

**MANUAL DE DIREITOS
AUTORAIS PARA CRIADORES
DE CONTEÚDO NA INTERNET**

bortolozo

OBJETIVO DO MANUAL

Os criadores de conteúdo online são responsáveis por informar, educar e ajudar seus seguidores. Muitas vezes os criadores se utilizam dos conteúdos que criam e compartilham para conectar uma marca de produtos ou serviços aos consumidores e, conseqüentemente, construir um relacionamento com esses seguidores/consumidores.

No entanto, a utilização de imagens, músicas e vídeos protegidas por direitos autorais pode limitar o poder de criação desses profissionais.

Neste manual, **trazemos de forma simples** alguns **conceitos**, bem como os principais **pontos de atenção** que um criador de conteúdo deve observar para adequar seus conteúdos à legislação brasileira.



Luciana Bortolozo é especialista em Direitos Autorais pela Universidade de Harvard em parceria com ITs Rio. Certificada em Propriedade Intelectual pela Universidade de Genebra em parceria com a Organização Mundial de Propriedade Intelectual (WIPO). Tem atuação consultiva e contenciosa com ênfase em Direito Digital, Proteção de Dados e Propriedade Intelectual.

MARKETING DE INFLUÊNCIA



De acordo com uma pesquisa realizada em 2019 pela YouPix, a maior consultora de negócios para influência e entretenimento digital da América Latina, **o marketing de influência é considerado estratégico para 68% das empresas** e **69% das empresas entendem que o marketing de influência gera resultados diferentes** se comparado a outros tipos de comunicação.

“Criadores de conteúdo podem ser os maiores aliados das marcas em momentos de crise, em especial por terem laços de confiança bem estabelecidos com suas comunidades.”

Ana Paula Passarelli, Co-fundadora e
COO da BRUNCH

Fonte: “Marketing de Influência em Tempos de Pandemia de Covid-19”, YouPix e Brunch – 2020 e “ROI & Marketing de Influência 2019”, YOUPIX.

PLATAFORMAS MAIS UTILIZADAS PELOS CRIADORES DE CONTEÚDO

De acordo com a pesquisa realizada em 2020 pela YouPix e Brunch, o **Instagram** é a plataforma mais utilizada (82,3%), seguida pelo **YouTube** (38,2%) e **Facebook** (14,4%).

Fonte: Marketing de Influência em Tempos de Pandemia de Covid-19 - YouPix e Brunch - 2020.



O QUE É A LEI DE DIREITOS AUTORAIS?

A Lei n. 9.610/98 consolidou a legislação sobre direitos autorais, trazendo em seu texto os tipos de obras protegidas, quem pode ser considerado um autor, se há necessidade de registro de uma obra, além dos direitos materiais e morais do autor.

Ainda, a Lei dispõe acerca da limitação dos direitos autorais, da transferência de direitos e as sanções às violações aos direitos do autor.

O QUE A LEI PROTEGE?

- ❖ textos de obras literárias, artísticas ou científicas
- ❖ obras dramáticas, dramático-musicais, composições musicais (que tenham ou não letra)
- ❖ obras audiovisuais e fotográficas
- ❖ desenhos, pinturas, gravuras, ilustrações
- ❖ projetos de arquitetura, engenharia, etc
- ❖ coletâneas, compilações e base de dados
- ❖ programas de computador
- ❖ adaptações, traduções e outras transformações de obras originais



A woman with dark hair, wearing an orange polka-dot shirt, is sitting at a desk. She is looking down at an open notebook and writing with a blue pen. To her right is a large computer monitor displaying text. A small potted plant is visible in the background. The scene is lit with warm, soft light.

DIREITOS DO AUTOR

Quais são os direitos do autor?

- I - reivindicar a autoria da obra
- II - ter seu nome indicado ou anunciado, como sendo o do autor, na utilização de sua obra
- III - conservar a obra inédita
- IV - assegurar a integridade da obra, opondo-se a quaisquer modificações ou à prática de atos que atinjam sua reputação ou honra
- V - modificar a obra, antes ou depois de utilizada
- VI - retirar de circulação a obra ou de suspender a utilização já autorizada, quando a circulação ou utilização implicarem afronta à sua reputação e imagem
- VII - ter acesso a exemplar único da obra, quando se encontre em poder de outrem, para o fim de preservar sua memória

Por morte do autor, transmitem-se a seus sucessores os direitos a que se referem os itens I a IV.

