

MÍDIA E PROPRIEDADE INTELECTUAL

DE VOLTA PARA O
FUTURO

Cláudio Lins de Vasconcelos ,
LL.M, JSD

XXXII Congresso Internacional da
Propriedade Intelectual



Arte: Slavoljub Pantelic

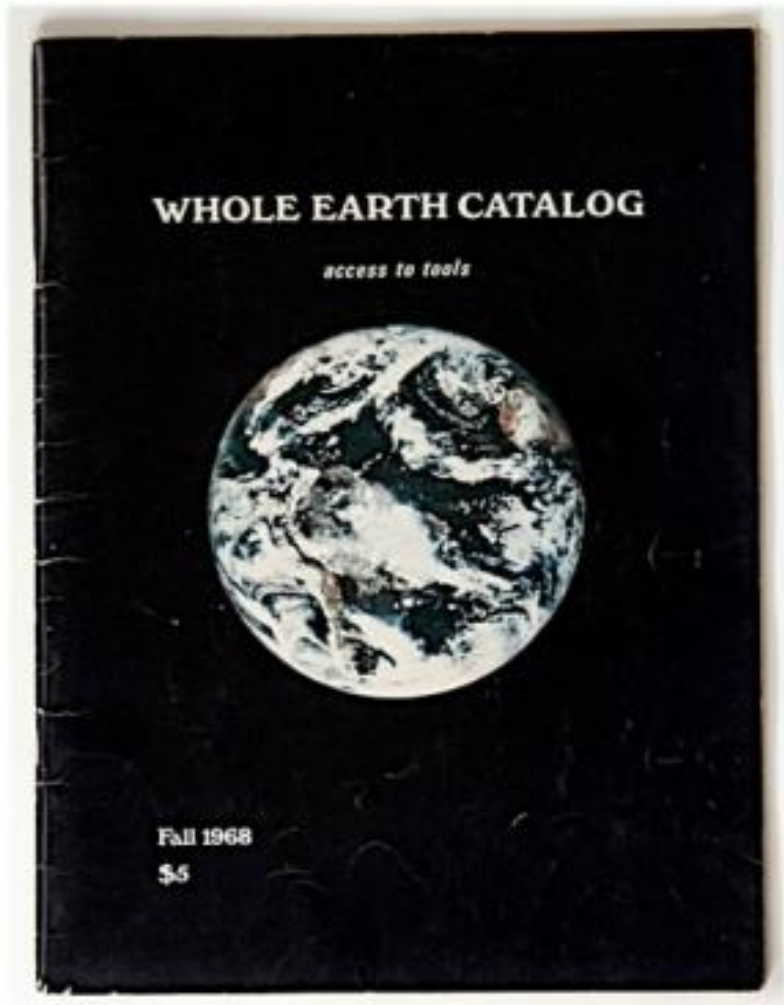
APPLE: PI É UMA QUESTÃO ÉTICA



*"Hoje foi um dia importante para a Apple e para inovadores de toda parte (...) Para nós, este processo tem sido sempre sobre algo muito mais importante do que as patentes ou dinheiro. **É sobre valores. Valorizamos a originalidade e a inovação,** e damos nossas vidas para fazer os melhores produtos da Terra. E fazemos isso para a satisfação de nossos clientes, e não para concorrentes flagrantemente copiarem".*

Tim Cook, CEO, Apple, Inc., em 24/8/2012

DO IT YOURSELF: O NASCIMENTO DA CIBERCULTURA



O MANIFESTO HACKER:

