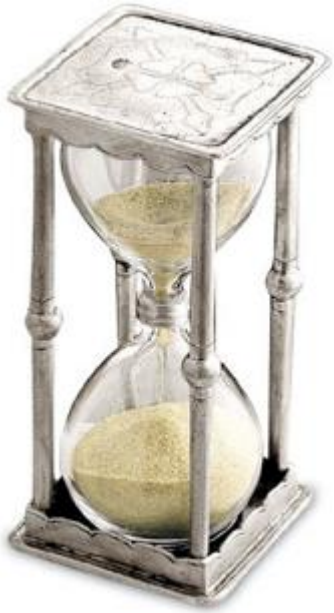


UFCG

SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Programação

- Aula n.º 4 – Direito Marcário e Branding na Produção Cultural
- Aula n.º 5 – Gestão da Propriedade Intelectual
- Aula n.º 6 – “Copyleft”, produção colaborativa e o futuro da propriedade intelectual diante das novas TICs



Metodologia

- Aulas expositivas e dialogadas
- Exibição de reportagens e documentários
- Estudos de caso

Avaliação

- Trabalho individual (ao final)

UFCG

SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Aula n.º 1

Parte I. Direito de Propriedade

Direito de Propriedade (no sentido lato)

- Principal Direito Subjetivo existente
- Espinha dorsal do Direito Privado
- Pilar econômico de nossa sociedade

UFCG

SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Direito de Propriedade (no sentido lato)

- Direito que garante a seu titular, em toda sua plenitude, a faculdade de dispor dos seus bens livremente e a seu bel-prazer
- Elementos essenciais:
  - Jus utendi = direito de usar
  - Jus fruendi = direito fruir
  - Jus abutendi = direito de abusar
  - Rei vindicatio = direito de reivindicar

UFCG

SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Aula n.º 1

Parte II. Direito de Propriedade Intelectual

UFCG

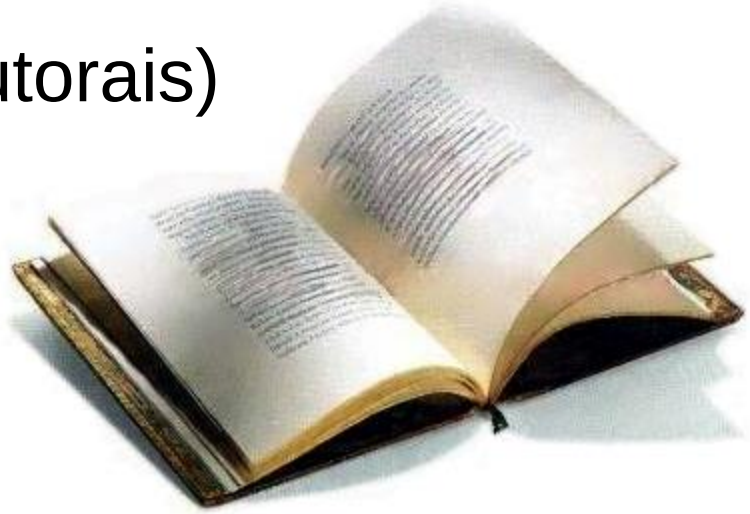
SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Propriedade Intelectual

- Área do direito que cuida da proteção às criações do homem, sejam elas nas áreas técnico-científica, literária e artística, sejam nas áreas relacionadas à indústria, nas invenções, inovações, processos e design de um modo geral
- Possui os elementos essenciais de qualquer propriedade

Propriedade Intelectual

- Principais textos legais
  - Lei nº. 9.279/96 (Marcas e Patentes)
  - Lei nº. 9.456/97 (Cultivares)
  - Lei nº. 9.609/98 (Software)
  - Lei nº. 9.610/98 (Direitos Autorais)



Nobre área do Direito
Propriedade Intelectual
Cada vez mais importante
P’ro progresso social
Nos processos e nas técnicas
Nas ciências e nas métricas
Na proteção cultural

P’ra ciência do Direito
Ela vem representar
Toda aquela proteção
P’ro que o homem fez criar
O aspecto de cultura
Das técnicas de feitura
Às marcas a registrar

UFCG
SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Classificação

- Direito Autoral
  - Destina-se ao fomento do desenvolvimento das áreas cultural e científica
  - Natureza jurídica híbrida (pessoal e real)
- Propriedade Industrial
  - Natureza jurídica de direito real
  - Visa a promoção do desenvolvimento nas áreas comercial e industrial, protegendo e incentivando a difusão tecnológica

Aula n.º 2

Parte única. Direitos Autorais (geral)

