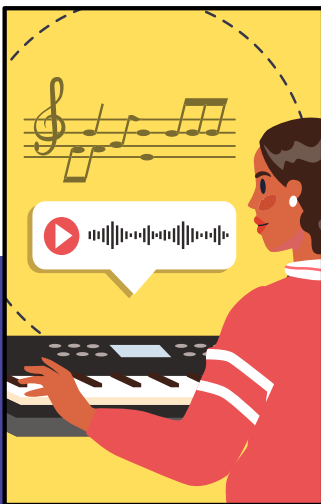


DIREITOS AUTORAIS e eleições



FICHA TÉCNICA

EDIÇÃO E ORGANIZAÇÃO

Allan Rocha de Souza

AUTORES

Allan Rocha de Souza

Marina Pita

André Houang

Miguel Alvarenga

Alice de Perdigão Lana

Mariana Valente

COLABORADORES

Leon Queiroz Ramos

Luís Henrique Dutra Mageste

Marcelo Pereira Franco

REALIZAÇÃO

IBDAutoral

INTERNETLAB

pesquisa em direito e tecnologia

intervozes
coletivo brasil de
comunicação social

APOIO

abradep
Academia Brasileira de
Direito Eleitoral e Político

DIAGRAMAÇÃO

Hiperativa Comunicação Integrada



Esta obra está sob uma licença [Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

SUMÁRIO

■ Introdução	7
Materiais de Campanha e obras protegidas por direitos autorais.....	8
■ Direitos Autorais	11
O que são?	11
O que é protegido?	12
Quem são os autores e quem são os titulares?	13
Quais direitos são atribuídos aos criadores?	14
Quais os limites desses direitos?	15
Prazo e domínio público	16
■ Direitos Conexos	17
O que são?.....	17
O que é protegido?.....	18
Quem são os titulares?.....	19
Quais direitos são atribuídos aos artistas e outros titulares?	19
Quanto tempo duram esses direitos?.....	19
E os direitos de imagem e voz dos artistas das gravações protegidas por direitos conexos?.....	20
Tabela resumo.....	21
■ Acessibilidade das Pessoas com Deficiência	22
O que é acessibilidade?.....	22
Quais os direitos das pessoas com deficiência?.....	22
O material de campanha deve estar em formato acessível?... ..	23
Esquema com ilustração.....	24
■ Criação original para campanha eleitoral	26
Material original criado especificamente para as campanhas políticas também são afetados por direitos autorais?.....	26
A quem pertencem os direitos sobre o material de campanha original?.....	27
Contratação: como os direitos autorais e conexos são transferidos dos autores e intérpretes para o candidato ou campanha?.....	27
Que tipos de contratos de transferência de direitos autorais podem ser celebrados?.....	28

<ul style="list-style-type: none"> E com relação às pessoas contratadas para criar as obras?..... 29 Pode-se fazer um contrato sobre obras que serão feitas no decorrer da minha campanha?..... 29 Resumo..... 30 	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Usos legítimos de obras [alheias/preexistentes]..... 31 <ul style="list-style-type: none"> Quais obras posso usar integralmente, sem infringir direitos autorais?.... 31 Como filmar ou fotografar em locais públicos sem infringir direitos autorais?..... 31 Quando é possível usar material de terceiros para criar novo conteúdo, sem necessidade de autorização?..... 32 <ul style="list-style-type: none"> — Usos críticos: citação..... 32 — Usos criativos: transformação..... 33 — Usos humorísticos: paródia..... 34 — Imagem de terceiros em campanhas..... 35 	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Como saber se um artista libera publicamente o uso de sua obra para determinados fins?..... 36 <ul style="list-style-type: none"> O que é <i>Creative Commons</i>?..... 36 Quais licenças <i>Creative Commons</i> existem?..... 36 Como obras em CC podem ser usadas em campanhas?..... 39 	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Comícios..... 40 <ul style="list-style-type: none"> Execução Pública Musical..... 40 ECAD: autorização e pagamento..... 41 Os autores e titulares podem autorizar o uso público de suas obras independente do ECAD?..... 42 O ECAD pode negar a autorização de uso de música em um comício ou carreta?..... 42 	
<ul style="list-style-type: none"> ■ YouTube e redes sociais: Termos de Uso e Direitos Autorais, Content ID, remuneração e 'derrubadas'..... 43 <ul style="list-style-type: none"> Como YouTube e redes sociais tratam o uso de obras de terceiros?.... 43 Como funciona o sistema de verificação e derrubada automática de conteúdo?..... 44 Meu conteúdo foi derrubado por violação de direito autoral. O que fazer?..... 45 	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Que cuidados as campanhas devem ter?..... 47 	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Conclusão..... 49 	

INTRODUÇÃO

Os direitos autorais fazem parte do nosso cotidiano e, mesmo que ainda não percebamos, participam de nossas interações sociais e impactam nossas vidas profissionais e pessoais. Isso porque todo conteúdo que seja uma expressão artística, literária, científica (e até certo ponto digital, tecnológica) é, no mínimo, tocado por estes direitos, que protegem todas as expressões criativas.

As campanhas eleitorais, numa democracia, fazem parte do calendário. Em nosso caso, ocorrem a cada dois anos. A divulgação das propostas e a captura da atenção dos eleitores utilizam inúmeros recursos alcançados pelos direitos autorais, que inclui textos, vídeos, fotografias, vídeos, ilustrações, etc. Todos estes recursos têm autores, artistas ou produtores, titulares (donos) de direitos sobre o conteúdo.



