

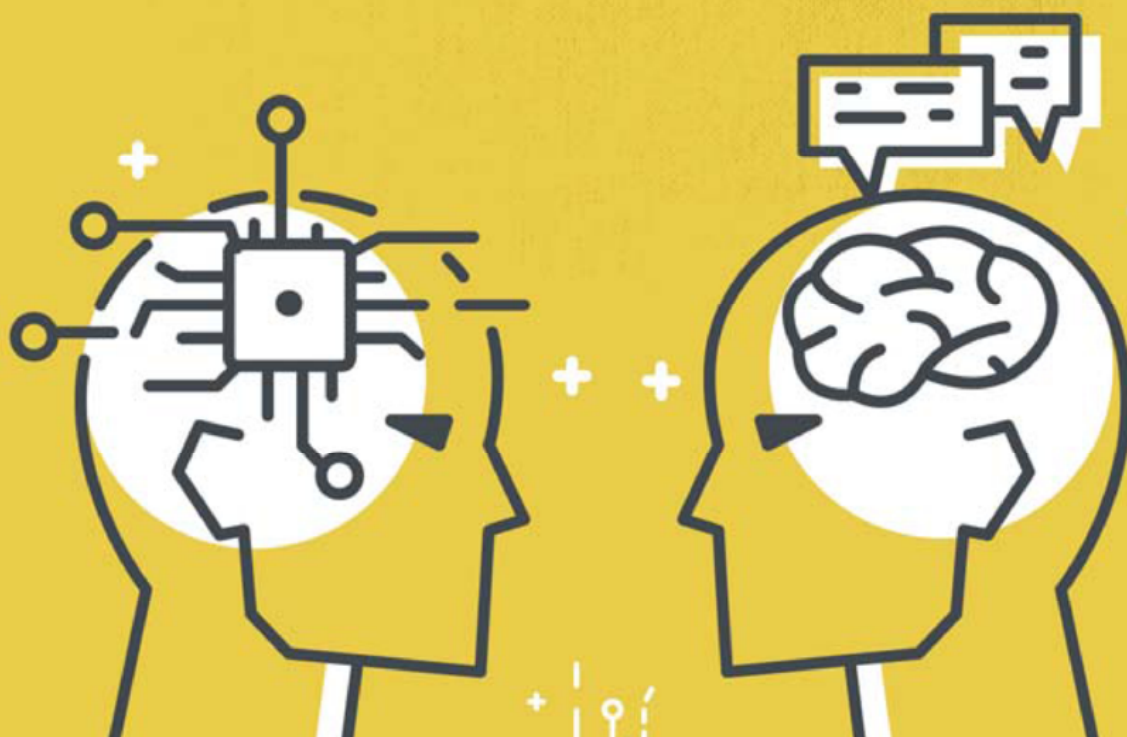


ESPECIAL

PROPRIEDADE INTELECTUAL

**CONSELHO EUROPEU DEU LUZ VERDE
À DIRETIVA QUE ENQUADRA O MERCADO ÚNICO DIGITAL**

A partir do último 26 de abril, o Dia Mundial da Propriedade Intelectual passou a considerar de uma forma diferente os "memes", os "gifs" e os "snippets" - que são fragmentos de código - que a legislação passou a proteger mais do que nunca. Por exemplo, os titulares dos direitos das músicas que alguém utilizou num vídeo podem informar as plataformas que são donos do respetivo conteúdo. Este Especial aborda a politização dos direitos de autor, a morosidade do registo de patentes, o "Bê-à-Bá" da Propriedade Intelectual e um Fórum com respostas de especialistas





Dado Runic/Reuters

quer local e sob qualquer meio, incluindo naturalmente o Facebook.

Criei um canal do YouTube posso falar dos produtos e marcas que gosto de usar?