Criação da Imprensa

Direito Romano

Revolução Francesa

Atualmente

Evolução do Direito Autoral

Não Proteção

Início de Reconhecimento

Consolidação

O Brasil se fez presente desde o seu "surgimento"

1827	1830	1891	1916
Lei cria as primeiras faculdades de Direito do país	Código Criminal	Constituição	Código Civil

1998 ... Hoje – Lei 9.610

UFCG

SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Classificação

- Direito autoral moral
  - Surge com a criação da obra, sem a necessidade de quaisquer formalidades
  - Tem relação direta entre criação e criador, com vinculação à pessoa do autor, que tem a obra como uma projeção de sua personalidade
  - Não se confunde com o direito de personalidade em geral, embora diga respeito à personalidade do autor

Classificação

- Por ser um direito pessoal, é dito como “intransferível”, “indisponível”, “irrenunciável”, “impenhorável” e “absoluto” do autor
- Não tem validade temporal determinada, ou seja, não possui prazo de vigência, com duração “infinita”

Classificação

- Direito autoral patrimonial
  - Possui os elementos jurídicos essenciais de qualquer propriedade
  - Cuida dos interesses monetários da obra
  - Resulta da publicação, divulgação ou comunicação da obra ao público, tanto pelo próprio autor como por terceiro autorizado

UFCG

SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Classificação

- Diferentemente do direito moral, pode ser negociado, por transferência, cessão, licença etc..
- Vigora por toda a vida do autor mais setenta anos (com algumas exceções), contados do primeiro dia do ano subsequente ao do falecimento

UFCG

SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Em síntese

Direito moral

- Nasce com a criação da obra;
- Vincula-se a personalidade do autor;
- É indisponível, intransmissível, irrenunciável e absoluto;
- Possui proteção indefinida;
- Possui natureza de direito pessoal.

Direito patrimonial

- Resulta da comunicação ou divulgação da obra;
- Diz respeito aos aspectos monetários da obra;
- Pode ser doado, vendido, licenciado etc.;
- Possui tempo de vigência limitado;
- Possui natureza de direito real.

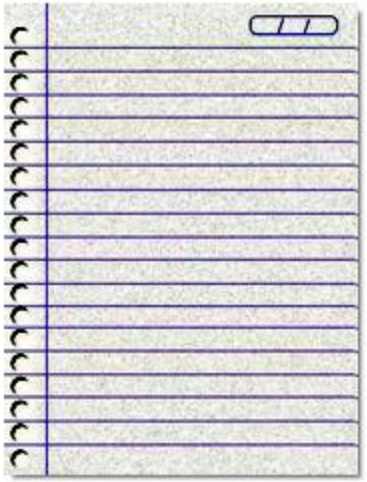
UFCG
SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Conceito de “obra”

- s.f. [Do lat. opera, por via popular.] 1.Efeito do trabalho ou da ação. 2.Trabalho manual. 3. A produção total de um escritor, artista ou cientista. 4. Trabalho literário, científico ou artístico. 5. Qualquer impresso tipográfico, em contraposição a jornal.

Obras protegidas

- Criações do espírito, expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte, tangível ou intangível, atual ou futuro



Obras protegidas

- Requer a relação da idealização, enquanto processo criativo, vinculado tão só à pessoa física – criação essa materializada em um suporte material (corpus mechanicus)
- Toda criação “do espírito” se beneficia da proteção autoral – independentemente de mérito!

UFCG

SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Direitos Conexos

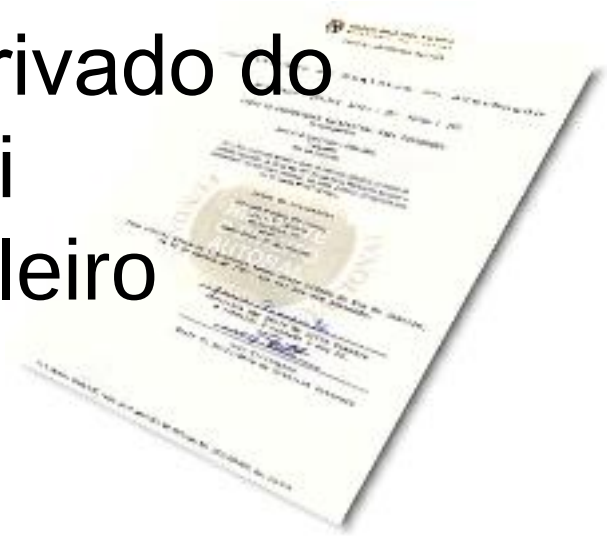
- São direitos assegurados a quem acrescente valor à obra
- São direitos “vizinhos” ao direito do autor, porém independentes dele, isto é, não prejudicam os direitos dos autores
- Algumas ações não geram “direitos conexos”, mas “obras derivadas”, tais como as adaptações e as traduções