O escasso conhecimento sobre o que são, como funcionam e quais suas implicações é um grande obstáculo ao respeito aos direitos dos criadores e demais titulares. É certo que nenhum direito é absoluto e os direitos autorais também devem ser harmonizados com outros direitos igualmente fundamentais, como a **liberdade de expressão** e criação, citação crítica e paródia são exemplos de usos legalmente permitidos sobre quaisquer obras protegidas.

No entanto, a enorme maioria dos usos das expressões criativas (obras autorais) é protegida e reservada aos titulares (nem sempre os autores) por um longo período

de exclusividade (como padrão, 70 anos após a morte dos autores). Saber navegar por este universo é essencial para inúmeros setores da vida, inclusive para os candidatos e suas campanhas eleitorais – afinal, nenhum candidato quer agir na ilegalidade, menos ainda por desconhecimento, não é verdade?

Compreender o funcionamento das atuais normas de direitos autorais, cujo significado e aplicação incluem tanto o texto legal como a jurisprudência e a doutrina, certamente será de valor das candidaturas e campanhas e promete fortalecer e aprimorar o debate político democrático. Por outro lado, ignorar tais normas pode levar a candidatura a entrar num espaço nebuloso, incorrer em disputas judiciais, perda de recursos financeiros e uma comunicação e mensagem negativa.

Esse tema não é novo. No entanto, sua relevância dentre as preocupações das campanhas, especialmente pela repercussão e impacto que podem vir a ter, ainda é excessivamente tímida. Um exemplo eloquente é a disputa judicial envolvendo a campanha de 2018 do Deputado Federal Tiririca, [decidido em favor da liberdade de expressão, pela 2ª Seção do STJ, em 24 de agosto de 2022](#).

Considerando isso e o pouco conhecimento geral sobre os direitos autorais, pensamos e decidimos elaborar e divulgar esse Guia, como mais um instrumento de apoio às candidaturas imbuídas do espírito democrático e de fortalecimento do debate amplo, plural e legal, com o qual, como cidadãos, devemos contribuir.

Materiais de Campanha e obras protegidas por direitos autorais

O material utilizado nas campanhas é, praticamente em sua totalidade, alcançado pelos direitos autorais. Tanto quem cria, quem interpreta ou canta ou toca os instrumentos, como quem grava o material tem direitos autorais ou conexos sobre aquilo que fez, como, por exemplo, os descritos a seguir.



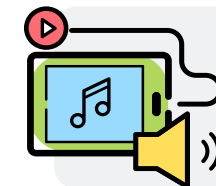
Jingles e vinhetas: As canções ou sinais sonoros veiculados nas propagandas oficiais e nos meios de comunicação, que tratam do candidato, projeto ou candidatura.



Locução: Sabe aquela voz bonita contratada para dizer o texto da publicidade oficial? Sobre o texto e a locução em si incidem determinados direitos



Fotos: Seja do candidato, de outras pessoas, de paisagens, enfim, as que interessam à campanha, igualmente precisam de atenção especial.



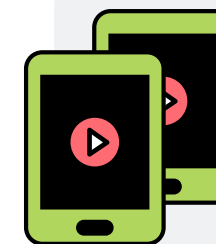
Podcasts: A coleção ou série de arquivos de áudio digital, com os mais variados temas, duração, formas, disponibilizados para download ou audição online exigem a participação de diversas pessoas que contribuem criativamente ou em sua produção



Panfletos: A propaganda impressa com informações diversas sobre o candidato e sua agenda política, na medida em que traz elementos criativos.



Santinho: A tradicional propaganda impressa com informações como nome do candidato e seu número, traz figuras, desenhos e composição gráfica, muitas vezes peculiares;



Arte, texto, imagem e vídeos em redes sociais: Recurso essencial para a campanha nas redes sociais, o uso de cores, tipografia, texto, ilustrações, imagens, fotos, vídeos, etc., para disseminar mensagem do candidato, com a intenção de fomentar a conexão com as pessoas (físicas e jurídicas), são resultados de concepções e elaborações criativas cujos direitos pertencem, originalmente, aos autores e artistas, efetivos criadores.



**MANTENHA
ESTE GUIA
SEMPRE À MÃO
PARA TODA A
EQUIPE.**

DIREITOS AUTORAIS



O que são?

R: Os direitos autorais são um tipo de propriedade intelectual. Neste campo, as expressões humanas, criativas, originais, sejam elas literárias, artísticas ou científicas, são protegidas por direitos autorais.

São, portanto, objeto de tutela os textos, músicas, vídeos e outros tipos de audiovisual, fotografias, coreografias, artes visuais, arte digital, etc.

Podemos dizer que praticamente toda criação, todo conteúdo que circula na internet, é protegido ou, ao menos, impactado pelos direitos autorais.

O direito autoral do criador surge no momento da criação. É automático, vale praticamente em todo o mundo e independe de qualquer registro ou formalidade. E, claro, qualquer material de campanha eleitoral que seja criação original ou uso e adaptação de algo já existente não foge a essa regra.

Portanto, não é possível preparar e conduzir uma campanha sem enfrentar e resolver as questões de direitos autorais. Uma boa campanha deve compreender, enfrentar e resolver, minimamente, essas questões.

O que é protegido?

R.: A Lei de Direitos Autorais (Art. 7º) apresenta um rol exemplificativo de tipos de obras protegidas, como as literárias, artísticas e científicas, mas a lista é aberta.