Não constitui ofensa aos direitos autorais:

- ❖ a reprodução de notícia ou de artigo informativo, com a menção do nome do autor
- ❖ a reprodução de retratos ou outras formas de imagens, feitos sob encomenda, quando realizada pelo proprietário do objeto encomendado, não havendo a oposição da pessoa neles representada ou de seus herdeiros
- ❖ a reprodução de obras literárias, artísticas ou científicas, para uso exclusivo de deficientes visuais, sempre que a reprodução, sem fins comerciais, seja feita mediante o sistema Braille
- ❖ a reprodução, em um só exemplar de pequenos trechos, para uso privado do copista, desde que feita por este, sem intuito de lucro
- ❖ a citação em livros, jornais, revistas ou qualquer outro meio de comunicação, de passagens de qualquer obra, para fins de estudo, crítica ou polêmica, na medida justificada para o fim a atingir, indicando-se o nome do autor e a origem da obra
- ❖ o apanhado de lições em estabelecimentos de ensino por aqueles a quem elas se dirigem, vedada sua publicação, integral ou parcial, sem autorização prévia e expressa de quem as ministrou

Não constitui ofensa aos direitos autorais:

- ❖ a utilização de obras literárias, artísticas ou científicas, fonogramas e transmissão de rádio e televisão em estabelecimentos comerciais, exclusivamente para demonstração à clientela, desde que esses estabelecimentos comercializem os suportes ou equipamentos que permitam a sua utilização;
- ❖ a representação teatral e a execução musical, quando realizadas no recesso familiar ou, para fins exclusivamente didáticos, nos estabelecimentos de ensino, não havendo em qualquer caso intuito de lucro;
- ❖ a utilização de obras literárias, artísticas ou científicas para produzir prova judiciária ou administrativa;
- ❖ a reprodução, em quaisquer obras, de pequenos trechos de obras preexistentes, de qualquer natureza, ou de obra integral, quando de artes plásticas, sempre que a reprodução em si não seja o objetivo principal da obra nova e que não prejudique a exploração normal da obra reproduzida nem cause um prejuízo injustificado aos legítimos interesses dos autores.

PARÓDIAS

É permitido fazer paródia de obra, desde que não seja verdadeira reprodução da obra originária e nem lhe implique descrédito.

OBRAS EM LUGARES PÚBLICOS

A lei diz que “as obras situadas permanentemente em logradouros públicos podem ser representadas livremente, por meio de pinturas, desenhos, fotografias e procedimentos audiovisuais.”

No entanto, essa disposição deve ser analisada com restrição, por exemplo, quando a representação da obra for utilizada para fins comerciais, deve haver autorização do autor.

É PRECISO REGISTRAR A OBRA?

A proteção aos direitos autorais **independe** de registro. Porém, o autor pode optar por registrar a obra na Biblioteca Nacional.

A obra também pode ser registrada através da tecnologia NFT, que seria um certificado digital que dá autenticidade a obras. Esse certificado traz segurança ao detentor da obra, na medida em que poderá rastrear qualquer uso não autorizado de sua obra.



COMO CRIADOR, POSSO TRANSFERIR MEUS DIREITOS DE EXPLORAÇÃO COMERCIAL OU COMPRAR DIREITOS?

SIM, o criador de conteúdo pode transferir seus direitos para outra pessoa ou comprar direitos, através de um contrato denominado “contrato de cessão de direitos autorais”, a ser firmado entre o autor e o cessionário dos direitos autorais.

**E SE O CRIADOR
QUISE UTILIZAR
UMA OBRA DE
TERCEIRO OU SE
ALGUÉM QUISE
USAR A OBRA DE UM
CRIADOR DE
CONTEÚDO?**

A utilização da obra por outra pessoa depende de **autorização prévia e expressa** do autor.

Ninguém pode reproduzir obra que não pertença ao domínio público, a pretexto de editá-la, adaptá-la, traduzi-la, comentá-la, melhorá-la ou mesmo distribuí-la sem permissão do autor.

**QUANDO UMA OBRA
ENTRA EM DOMÍNIO
PÚBLICO?**

Os direitos patrimoniais do autor perduram por **setenta anos** contados de 1º de janeiro do ano subsequente ao de seu **falecimento**.

O prazo de proteção aos direitos patrimoniais sobre obras audiovisuais e fotográficas será de **setenta anos**, a contar de 1º de janeiro do ano subsequente ao de sua **divulgação**.

Site para pesquisa de obras que caíram em domínio público no Brasil:
<http://www.dominiopublico.gov.br/>

E SE A OBRA FOR UTILIZADA INDEVIDAMENTE?

O titular da obra poderá requerer a suspensão da divulgação online, sem prejuízo da indenização pelos danos materiais.