O “Registro” no Direito Autoral brasileiro

- No Brasil, o registro de direito autoral é facultativo, isto é, não é necessário... embora seja recomendado em algumas situações
- Trata-se de uma tramitação simples, com verificação do cumprimento de breves exigências formais
- Pode ser feita na Biblioteca Nacional (www.bn.br)

O “Registro” no Direito Autoral brasileiro

- É importante frisar que, na nossa legislação, não existe a chamada “menção de reserva”, ou seja, o autor não precisa declarar o direito para tê-lo de fato
- O símbolo do “copyright” ©, derivado do direito anglossaxão, não possui obrigatoriedade no direito brasileiro



Mas sem o registro, como nasce o direito?

- O direito autoral moral nasce – de forma instantânea – com a criação a obra
- O direito autoral patrimonial nasce com a comunicação ou divulgação da obra – ato mediante o qual a obra é colocada ao alcance do público (≠ distribuição, que é a colocação da obra à disposição do público mediante a venda, a locação ou qualquer forma de transferência de propriedade ou posse)

UFCG

SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Mas sem o registro, como nasce o direito?

- Outro conceito importante é o de “publicação”, que é o oferecimento da obra ao conhecimento do público com o consentimento do autor ou titular (papel do editor, pessoa física ou jurídica ao qual se atribui o direito exclusivo de reprodução da obra e o dever de divulgá-la)

Transferência de Direitos Autorais

- O direito autoral moral se vincula à personalidade do autor, é indisponível e vigora eternamente
- Só se transfere o direito patrimonial, resultado do jus abutendi, podendo ser total ou parcial, pessoalmente ou por meio de representante
- Quando total, deverá ser feita por contrato escrito e com presunção de onerosidade

UFCG

SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Violação de Direitos Autorais

- Ocorre sempre que há reprodução fraudulenta ou dano aos direitos morais
- É também crime, previsto no artigo 184 do Código Penal, com pena prevista de reclusão, de um a quatro anos, e multa
- Contrafação = violação do direito autoral patrimonial
- Plágio = violação do direito autoral moral

UFCG

SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Limitações aos Direitos Autorais

- Nem toda “cópia” é ilegal!
- As chamadas “limitações” são os casos em que **NÃO** ocorre o ato violação, mesmo com o uso não autorizado de obra alheia

UFCG

SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Aula n.º 3

Parte I. Propriedade Intelectual, software e base de dados

Direitos Autorais do Software

- Os programas de computador, por características próprias e por força legal, possuem natureza jurídica de direito autoral
- Por consequência, não se pode falar em “compra e venda” de software, mas em licença de uso.
- O que se “vende” é o suporte (chip, por exemplo)

Contrafação

- Há 3 tipos de contrafação de software
  - Comercial
  - Coorporativa
  - Doméstica

- Atenção! **<u>NÃO</u>** se pune o <u>usuário</u> dos programas ilicitamente reproduzidos... e não há, no Brasil, o conceito de “cópia ativa”

UFCG

SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Software Livre

- Software que pode ser usado, copiado, estudado e redistribuído sem restrições, opondo-se ao conceito de software proprietário
- Permite o acesso ao código fonte do sistema
- São programas mais confiáveis

UFCG

SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Software Livre

- São testados por vários programadores, que identificam eventuais falhas e contribuem na correção das mesmas, dando, assim, capacidade ilimitada de identificação e correção de erros

Bases de Dados

- Bases (Bancos) de dados = Coleção de informações que se relacionam entre si
- Podem ser compostas por:
  - Dados brutos = desprovidos de qualquer informação ou tratamento adicional
  - Dados enriquecidos = caracterizados pela originalidade, requisito para proteção autoral

Bases de Dados

- A originalidade nos dados enriquecidos possui um critério difícil de se resgatar sob o ponto de vista tradicional, por isso a ocorrência de discussões em torno de uma proteção sui generis, isto é:
  - Modalidade de proteção para bases de dados ditas “não originais”
  - Visa proteger os investimentos dos “fabricantes” dessas bases e impedir a extração por terceiros