São protegidos, por exemplo, os poemas, romances, reportagens, discursos, composições musicais, peças teatrais, desenhos, pinturas, fotos, filmes, vídeos, softwares, etc.

Porém, alguns elementos precisam estar presentes para caracterizar uma expressão (um texto, por exemplo) como passível de proteção por direitos autorais. Dentre as características necessárias para uma expressão ser protegida, destacamos as seguintes:



1

Humanidade

A obra protegida precisa ser fruto de criação humana, deve conter um viés pessoal, particular.



2

Exteriorização

É necessário que a obra seja exteriorizada, ou seja, que saia do nível da abstração e se torne perceptível.



3

Criatividade

A obra precisa ser criativa, minimamente original, ter um aporte ou contributo criativo mínimo.



4

Sensibilidade

Há de ser possível captar a obra através dos sentidos, é preciso que as criações sejam perceptíveis, indo além da abstração e do plano ideacional.

Quem são os autores e quem são os titulares?

R.: A autoria de qualquer obra literária, artística ou científica é sempre de quem a cria, de quem dá forma à ideia, de quem realiza o conceito. Os autores dão forma à expressão. Os criadores são, portanto, e o serão permanentemente, autores das obras. A eles são sempre devidos créditos em qualquer utilização das obras que criaram.

No entanto, **ser autor não é a mesma coisa que ser detentor (titular, dono) dos direitos econômicos de utilização da obra protegida.** O dono dos direitos patrimoniais é o titular. Portanto, autor (quem cria) e titular (quem é dono) são coisas diferentes. O criador sempre será autor, mas nem sempre será titular, ou dono, de todos os direitos autorais sobre o que criou.

No momento da criação, os autores são, automaticamente, os titulares originais de todos os direitos sobre a criação, patrimoniais e morais. Mas os direitos patrimoniais, econômicos, podem ser transferidos para quaisquer pessoas, sejam naturais ou jurídicas, e normalmente o são, seja por contratos ou em razão do falecimento dos autores.

Aqueles que adquirem os direitos dos autores (titulares originais) são os titulares derivados, que são os contratantes, sejam, editores, produtores, etc.

Os titulares originais têm todos os direitos sobre as obras que criarem ou interpretarem. Já os titulares derivados só são 'donos' daqueles direitos que lhes foram transferidos pelos titulares originais.

É muito importante para entender a dinâmica dos direitos autorais fazer essa distinção entre autores (sempre os criadores e titulares ou donos originais e sempre pessoas físicas) e titulares (os efetivos controladores dos direitos sobre a obra, que podem ser pessoas físicas ou jurídicas).

Quais direitos são atribuídos aos criadores?

R.: Dois são os tipos de direitos atribuídos aos criadores de uma obra: **morais e patrimoniais.**

Os direitos morais do autor são direitos de cunho pessoal, inalienáveis (ou seja, não podem ser passados para outra pessoa) e imprescritíveis (ou seja, podem ser reclamados a qualquer tempo). Sua finalidade essencial é a garantia de manutenção do vínculo entre criador e criação, entre autor e obra.

Os direitos patrimoniais de autor, ao contrário dos direitos morais, são alienáveis e transferíveis, podendo ser licenciados ou cedidos, em parte ou totalmente. São os direitos centrais às atividades econômicas da indústria cultural, criativa e até tecnológica.

Esses podem ser sintetizados em **direitos de utilizar, autorizar que terceiros utilizem, explorar economicamente sua obra.** Grande parte dos usos de obras por terceiros está condicionada à autorização do autor e/ou titular – mas não todas.

Isso significa que, diante do interesse de utilização de obras de terceiros, inclusive para fins eleitorais, é essencial saber se é preciso ou não autorização do titular. Sendo necessária a autorização, é essencial obtê-la, preferivelmente por documento escrito, expresso e detalhado.



Quais os limites desses direitos?

R.: Nenhum direito, inclusive os fundamentais, é absoluto. **Os direitos autorais precisam conviver, coadunar e harmonizar com os demais direitos, como a liberdade de expressão, educação, pesquisa, acesso à cultura, conhecimento e informação, etc.** Portanto, os direitos autorais não são ilimitados, e é fundamental entendermos essas limitações.

Os limites do direito autoral são, por exemplo, temporais (ver tabela na página 14), pois os direitos patrimoniais têm duração limitada, se esvaem e acabam com o tempo. Como padrão, duram 70 anos após a morte do(s) autor(es). Depois disso, **as obras entram em domínio público, e podem ser livremente usadas**, resguardados os direitos morais de paternidade (crédito) e integridade, que, por razões culturais, perduram para além desse prazo.

Mas, mesmo durante o prazo de proteção, esses direitos encontram limites, pois precisam ser ponderados e harmonizados com outros direitos. Há, portanto, limitações e exceções aos direitos de autor – necessários para assegurar a harmonização e compatibilização com outros direitos igualmente fundamentais e, por isso, legitimamente permitidos. Nestes casos, é possível fazer uso da obra independentemente de autorização ou remuneração, mesmo no período de proteção.

A Lei de Direitos Autorais estabelece algumas limitações nos artigos 46, 47 e 48, que são interpretados extensivamente, conforme consolidado no Enunciado 115 da III Jornada Jurídica de Direito Comercial. Esses usos incluem, entre outras possibilidades, citação, paródia, sátira e humor.

Prazos de proteção e Domínio Público

O tempo de proteção das obras varia de país para país, mas para utilização no Brasil devemos levar em conta os prazos estabelecidos na nossa legislação. O tempo começa a contar diferentemente, dependendo da autoria e tipo de obra conforme a tabela a seguir.