STEVEN LEVY, 1980

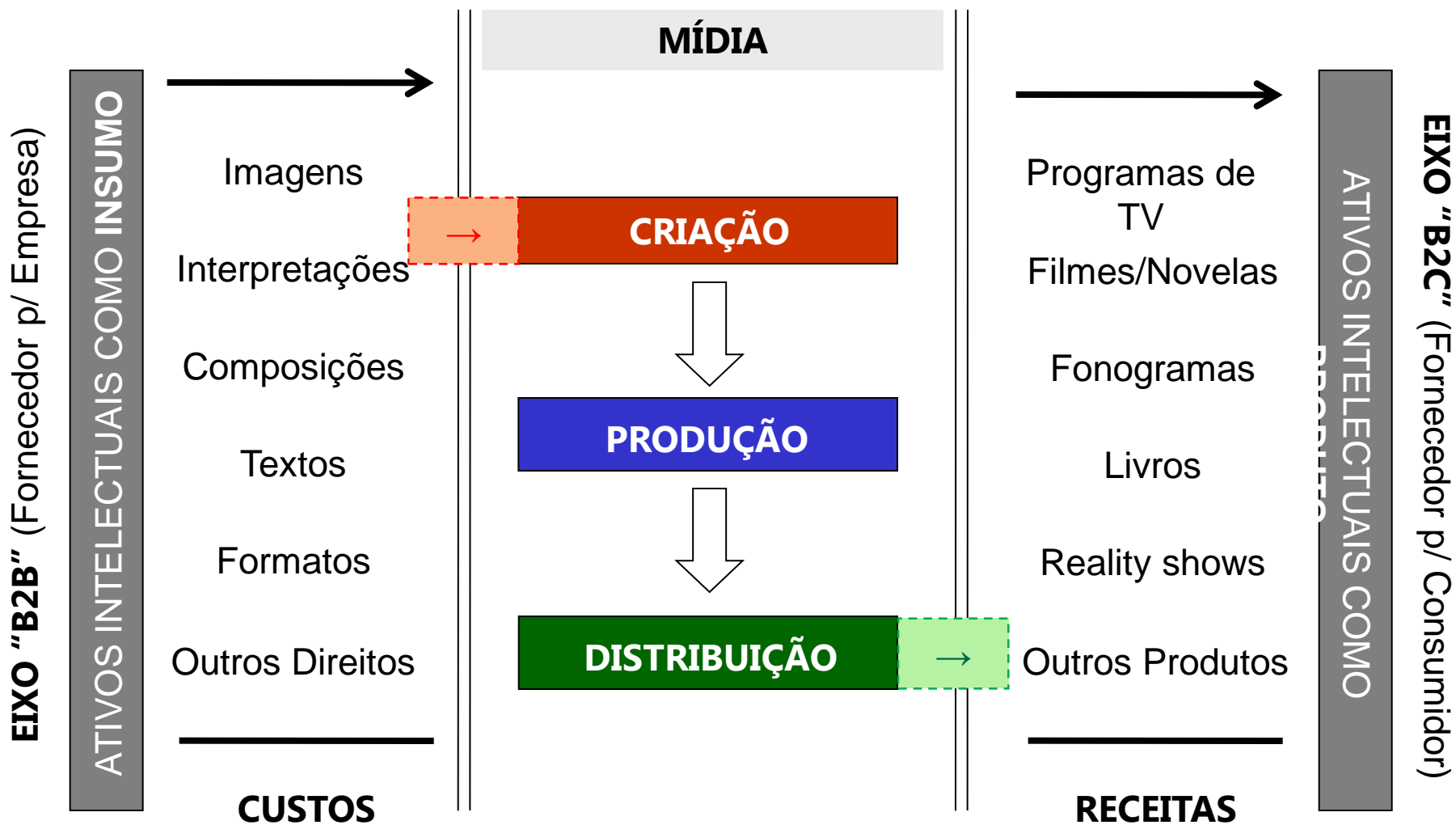
- I.** Acesso a computadores – e qualquer coisa que possa ensinar algo sobre como o mundo funciona – deve ser ilimitado e total.
- II.** Prefira sempre “botar a mão na massa”.
- III.** Toda informação deve ser livre.
- IV.** Desconfie da autoridade – descentralize.
- V.** *Hackers* devem ser julgados pela qualidade de seu “hackeamento” e não por falsos critérios como titulação, idade, raça ou cargo.
- VI.** Você pode criar arte e beleza pelo computador.
- VII.** Computadores podem mudar sua vida para melhor

MÍDIA PÓS-INTERNET: A TELA GLOBAL



Digital – multidirecional – multimidiática

INDÚSTRIAS MIDIÁTICAS: ETAPAS DO PROCESSO PRODUTIVO



O CHOQUE DIGITAL: MUITO MEIO, POUCA MENSAGEM

CRIAÇÃO

PI = Receita

PRODUÇÃO

PI= Custo e Receita

DISTRIBUIÇÃO

PI = Custo

CONSUMO

O GRANDE CISMA MIDIÁTICO

(2000 – 2010)