Bases de Dados

- A proteção das bases de dados está prevista na Lei nº 9.610/98 (artigo 7º, inciso XIII e § 2º e artigo 87), proporcionando a essas, assim como às compilações de obras diversas, a qualidade de criações intelectuais pela seleção e a disposição das matérias, protegendo, portanto, a classificação e os elementos preexistentes

Bases de Dados

- Atenção! dados e base de dados não são a mesma coisa! O que diferencia efetivamente os primeiros da segunda é que esta última resulta de elementos de criação intelectual que dão aos primeiros uma forma organizada e distintiva; elementos esses entendidos como originalidade

UFCG

SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Bases de Dados

- O próprio atributo de “propriedade” dá às bases de dados importância notória
- Não por acaso, a maioria dos gerentes e executivos considera um banco de dados como uma das mais importantes e valiosas partes de um sistema de informação

UFCG

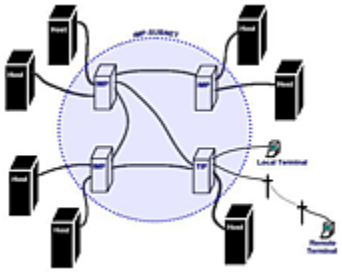
SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Aula n.º 3

Parte II. Propriedade Intelectual e internet

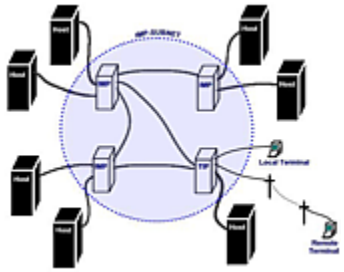
Um pouco de história da grande rede

- A história da internet tem início em 1969, com a ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network), rede projetada pela Agência de Projetos de Pesquisa do Departamento de Defesa dos Estados Unidos
- Seu objetivo era criar um sistema de transmissão de informações militares estratégicas que resistisse a ataques nucleares



Um pouco de história da grande rede

- A partir da utilização do WWW, o acesso a internet se tornou mais fácil e simples, com uma interface gráfica dita “amigável”
- Paralelamente, outras mudanças no campo cultural, social, educacional etc., vão surgindo fazendo se abrir um novo mundo, tendo como veículo um computador conectado a rede



Caiu na rede é peixe?

- “A informação deve ser livre como o ar”... Será?
- A internet é livre, potencialmente livre, e essa liberdade promove nas pessoas o desejo de transitar também livremente, até porque nela não existem leis que regulamente o ir e vir no ciberespaço
- É aí que mora o perigo!

“Novos Direitos?” – Copyright

- Regime tradicional cuja tradução é “direito de cópia” e cujo principal bem a ser protegido é o direito de reprodução
- Aqui, tem-se o princípio “all rights reserved” – todos os direitos reservados – independentemente de maiores formalidades
- É mais rígido que o droit d’auteur francês, que se preocupa mais com os direitos morais do criador da obra que com eventual cópia

“Novos Direitos?” – Domínio Público

- Toda criação intelectual livre das barreiras de acesso ou reutilização associadas à proteção dos direitos autorais, seja por força temporal ou não possibilidade de proteção, previstas em lei, seja porque seus detentores decidiram remover tais barreiras. Ou seja, por:
  - Obras cuja proteção autoral já expirou
  - Commons essencial da informação
  - Commons voluntários

“Novos Direitos?” – Copyleft

- É um termo sem tradução para o português, já que é um trocadilho com o termo inglês “copyright”
- Nada mais é que uma forma de usar a lei de direitos autorais com o objetivo de retirar algumas barreiras à utilização, difusão e modificação de uma obra criativa exigindo que as mesmas liberdades sejam preservadas em versões modificadas

UFCG

SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Aula n.º 4

Parte I. Direito Marcário

Marcas: conceito jurídico e requisito

- Sinais distintivos, visualmente perceptíveis, capazes de diferenciar um produto ou serviço de outro concorrente
- Protegida através de registro
- Requisito básico → novidade, no sentido de originalidade ou não “confusão” ou semelhança com marca(s) anterior(es)

Marcas: classificação

- Podem ser, quanto à apresentação, “nominativas” ou “verbais”, “figurativas” ou “emblemáticas”, “mistas” ou “compostas” e “tridimensionais”
- Quanto à natureza, são classificadas como “de produto ou serviço”, “de certificação” e “coletiva”

UFCG

SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Definições, quanto à apresentação

- A nominativa é aquela constituída apenas por palavras, qualquer que seja a quantidade, compreendendo tanto um neologismo como uma combinação de letras e números
- A figurativa é aquela constituída de uma figura, símbolo ou sinal gráfico, incluindo qualquer novo aspecto ou forma dado à letra ou algarismo isoladamente, mesmo que não seja do alfabeto arábico