70 anos



	AUTORIA	TITULARIDADE	INÍCIO DA CONTAGEM
	Individual	Autor ou a quem tiver cedido os direitos	1º de janeiro do ano subsequente ao falecimento do autor ou do último coautor sobrevivente
	Indivisível	Autores em conjunto ou a quem tiverem cedido os direitos	
	Anônima Pseudônima	Editor	1º de janeiro do ano posterior à publicação, ou do falecimento do autor se este vier a ser conhecido antes do advento do domínio público
	Coletiva	Organizador	
TIPO DE OBRA	Audiovisuais	Produtor	1º de janeiro do ano posterior à publicação
	Fotográficas	Autor ou a quem tiver cedido os direitos	



Dica: imprima para ter sempre à mão

DIREITOS CONEXOS



O que são?

R: Os direitos conexos são direitos semelhantes aos de autor, porém têm outro foco, **e protegem, em primeiro lugar, os artistas que interpretam e os músicos que executam e dão vida a outras obras**, que podem ser de autoria própria ou de terceiros.

Além de intérpretes e músicos executantes, personagens essenciais na comunicação ao público de algumas obras (música, audiovisual e teatro, por exemplo), **os direitos conexos protegem também os produtores fonográficos (pela gravação) e os radiodifusores (pela transmissão).**

São, portanto, direitos vizinhos aos direitos dos autores, complementando-os, mas com eles não se confundem.

O que é protegido?

R: Quatro atividades são alcançadas pelos direitos conexos.

1

A INTERPRETAÇÃO DE QUALQUER OBRA

Seja uma música, uma peça, um roteiro ou uma coreografia. Aqueles que acrescentam uma nova camada criativa são titulares desta 'realização'. Estes são os cantores, os atores, os bailarinos, os dubladores, enfim os artistas que comunicam, com a sua contribuição pessoal, as obras autorais.

2

A EXECUÇÃO DE QUALQUER MÚSICA

Os músicos executantes (e acompanhantes) são os que tornam a música perceptível sonoramente, 'tocam' as músicas, convertem a 'obra' em sons perceptíveis e inteligíveis ao público.

3

A GRAVAÇÃO DE QUAISQUER SONS

Aqui a proteção ultrapassa as pessoas físicas (autores e artistas) e de fato protege o investimento (financeiro e de *know-how*) feito na gravação, seja de músicas ou de outros sons (como vocalizações de animais e sons da natureza). O objeto aqui é a gravação em si, não a obra autoral nem sua interpretação, mas aquela gravação específica. Os titulares no caso são os produtores fonográficos (as tradicionais 'gravadoras'), os responsáveis pela realização da gravação.

4

AS RADIODIFUSÕES E TRANSMISSÕES, AO VIVO OU NÃO, DAS OBRAS E SUAS INTERPRETAÇÕES

O objeto é a transmissão em si, e seus titulares são os radiodifusores.

Quem são os titulares?

R: São titulares originais de direitos conexos, respectivamente, os artistas intérpretes, músicos executantes, produtores fonográficos e empresas de radiodifusão.

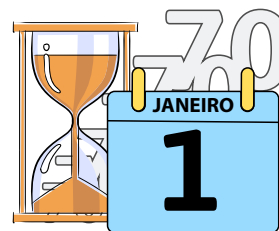
No caso dos direitos conexos sobre as gravações e radiodifusões, é possível que o titular originário seja uma pessoa jurídica (PJ), ao passo que direitos autorais são originariamente exclusivos de pessoas físicas (que podem cedê-los a PJs).

Quais direitos são atribuídos aos artistas e outros titulares?

R: No caso da pessoa física, artista intérprete ou músico executante, eles podem autorizar ou não sua gravação (fixação), transmissão (ao vivo ou da gravação) e sua utilização.

Já os produtores fonográficos têm direito exclusivo de autorizar ou não o uso de determinada gravação (das quais são titulares) para os diversos fins. As empresas de radiodifusão, por sua vez, podem controlar a retransmissão ou mesmo a captação de suas emissões.

Quanto tempo duram esses direitos?



R: O prazo de proteção aos direitos conexos é de 70 anos, contados a partir de 1º de janeiro do ano subsequente à interpretação, execução, fixação ou transmissão (ver tabela na página 14).

E os direitos de imagem e voz dos artistas das gravações protegidas por direitos conexos?

R: A imagem e voz dos intérpretes, e em certa medida dos executantes, quando vinculados à sua interpretação ou execução, fazem parte da própria atividade de interpretação e como tal são igualmente protegidos pelos direitos conexos.

E, porém, além do direito conexo, existem os direitos pessoais de imagem e voz *per se*. Contudo, quando os direitos pessoais de imagem e voz estão associados à interpretação ou execução, podemos presumir que estes estão autorizados na justa medida em que o uso das referidas interpretações ou execuções os estejam.

O direito de imagem que compõe os direitos de personalidade protege tanto a imagem em sentido figurado — a imagem abstrata que a pessoa tem de si mesma, o que é também chamado de honra — e a imagem em sentido material, ou seja, a figura física de uma pessoa. Assim como ocorre com os demais direitos, o direito de imagem não é absoluto.

O uso da imagem de alguém pode ser essencial para o exercício da liberdade de expressão. Existe entendimento de que a imagem de um político ou uma figura pública, especialmente no exercício de sua função, pode ser utilizada pela imprensa ([STJ, 4ª turma, Resp. 1.594.865, rel. min. Luiz Felipe Salomão, por unanimidade, j. 18.08.17](#)).