TITULARES

USUÁRIOS

GRAVADORAS

TECHS/PONTOCOMS

ESTÚDIOS

TELECOMS



"VELHA" MÍDIA

"NOVA" MÍDIA

2011-2012: A CONVERGÊNCIA DE INTERESSES



COM A REVOLUÇÃO MÓVEL, APRENDEMOS: NADA DE NOVO SOB AS NUVENS

1

CONSUMIDORES QUEREM PRODUTOS INTENSIVOS EM CONTEÚDO EM PLATAFORMAS SIMPLES (E ESPERAM DIAS NA FILA POR ISSO)

2

NÃO EXISTE “VELHA” E “NOVA” MÍDIA. NASCIDOS NA INTERNET OU NÃO, SÃO DIGITAIS AGORA, OPERANDO NA MESMA CADEIA PRODUTIVA

3

NENHUMA EMPRESA JAMAIS PAGARIA POR QUALQUER INSUMO SE PUDESSE, MAS A MAIORIA PRECISA FAZÊ-LO. DO CONTRÁRIO, É CONCORRÊNCIA DESLEAL

4

VENDER ANÚNCIOS LIGADOS A CONTEÚDO PROTEGIDO SEM REPARTIR AS RECEITAS PARA VER O QUE AS CORTES DIZEM NÃO É UM “MODELO DE NEGÓCIO”

YOUTUBE: DIREITO AUTORAL É BÁSICO



*"Para ser parceiro [do YouTube], não basta ter vídeos populares. Eles precisam ter conteúdo próprio, **que não viole direitos autorais** e que respeite as políticas do site".*

*Bibiana Leite, Content Partnerships Manager do Google
(Revista Info, abril de 2012)*

WARNER: QUANTO MAIS JANELAS, MELHOR



*"À medida que o conteúdo televisivo migra para múltiplos canais, plataformas e equipamentos, de televisores a tablets, acordos como este [com a Amazon] darão aos consumidores a oportunidade de **assistir às suas séries favoritas quantas vezes quiser.**"*

*Ken Werner, Presidente da Warner Bros
(Business Wire, julho de 2012)*

E O QUE QUER A INDÚSTRIA, AFINAL?

NORMAS CLARAS E EFICAZES

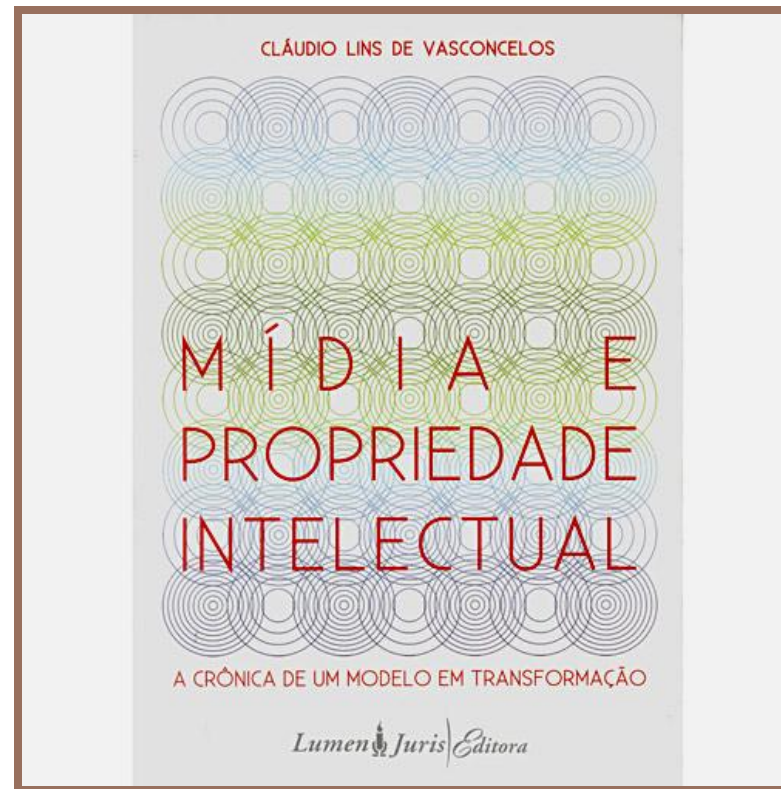
PREVISIBILIDADE DE CUSTOS E RECEITAS

RESPEITO AOS CONTRATOS

SEGURANÇA JURÍDICA

PARA **CONTINUAR** A CONVERSA...

WWW.DIREITOEMIDIA.COM.BR



CLAUDIO@LINSDEVASCONCELOS.ADV.BR