UFCG

SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Definições, quanto à apresentação

- A mista é aquela constituída tanto por elementos nominativos como figurativos
- A tridimensional é aquela constituída pela configuração volumétrica do produto ou de sua embalagem, cuja forma já é capaz, por si só, de distinguí-la de outro produto concorrente

UFCG

SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Definições, quanto à apresentação

Açúcar União Meriva Maxx Ana Hickmann

UFCG

SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Definições, quanto à natureza

- De produto ou serviço, o tipo mais comum, é aquela usada para distinguir produtos ou serviços semelhantes ou afins
- De certificação são os “selos” que servem para especificar qualidades/características
- Coletiva é aquela usada para identificar produtos ou serviços realizados por membros de uma mesma entidade

UFCG

SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Definições, quanto à natureza

- Há ainda as marcas de alto renome e as marcas notoriamente conhecidas, que possuem alguns privilégios que outras marcas não têm

UFCG
SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Importante!

- Com exceção das alto renome e das notoriamente conhecidas, podem haver marcas com a mesma parte nominativa para dois ou mais produtos distintos, desde que não pertençam ao mesmo ramo de atividade
- Exemplos...

Outros aspectos relevantes

- Existem as chamadas marcas “não registráveis”, elas estão elencadas no artigo 124 da Lei nº. 9.279/96 (LPI)
- A mesma lei tipifica as condutas ditas como “crimes contra as marcas” e “crimes cometidos por meio de marca, título de estabelecimento e sinal de propaganda”, nos artigos 189 a 191

UFCG

SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Parece, mas não é!

UFCG

SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Parece, mas não é!

UFCG

SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Aula n.º 4

Parte II. Branding

Um pouquinho de semiótica

Símbolos verbais (palavras)

Símbolos não-verbais (imagens)

Significado

UFCG

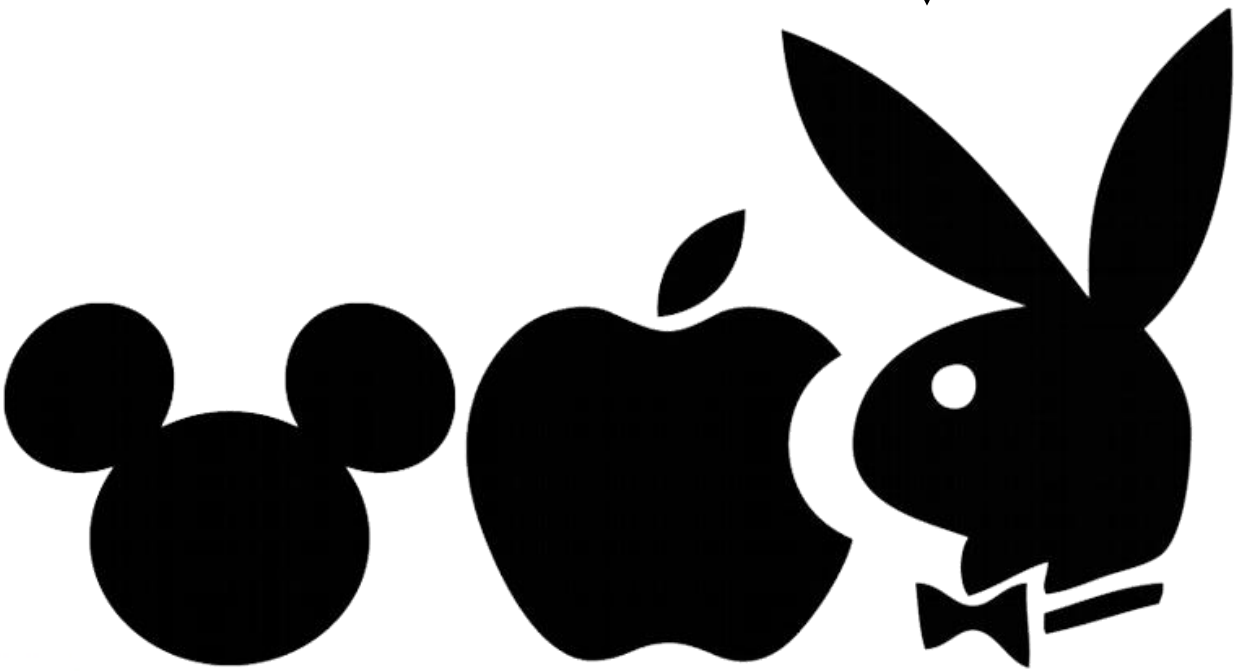
SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Um pouquinho de semiótica