Em 2015, [o Supremo Tribunal Federal julgou o caso das “biografias não autorizadas” e declarou “inexigível o consentimento de pessoa biografada relativamente a obras biográficas literárias ou audiovisuais”](#), o que é um precedente relevante quanto às limitações ao direito de imagem.

RESUMO

O QUE SÃO DIREITOS CONEXOS

Semelhantes aos direitos de autor, mas com foco nos artistas que interpretam e nos músicos que executam as obras (próprias ou de terceiros)

O QUE PROTEGEM

A interpretação de qualquer obra, execução de qualquer música, gravação de quaisquer sons, radiodifusões e transmissões de obras e interpretações (ao vivo ou não)

QUEM PROTEGEM

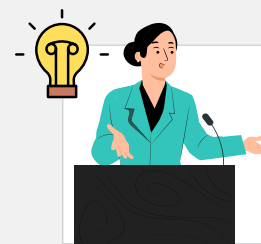
Artistas intérpretes
Músicos executantes
produtores fonográficos
Empresas de radiodifusão

QUAIS SÃO

Autorização de gravação, de transmissão ou de utilização

PRAZO DE DURAÇÃO

70 anos, contados a partir de 1º de janeiro do ano subsequente à interpretação, execução, fixação ou transmissão (veja tabela na página 14)



Voz e imagem também estão incluídos em direitos conexos. Imagens de políticos ou figuras públicas, especialmente no exercício de sua função, pode ser utilizada pela imprensa.

Dica: imprima para ter sempre à mão

ACESSIBILIDADE DAS PESSOAS COM DEFICIÊNCIA

O que é?

R: Acessibilidade é a condição de possibilidade de acesso e, no caso das obras autorais, fruição, com segurança e autonomia, a todas as pessoas, inclusive aquelas com deficiências.

O acesso de que se trata hoje vai além do acesso aos espaços físicos, pois implica no acesso a recursos e possibilidades em igualdade de condições, nos vários âmbitos da vida social, incluindo aos bens culturais, educacionais e tecnológicos, além dos mais tradicionais espaços mobiliários e equipamentos urbanos, edificações, serviços de transporte, dispositivos, sistemas e meios de comunicação e informação.

Quais os direitos das pessoas com deficiência?

R: De forma resumida, as pessoas com deficiência têm direito à isonomia no acesso a quaisquer espaços e conteúdos, materiais e imateriais, inclusive aos bens culturais, científicos e tecnológicos.

A Convenção da ONU dos Direitos das Pessoas com Deficiência prevê esta obrigatoriedade, que foi efetivada por meio do [Estatuto da Pessoa com Deficiência \(EPD – Lei n. 13.146/2015\)](#), e inclusive veda a recusa de oferta de obras intelectuais em formatos acessíveis às pessoas com deficiência, sob qualquer argumento, incluindo a alegação de proteção dos direitos de propriedade intelectual.

Assim, ao menos formalmente, o Estado brasileiro não admite a existência de obstáculos à participação e plena cidadania, inclusive participação política em todos os seus níveis, das pessoas com deficiência.

O material de campanha deve ser em formato acessível?

R: Sim.

Desde 2014 há obrigatoriedade de incluir tradução na língua brasileira de sinais (Libras) ou legenda na propaganda eleitoral gratuita e também nos debates da televisão ([Resolução 23.404/2014 do TSE](#)). Além disso, a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência ([Lei 13.146/2015](#)) torna obrigatória a acessibilidade nos sítios da internet mantidos por pessoas jurídicas com sede ou representação no país, o que inclui partidos políticos.

É importante destacar que, pela análise sistemática da legislação nacional, todos os materiais de campanha, e não somente as propagandas eleitorais gratuitas, devem estar disponíveis em formato acessível.

A Fiocruz [tem um guia para comunicação acessível em versão de cordel](#) com orientações para acessibilidade inclusive em mensagens em grupos de aplicativos de celular.

O Instituto Alana também disponibiliza o manual [“Um caminho para a comunicação acessível”](#) para inspirar outros comunicadores e instituições a adotarem os princípios da inclusão em redes sociais, sites, publicações digitais, eventos e vídeos.

Autor e Obra são as categorias conceituais essenciais sobre as quais todo o arcabouço dos direitos autorais é construído.

Os DIREITOS PATRIMONIAIS e MORAIS que lhe são atribuídos o são imediata e automaticamente com o ato de criação.

CRIAÇÃO

AUTOR

Só as pessoas físicas podem ser autores/criadores (Lei 9.610/98, art.11).

As pessoas jurídicas podem ser titulares (donos) de direitos Patrimoniais - por presunção legal e/ou por meio de contratos de licença ou cessão.

OBRA PROTEGIDA

São protegidas as expressões humanas criativas das categorias literárias, artísticas, científicas (e tecnológicas).

Para a obra ser protegida é preciso um mínimo de originalidade e input criativo - elementos de difícil precisão (Lei 9.610/98, art. 7º)

Não são protegidas ideias, conceitos, abstrações, modelos, projetos, métodos, sistemas, etc. Lei 9.610/98, art. 8º)

DIREITOS MORAIS

- Paternidade
- Comunicação/Inédito/Retirada
- Integridade/Modificação
- Acesso a exemplar raro

DIREITOS PATRIMONIAIS

- Reprodução
- Representação
- Comunicação
- Utilização em geral etc.