Sim e não. Qualquer pessoa pode expressar publicamente as suas opiniões sobre uma empresa, produtos ou serviços e recomendá-los a familiares, amigos ou ao público em geral, sem necessidade de autorização prévia dos titulares da marca. No entanto, se a pessoa for remunerada para falar sobre certa marca ou produto, esse vídeo está abrangido pelas obrigações do Código da Publicidade. Isto significa que existe um dever de identificar de forma clara e transparente os conteúdos comerciais na internet e redes sociais como "Publicidade", "Parceria", "Oferta" ou outro termo inequívoco. De outra forma, a publicação de conteúdos remunerados será ilegal.

Tenho que sinalizar que uma publicação é publicidade com uma hashtag? Ou 'taggar' o meu parceiro comercial?

Se for feita referência a uma marca, produto ou serviço no âmbito de uma parceria, essa relação comercial tem que ser comunicada de forma muito clara. Não é obrigatório usar um hashtag ou 'taggar' o parceiro, no entanto é uma prática recomendada pela Direção-Geral do Consumidor, pois é uma forma fácil de garantir que a mensagem é compreendida pelo consumidor. Ainda que as regras não estejam previstas na Lei (quer no Código da Publicidade, quer em diplomas associados), devem ter-se em conta uma série de recomendações, nomeadamente: identificar as publicações com um hashtag #pub, bem visível – ou seja, no início da publicação; garantir que as apresentações não são falsas nem enganosas; a experiência transmitida tem de ser real;

Tenho um website sobre viagens. Encontrei uma imagem de que gosto. Posso publicar?

Deve ter-se em atenção que muitas das imagens publicadas na internet estão protegidas por direitos de autor. O facto de a imagem estar disponível na Internet não é sinónimo de utilização livre. É recomendável recorrer-se a bancos de imagens, onde os Termos e Condições sejam claros quanto às regras de publicação das mesmas em sites externos, necessidade ou não de remuneração e necessidade de referir o autor da imagem. Existem vários bancos de imagens totalmente gratuitos (nomeadamente porque usam imagens de domínio público), outros são pagos: depende de tipos de direitos o autor exige sobre aquela imagem. ●

Q&A

Bê-á-Bá da Propriedade Intelectual

Muitas das imagens publicadas na internet estão protegidas. Através deste guia, a equipa de advogados de TMT e Propriedade Intelectual da CCA explicam-lhe o que fazer em várias situações.

Criaram uma página de Facebook com o nome da minha marca registada. Que fazer?

Se o âmbito dessa página do FB for relacionado com os produtos/serviços que a sua marca registada assinala e, por isso, for susceptível de criar confusão com a sua marca, tem o direito de reagir através dos seguintes meios: - Denúncia dessa página/conta do Facebook apresentada directamente no Facebook (em "Políticas e Denúncias" - "Intellectual Property"). É possível igualmente denunciar conteúdos

inseridos numa página que infringem direitos de propriedade intelectual (como as marcas). Na denúncia (que se traduz no preenchimento de formulário do Facebook), ter-se-á que juntar a prova do registo da minha marca registada que sustenta a denúncia por violação de direitos e propriedade intelectual. Recebida a denúncia, se o FB verificar que houve violação dos direitos, pode efectivamente remover imediatamente essa página/conta ou o conteúdo denunciado. O titular dessa conta poderá recorrer dessa decisão. Se,

—
“Se a pessoa for remunerada para falar sobre uma certa marca ou produto, esse vídeo [no YouTube, por exemplo] está abrangido pelas obrigações do Código da Publicidade

porventura, a violação da sua marca não for evidente, após ter recebido a denúncia o Facebook pode abster-se de remover a página/conta ou o conteúdo e relegar a decisão para outras instâncias. Por vezes aconselha o contacto directo com o titular da página/conta, que poderá ser uma via (ainda que infelizmente na maioria das vezes ineficaz). - Pode ainda requerer uma Providência Cautelar pedindo ao tribunal (Tribunal de Propriedade Intelectual) que ordene a proibição imediata de o infractor usar a marca em questão em qual-