- Signo → aquilo que produz significado... imagens, objetos, palavras, sons etc.
- Significante → impressão sensorial do signo, por exemplo, a percepção mental de um som num comercial ou uma impressão numa página
- Significado → conceito abstrato que o signo invoca

Um pouquinho de semiótica

$$\text{Signo} = \frac{\text{Significado}}{\text{Significante}} \Bigg\updownarrow \text{Significação}$$



O valor das marcas

- Antes de qualquer coisa, é fundamental se ter a ciência (e a consciência) de que a marca é uma propriedade, tal qual outra (tangível ou não)
- Para crescer, ela precisa ser (sempre) muito “bem cuidada”!

UFCG

SUPRA OMNIS LUX LUCIS

O valor das marcas

- Parece clichê (e é), mas a marca pode vir a ser o mais importante ativo de uma empresa, tornando-se praticamente “marcas descritivas” (descriptive marks), assim como exemplos bem conhecidos, como Gillette, Danone, Bombril, Chiclets, Cotonetes, Omo, Band-Aid, Catupiry, Maizena, Ovomaltine, Moça, Isopor, Xerox, Durex, Modess etc..

Gestão de marcas

- Atividades estratégicas → posicionamento e arquitetura de marcas
- Atividades operacionais → pesquisa de mercado, naming, comunicação, design, avaliação financeira e proteção legal
- Tudo isso = Branding
- Branding = Brand management

Sim... é isso!

- Consequência de um relacionamento satisfatório com o mercado-alvo
- Execução não tomada apenas por ações de marketing, mas por ações internas na empresa, transmitindo a imagem pretendida para todos os interessados
- Tem por objetivo, entre outros, aumentar o brand equity ou ativo de marca

UFCG

SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Marcas mais valiosas do mundo

1. Google (US$ 114,2 bi)
2. IBM (US$ 86,3 bi)
3. Apple (US$ 83,1 bi)
4. Microsoft (US$ 76,3 bi)
5. Coca-Cola (US$ 67,9 bi)
6. McDonald’s (US$ 66 bi)
7. Marlboro (US$ 57 bi)
8. China Mobile (US$ 52,6 bi)
9. GE (US$ 45 bi)
10. Vodafone (US$ 44,4 bi)
11. ICBC (US$ 43,9)
12. HP (US$ 39,7)
13. Walmart (US$ 39,4)
14. BlackBerry (US$ 30,7)
15. Amazon.com (US$ 27,4)
16. UPs (US$ 26,4)
17. Tesco (US$ 25,7)
18. Visa (US$ 24,8)
19. Oracle (US$ 24,8)
20. Verizon (US$ 24,6)

UFCG

SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Marcas mais valiosas do Brasil

1. Itaú (R$ 20,6 bi)
2. Bradesco (R$ 12,3 bi)
3. Petrobras (R$ 10,8 bi)
4. Banco do Brasil (R$ 10,4 bi)
5. Skol (R$ 6,5 bi)
6. Natura (R$ 4,6 bi)
7. Brahma (R$ 3,6 bi)
8. Antarctica (R$ 1,7 bi)
9. Vivo (R$ 1,4 bi)
10. Renner (R$ 780 mi)
11. Embratel (R$ 730 mi)
12. Banrisul (R$ 645 mi)
13. Americanas (R$ 601 mi)
14. Cyrela (R$ 545 mi)
15. Oi (R$ 472 mi)
16. Braskem (R$ 449 mi)
17. TAM (R$ 347 mi)
18. NET (R$ 294 mi)
19. Marisa (R$ 196 mi)
20. Hering (R$ 144 mi)

UFCG
SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Aula n.º 5

Parte I. A Propriedade Intelectual no ambiente corporativo

Valioso capital intangível

- Há quem diga que o século XX foi o século da propriedade material e que o século XXI é o século da PROPRIEDADE INTELECTUAL
- A PI é o ator principal da mais recente das grandes Revoluções... 1. Agrícola; 2. Urbana; 3. Industrial... 4. TECNOLÓGICA/ INFORMACIONAL/DIGITAL

UFCG

SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Metodologias de valoração da PI

- São três as abordagens possíveis
  - Rendimento = o efeito na margem de lucro futura que resultará da aplicação desse ativo intangível
  - Marcado = valor desse ativo tendo como referência outro ativo semelhante
  - Custo = quantificação do que se gasta com a substituição ou reprodução desse ativo intangível

Quem deve trabalhar com PI?