DOMÍNIO PÚBLICO

Os direitos autorais (e de propriedade intelectual) têm tempo de duração, tempo de validade. Após o decurso do prazo todos os direitos patrimoniais de autor sobre a obra estão extintos.

Subsistem após este prazo os direitos morais de paternidade e integridade de obra, enquanto os de acesso e retirada são estritamente vinculados à pessoa do autor e extinguem-se com o seu falecimento, e os demais têm a mesma duração dos direitos patrimoniais.

No Brasil o tempo de duração padrão é de 70 anos após a morte do autor, ou do último dos co-autores. Se obras audiovisuais, fotográficas ou coletivas, ou qualquer obra anônima ou pseudônima, o prazo é de 70 anos após a sua divulgação.

As obras sempre entram em domínio público em 1º de janeiro do ano subsequente ao do falecimento. Assim em 1º/01/21, entrarão em domínio público no Brasil todas as obras de todos os autores falecidos até 1950.

LIMITAÇÕES E EXCEÇÕES

As limitações e exceções aos direitos autorais reúnem aquelas situações em que a utilização da obra é livre: independem de autorização ou remuneração aos autores/titulares.

São fronteiras com outros direitos que devem ser harmonizados com os direitos autorais, como a educação, liberdade de expressão e criação, acesso às pessoas com deficiência, humor e sátira, etc.

No Brasil, as limitações são estabelecidas nos artigos 46, 47 e 48 da Lei 9.610/98. São decididamente exemplificativas, e há outros casos além dos previstos expressamente na legislação nos quais não seja necessária autorização ou remuneração.

Para as start-ups e empresas de tecnologia a limitação mais importante é a que estabelece a possibilidade de "data and text mining", que não está expressamente prevista na legislação brasileira, mas é fundamental para o novo cenário de relevância de dados e bancos de dados.

ARTISTAS E DIREITOS CONEXOS

Artistas e Autores são categorias diferentes para o Direito: autores criam as obras, artistas representam (interpretando, executando, etc) as obras.

São titulares de direitos conexos: artistas intérpretes (atores, cantores, dançarinos, dubladores, etc.); músicos executantes; produtores fonográficos (sobre as gravações); empresas de radiodifusão (sobre suas transmissões).

São específicos dos artistas o direito de fixar/gravar a interpretação/execução/transmissão; transmiti-la ao vivo ou não; explorar comercialmente a gravação/transmissão. Se aplicam aos artistas, no que couber, os direitos atribuídos aos autores.

O prazo de duração é de 70 anos após a interpretação/gravação/transmissão

CONTRATOS

São os meios pelos quais os direitos autorais (patrimoniais) são transferidos dos autores (titulares originais) aos intermediários (titulares derivados) e autorizados aos usuários.

Só os direitos patrimoniais são objeto de contratos, pois os direitos morais são inalienáveis e imprescritíveis. Ainda assim o exercício de certos direitos morais por terceiros (modificação, por exemplo) pode ser autorizado.

As transferências podem ser por meio de licenças (temporárias) ou cessão (permanente), pode cobrir alguns ou todos os direitos patrimoniais; pode ser sobre obras que já existem ou que venham a ser especialmente criadas.

A interpretação é sempre favorável aos autores, portanto, qualquer dúvida deve ser analisada em favor dos autores. Assim, as transferências devem ser expressas com relação às obras e direitos negociados. O conteúdo dos direitos.

VIOLAÇÕES/SANÇÕES

O uso não autorizado de uma obra protegida por direitos autorais é violação sujeita a indenização por danos morais ou patrimoniais.

No Brasil os casos judiciais revolvem em torno do uso empresarial sem autorização mas com ganhos (lucro direto ou indireto), ou, criminalmente, camelôs vendendo CDs/DVDs.

Violação de direitos morais (plágio por exemplo) também está sujeito a indenização.

As indenizações podem ser substanciais mas não tendam a ser astronômicas.

As violações ocorrem por parte de empresas do setor cultural ou não, utilizadores e outros autores.

GESTÃO COLETIVA

Surgiu da necessidade/dificuldade dos autores cobrarem pelos usos de suas obras, daí criam-se associações de gestão coletiva para fazer isso (cobrar/arrecadar) em nome dos autores e demais titulares, para a então repassar os recebidos.

No Brasil dois usos estão formalmente sujeitos à gestão coletiva: teatro (representação pública de obra dramática) e música (execução pública musical em locais de frequência coletiva).

No Teatro é feito pela SBAT (Sociedade Brasileira dos Autores Teatrais) e a da música pelo ECAD (Escritório Central de Arrecadação e Distribuição).

O ECAD é uma imposição legislativa e tem a exclusividade (com exceção dos titulares e associações) na cobrança da execução pública musical. Atualmente é formado por 7 associações, cada uma com direito a 1 voto na Assembleia Geral.

A Lei de Direitos Autorais mudou em 2013 para impor certas normas de comportamento e recriar uma instituição de supervisão do ECAD (no Ministério da Cultura).

CRIAÇÃO ORIGINAL PARA CAMPANHA ELEITORAL



Material original criado especificamente para campanhas políticas também são afetados por direitos autorais?

R: Quando alguma campanha ou candidato quer criar material próprio, autêntico, inédito, é importante ter em mente que a imensa maioria dessas criações serão protegidas por direitos autorais.