Neste caso, o infrator pagará ao autor o preço dos exemplares da obra que tiver vendido.

Além disso, o autor poderá requerer indenização pelos danos morais sofridos.

PUBLICARAM MINHA OBRA E NÃO ME DERAM OS CRÉDITOS, E AGORA? ISSO É PLÁGIO.

Quem utilizar de obra e deixar de indicar o nome, pseudônimo ou sinal convencional do autor, além de responder por danos morais, está obrigado a divulgar a identidade do autor.

Plágio é crime pelo Código Penal.



COMO COMBATER O PLÁGIO

TIPOS DE CÓPIA DE CONTEÚDO

A cópia de um conteúdo de marketing na internet pode ser:

- ❖ integral (todo o material é copiado)
- ❖ parcial (trechos e parte do conteúdo são reproduzidos)
- ❖ cópia da essência desse conteúdo
- ❖ a tradução de um conteúdo, sem os devidos créditos, também pode ser considerada plágio

O plágio pode ser combatido através de medidas extrajudiciais e judiciais (nas áreas cível e criminal)

O criador do conteúdo plagiado pode:

- ❖ solicitar ao infrator a remoção do conteúdo ou que dê os devidos créditos
- ❖ solicitar ao provedor de conteúdo (plataforma, rede social) a remoção do conteúdo copiado indevidamente
- ❖ ingressar com as ações judiciais cabíveis



A top-down view of a group of people's hands and forearms gathered around a dark wooden table. One hand is pointing at the laptop keyboard, while another points at a tablet displaying a grid of images. The scene is overlaid with a semi-transparent purple rectangle containing white text.

CUIDADOS AO CRIAR CONTEÚDO

VOCÊ SABE O QUE SÃO LICENÇAS CREATIVE COMMONS E COMO UTILIZÁ-LAS?

De acordo com a Creative Commons Brasil:

“todas as licenças ajudam os criadores – a quem chamamos de licenciantes, se utilizam os nossos instrumentos – a manter o seu direito de autor e os seus direitos conexos, ao mesmo tempo que permitem que outras pessoas copiem, distribuam e façam alguns usos do seu trabalho – pelo menos, para fins não comerciais.” (br.creativecommons.net)

Exemplos de licenças:



Esta licença permite que outros distribuam, remixem, adaptem e criem a partir do seu trabalho, mesmo para fins comerciais, desde que lhe atribuam o devido crédito pela criação original. É a licença mais flexível de todas as licenças disponíveis. É recomendada para maximizar a disseminação e uso dos materiais licenciados.



Esta licença permite que outros remixem, adaptem e criem a partir do seu trabalho, mesmo para fins comerciais, desde que lhe atribuam o devido crédito e que licenciem as novas criações sob termos idênticos. Esta licença costuma ser comparada com as licenças de software livre e de código aberto “copyleft”. Todos os trabalhos novos baseados no seu terão a mesma licença, portanto quaisquer trabalhos derivados também permitirão o uso comercial.

Fique de olho na licença atrelada ao conteúdo que você, como criador de conteúdo na internet, quer utilizar no seu material.

Caso o conteúdo utilize licença creative commons, pesquise qual é a licença aplicável e de que forma você pode explorar a obra.

SE VOCÊ É CRIADOR DE CONTEÚDO NA INTERNET, DEVE TOMAR ALGUNS CUIDADOS:

- ❖ sempre cheque a autoria da obra que será utilizada na produção do seu conteúdo (imagens, pinturas, músicas, etc)
- ❖ não utilize ou reproduza obras de terceiros sem a devida autorização do autor
- ❖ você é livre para utilizar obras que caíram em domínio público
- ❖ se for criar uma paródia, cuidado para não desonrar e depreciar a obra original
- ❖ cuidado ao utilizar imagens de pessoas públicas no conteúdo de marketing: não é porque uma pessoa é famosa que você pode usar sua imagem para fins comerciais

SE VOCÊ É CRIADOR DE CONTEÚDO NA INTERNET, DEVE TOMAR ALGUNS CUIDADOS:

- ❖ ao utilizar músicas no conteúdo que será veiculado online, obtenha autorização do autor e pague os direitos autorais através do ECAD
- ❖ se o conteúdo for veiculado no YouTube, há opções de músicas livres de direitos autorais que podem ser utilizadas
- ❖ procure utilizar imagens de banco de imagens pagos, especialmente se o conteúdo for veiculado com fins comerciais

bortolozo ▶

Serviços jurídicos em direito
digital e proteção de dados

Entre em contato

Tel. 11 98218 6525

luciana@bortolozoadv.com.br



bortolozoadv.com.br/