- Pessoas (físicas ou jurídicas) que exerçam atividade de gestão do conhecimento
- Pessoas (físicas ou jurídicas) que produzam conteúdo intelectual, seja informacional, seja cultural, seja artístico etc.
- Pessoas (físicas ou jurídicas) que lidem com criação intelectual alheia
- E bem mais!!!... o leque é enorme!

UFCG

SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Aula n.º 5

Parte II. Gestão da Propriedade Intelectual

Dialética Freeman / Porter

- Estratégia de inovação
  - Estratégia Ofensiva
  - Estratégia Defensiva
  - Estratégia Imitativa
  - Estratégia Dependente
  - Estratégia Tradicional
  - Estratégia Oportunista

- Estratégia competitiva
  - Ameaça de novos entrantes
  - Poder de negociação dos fornecedores
  - Poder de negociação dos compradores
  - Ameaça de produtos/ serviços substitutos
  - Rivalidade entre concorrentes

PI dentro da estrutura organizacional

- Agregados às funções gerenciais básicas, dentro das estruturas organizacionais, encontram-se as chamadas funções acessórias, ou de staffs, que nada mais são que unidades de apoio àquelas, tal qual órgãos que desempenham funções auxiliares de planejamento ou de serviço
- A Gestão da PI pode e deve, em várias situações, aparecer como um staff

UFCG
SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Gestão da Propriedade Intelectual

- Staff organizacional, com prerrogativas jurídicas e técnicas, que visem a ações estratégicas e de inovação, buscando atuar legalmente com a proteção do Direito próprio e a salvaguarda do Direito alheio, gerindo processos (administrativos ou legais) que envolvam a aquisição, proteção, preservação etc. de criações técnico-científicas realizadas no âmbito da organização

UFCG

SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Aula n.º 6

Parte I. Bem vindo a um novo mundo!

O virtual de Pierre Lévy

- A palavra “virtual” é enganosamente empregada em oposição a “real”
- Na filosofia escolástica, é o que existe em potência e não em ato
- O virtual é mediado ou potencializado pela tecnologia e externado nas construções mentais do espaço de interação cibernético

O virtual de Pierre Lévy

- O “virtual” não se opõe ao “real”, mas ao “atual”

O que representa essa imagem?
Para alguns, talvez a maioria, são “sementes”

Mas...

Para outros, é uma árvore “virtualmente presente”

O virtual de Pierre Lévy

"Contrariamente ao possível, estático e já construído, o virtual é como o complexo problemático, o nó de tendências ou de forças que acompanha uma situação, um acontecimento, um objeto ou uma entidade qualquer, e que chama um processo de resolução: a atualização. A semente [...] 'conhece' exatamente a forma da árvore que expandirá finalmente sua folhagem."

UFCG

SUPRA OMNIS LUX LUCIS

O virtual de Pierre Lévy

Assim...

- A atualização é a solução de um problema que não estava contida previamente no enunciado

Por outro lado...

- A virtualização pode ser definida como o seu movimento inverso

UFCG

SUPRA OMNIS LUX LUCIS

O virtual de Pierre Lévy

“Quando compro um livro ou um disco, pago algo real, suporte físico da informação. O livro que não leio me custa tão caro quanto o que leio. A quantidade de livros é limitada: um livro que está em minha biblioteca não está na sua. Estamos ainda no domínio dos recursos raros.”

UFCG

SUPRA OMNIS LUX LUCIS

O virtual de Pierre Lévy

"Se compro direitos, não pago mais por algo real, mas algo potencial, a possibilidade de realizar ou de copiar a informação quantas vezes eu quiser."

- O virtual propicia, assim, uma "desterritorialização" – que é mais que "desapropriação" – das ideias, das criações, nas manifestações...

Cibercultura

- A Cibercultura possui três “leis” fundadoras:
  - A liberação do pólo da emissão

    Pode tudo na Internet / Tem de tudo na Internet
  - O princípio de conexão em rede

    A rede está em todos os lugares / O verdadeiro computador é a rede / Sai “PC” e entra “CC”
  - A reconfiguração de formatos midiáticos e práticas sociais

    Tudo muda... mas nem tanto

UFCG

SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Cibercultura

- A Cibercultura enseja vários fenômenos:
  - Negação do copyright, reconfigurando-o na “re-mixagem”
  - Criação da chamada “arte eletrônica”
  - Reinvenção das manifestações e expressões comunicacionais habituais, com ferramentas como os blogs e os podcasts
  - Reconstrução do conceito de “compartilhamento” (redes P2P) e do sentido de “colaboração” (wiki)