E, como visto, todos aqueles(as) que criam expressões ou materiais originais que se enquadrem dentro as categorias literária, artística ou científica, para quaisquer finalidades, inclusive campanhas eleitorais, são os autores destas obras (músicas, fotografias, textos, audiovisual, etc.) e, instantaneamente, lhes são atribuídos direitos autorais sobre as obras que criam.

Além disso, quando estas obras (músicas, roteiros, etc.) são interpretados por cantores, atores, músicos instrumentistas, etc., estes também se tornam, automaticamente, titulares dos direitos conexos. Também têm direitos conexos aqueles que fazem a gravação de uma obra musical, os produtores fonográficos.

A quem pertencem os direitos sobre material de campanha original?

R: Conforme explicado anteriormente, os autores e intérpretes são os titulares originais dos direitos autorais (morais e patrimoniais) ou conexos sobre as obras que criam ou interpretam, respectivamente.

No caso do material original criado para campanhas, os titulares originais dos direitos autorais são as pessoas que criaram as obras (os jingles, as fotos, etc).

Para que a campanha possa usar o material sem que esse uso configure violação de direitos autorais, **é importante que a campanha firme contratos com os criadores das obras**, seja para adquirir esses direitos e se tornar titular derivado, com plenos direitos; seja para obter uma permissão de uso, limitado, desses materiais.

Então, é fundamental que estejam atentos para a formalização dos contratos e condições de uso do material.

Contratação: como os direitos autorais e conexos são transferidos dos autores e intérpretes para o candidato ou campanha?

R: Os direitos patrimoniais, de utilização das obras criadas, não pertencem automaticamente a quem contratou os serviços – a exceção fica por conta do software. Isso significa que uma candidatura ou campanha que queira ser titular de uma obra precisa estabelecer um contrato por escrito com o titular, que originalmente é o autor ou intérprete.

O direito patrimonial pode ser total ou parcialmente transferido a terceiro, pessoa física ou jurídica, por meio de licença ou cessão (art. 49). De acordo com a interpretação mais convencional da LDA (art. 50), ambas devem se dar sempre por escrito. Como os contratos serão interpretados de forma restritiva (art. 4º da LDA),

é fundamental que todas as condições de transferência e utilização dos direitos de autor estejam previstas, e por escrito.

Um contrato de cessão ou licença deve explicitar, no mínimo, quais direitos e usos estão sendo transferidos e autorizados; onde e por quanto tempo poderá ser utilizado. Na sua ausência, será entendido como incluído unicamente os direitos e usos essenciais para o cumprimento da finalidade do contrato, com aplicação no território nacional, por até cinco anos.

Também há presunção de que o contrato é oneroso para a parte “adquirente”, ou seja, não é gratuito e deve ser pago (art. 50 da LDA).

Que tipos de contratos de transferência de direitos autorais podem ser celebrados?

R: Primeiro é relevante destacar que a aquisição do original de uma obra, ou de exemplar, não confere ao adquirente qualquer dos direitos do autor. Isso ocorre apenas a partir da celebração de contratos que tratem dos direitos autorais e conexos e que podem ser divididos, de modo geral, entre cessão e licença.

Nos contratos de cessão, os direitos autorais são transferidos do titular original para o titular derivado, que passam a ser os efetivos donos destes direitos.

Os contratos de cessão podem transferir todos os direitos patrimoniais sobre uma obra ou apenas parte deles (apenas os direitos de reprodução, tradução ou exibição ao público, por exemplo), com ou sem exclusividade.

No caso de campanhas políticas, que envolvem usos abrangentes e diversos das obras, é recomendado que a campanha firme um contrato de cessão total, para ter a liberdade e a segurança de usar a obra como desejar.

Nos contratos de licença, os titulares dos direitos autorais autorizam que outra pessoa faça usos determinados da obra em questão.

As licenças não implicam a transferência permanente da titularidade sobre a obra, pois costumam ser temporárias, permitindo o uso das obras apenas por determinado período. Elas são “autorizações de uso” e podem ou não ser exclusivas.

E com relação às pessoas contratadas para criar as obras?

R: **As pessoas, quando autoras, sempre deterão os direitos morais de suas obras.** Ou seja, sempre terão direito ao crédito em qualquer utilização de suas criações.

Porém, quanto à titularidade dos direitos patrimoniais de material produzido sob contrato de trabalho ou prestação de serviços, a LDA é silente sobre o assunto mas indica que a solução deve estar negociada no contrato de trabalho ou serviço.

As posições dos tribunais e doutrina não são convergentes, havendo muita variação de entendimento e multiplicidades de situações. Mas no geral, podemos dizer que pertence ao funcionário ou contratado as criações produzidas fora do escopo do contrato bem como os direitos que não estejam incluídos no contrato de trabalho ou serviço.

Pode-se fazer um contrato sobre obras que serão feitas no decorrer da minha campanha?

R: Sim, pode.

A Lei de Direitos Autorais brasileira estabelece a possibilidade de adquirir direitos sobre obras que ainda serão feitas – são as chamadas obras futuras. Deve-se levar em consideração, no entanto, que a cessão dos direitos de autor sobre obras futuras abrangerá, no máximo, o período de cinco anos (art. 51).

Uma campanha política pode, portanto, estabelecer contratualmente com seus prestadores de serviço que a titularidade sobre as

obras que eles criaram para o específico processo eleitoral pertencerão à campanha e, muito importante, que serão transferidos à PJ da campanha. Além disso, para a cessão completa e definitiva será necessário concluir um contrato de cessão definitivo, se for de interesse da campanha, após a conclusão das obras.