UFCG

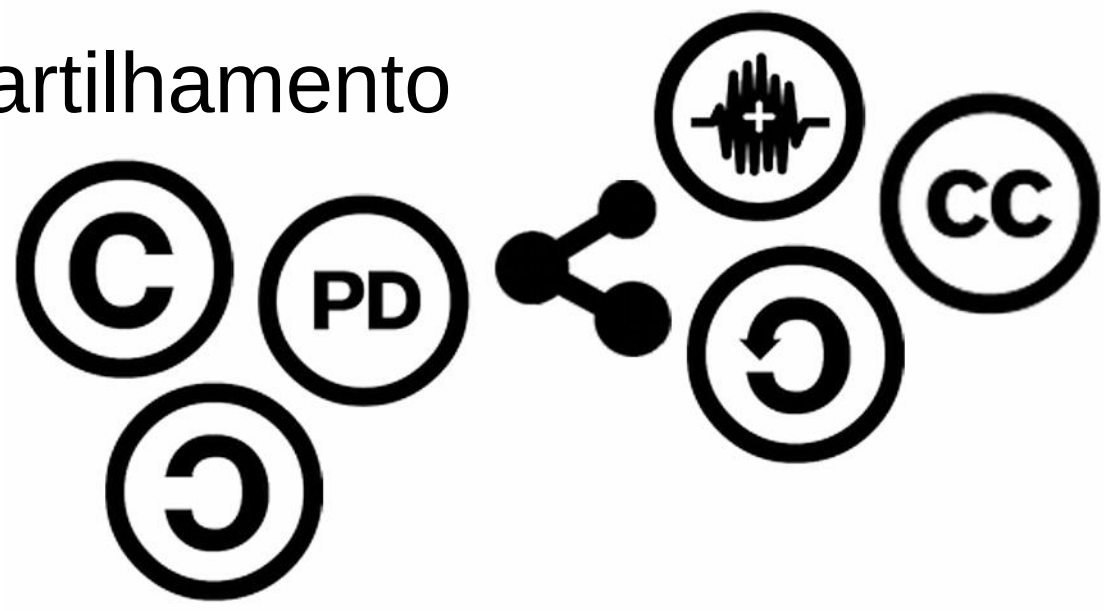
SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Aula n.º 6

Parte II. “Novos” Direitos Autorais

Novas expressões... e novos conceitos

- Copyright (Direito de Cópia)
- Copyleft (Negação ao Direito de Cópia)
- Domínio Público
- Cultura do Compartilhamento
- Culture Livre
- Cultura do Remix



UFCG
SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Creative Commons

- Tipos de licenças
  - Atribuição (BY) → Os licenciados têm o direito de copiar, distribuir, exibir e executar a obra e fazer trabalhos derivados dela, desde que dêem créditos devidos ao autor ou licenciador da maneira especificada por estes
  - Non-commercial = Uso Não comercial (NC) → Os licenciados podem copiar, distribuir, exibir e executar a obra e fazer trabalhos derivados, desde que sejam para fins não-comerciais

Creative Commons

- Tipos de licenças
  - Non-derivative = Não a obras derivadas (ND) → Os licenciados podem copiar, distribuir, exibir e executar apenas cópias exatas da obra, não podendo criar derivações da mesma.
  - Share-alike = Compartilhamento pela mesma licença (SA) → Os licenciados devem distribuir obras derivadas somente sob uma licença idêntica à que governa a obra original

Creative Commons

- Há seis combinações de licenças de uso regular
  - (BY)
  - (BY-NC)
  - (BY-ND)
  - (BY-SA)
  - (BY-NC-ND)
  - (BY-NC-SA)

Aula n.º 6

Parte III. O passado reinventado pelo presente e remixado pelo futuro

Manifesto antropofágico

Só a Antropofagia nos une. Socialmente. Economicamente. Filosoficamente.
Única lei do mundo. Expressão mascarada de todos os individualismos, de todos os coletivismos. De todas as religiões. De todos os tratados de paz. [...]
Só me interessa o que não é meu. Lei do homem. Lei do antropófago. [...]
Perguntei a um homem o que era o Direito. Ele me respondeu que era a garantia do exercício da possibilidade. [...] Comia.

UFCG
SUPRA OMNIS LUX LUCIS

Manifesto REMIX!

- A cultura sempre se constrói baseada no passado
- O passado sempre tenta controlar o futuro
- O futuro está se tornando menos livre
- Para construir sociedades livres é preciso limitar o controle sobre o passado

UFCG
SUPRA OMNIS LUX LUCIS