CRIAÇÃO ORIGINAL PARA CAMPANHA ELEITORAL

Quando alguma campanha ou candidato quer criar material próprio, autêntico, inédito, é importante ter em mente que a imensa maioria dessas criações serão protegidas por direitos autorais.

QUEM DETÉM OS DIREITOS?

Autores e intérpretes são os titulares originais dos direitos autorais (morais e patrimoniais) ou conexos sobre as obras que criam ou interpretam, respectivamente.

DIREITOS PATRIMONIAIS

Se uma candidatura ou campanha quer ser titular de uma obra precisa estabelecer um contrato por escrito com o titular, que originalmente é o autor ou intérprete.

TIPOS DE CONTRATO

Cessão: podem transferir todos os direitos patrimoniais sobre uma obra ou apenas parte (reprodução, tradução ou exibição ao público, por exemplo), com ou sem exclusividade.

Licença: os titulares dos direitos autorais autorizam que outra pessoa faça usos determinados da obra em questão, geralmente por um determinado período, com ou sem exclusividade.



USOS LEGÍTIMOS DE OBRAS ALHEIAS E PREEXISTENTES



Quais obras posso usar integralmente, sem infringir direitos autorais?

R: Não estão protegidas pelos direitos autorais (LDA, Art. 80) as ideias, planos, formulários em branco, sistemas e esquemas mentais. Criações de uso comum, como calendários, receitas, agendas ou atos oficiais, como textos de lei e decisões judiciais, não são protegidos. Todas essas obras, que não são protegidas por direitos autorais, podem ser usadas integralmente por todo mundo, inclusive por campanhas eleitorais.

Além disso, não são protegidas as obras cujo prazo de proteção expirou, pois estas já estão em domínio público, e as de autores mortos sem sucessores, mas vale ainda a obrigação de dar os créditos. Sobre o domínio público, ver tabela na página 14.

Como filmar ou fotografar em locais públicos sem infringir direitos autorais?

R: O direito de panorama é a autorização de reproduzir livremente obras situadas permanentemente em logradouros públicos, previsto no art. 48 da LDA.

Apesar de serem comumente protegidos por direitos autorais, estátuas e desenhos arquitetônicos de prédios, por exemplo, que estiveram em ruas, praças e avenidas podem ser representados – por meios audiovisuais, fotográficos e gráficos – desde que o que se esteja captando seja o conjunto público onde esteja situada a obra, e o foco não seja especificamente no objeto, na obra protegida, mas na praça, rua, morro, etc.

Isso garante a possibilidade de fazer filmagens e fotografias em logradouros públicos sem a necessidade de obter uma licença do titular de direitos autorais de cada obra que aparecer no fundo da representação.

Quando é possível usar material de terceiros para criar novo conteúdo, sem necessidade de autorização?

R: Como explicado, alguns usos podem ser feitos mesmo de obras protegidas por direitos autorais, sem necessidade de autorização. As chamadas limitações e exceções aos direitos autorais existem para harmonizar os direitos do autor com outros, igualmente fundamentais. Alguns dos usos livres estão listados na LDA (art. 46, 47 e 48), que são apenas exemplificativos, conforme consolidado na decisão paradigmática do STJ ([Recurso Especial 964.404/ES de 2011](#)) sobre o tema (Enunciado 115 da III Jornada de Direito Comercial). Por meio das limitações e exceções são assegurados os usos livres de obras protegidas em proveito da sociedade, que independem de autorização ou remuneração aos titulares.



Usos CRÍTICOS: CITAÇÃO

O direito de citação de obras artísticas e literárias é previsto na LDA (art. 46, III). Assim, é possível reproduzir passagens de quaisquer obras em quaisquer obras “para fins de estudo, crítica ou polêmi-

ca”, “na medida justificada para o fim a atingir” (nem a mais, nem a menos do que o necessário para o objetivo pretendido). Também é necessário dar crédito ao autor e à obra (“o nome do autor e a origem da obra”). Por exemplo, ao utilizar notícia de jornal em vídeo de campanha, deve-se sempre identificar a fonte.

A título ilustrativo, o Superior Tribunal de Justiça considerou lícita a reprodução de um poema da Cecília Meireles na íntegra, inclusive pelo respeito à integridade da obra e por ser necessário para o fim a se atingir ([Recurso Especial 1450302/RJ, julgado em 11/02/2020 pelo STJ](#))



Usos CRIATIVOS: TRANSFORMAÇÃO

A criação de qualquer obra artística, literária e científica envolve, em maior ou menor medida, o uso de elementos de obras preexistentes, recombinações de forma original para se tornarem algo novo.

A LDA, no seu artigo 46, VIII, permite que uma obra nova utilize pequenos trechos de quaisquer obras (ou na íntegra, se forem artes plásticas), como matéria prima para novas criações, desde que o objetivo não seja simplesmente reproduzir a obra original (ela não deve ser a parte principal da obra nova), mas criar algo novo a partir do que já existe e que o uso desta nova obra não prejudique a exploração normal da obra reproduzida (não concorra com a venda do original) nem cause prejuízos injustificados aos interesses legítimos dos titulares (quando o fundamento do uso é em razão de um outro direito fundamental, por exemplo).

Campanhas eleitorais devem se atentar para essas regras ao produzir seus materiais com base em obras já existentes. Esse reaproveitamento é autorizado pela legislação brasileira, desde que sejam respeitadas as regras mencionadas.



USOS HUMORÍSTICOS: PARÓDIA E SÁTIRA

A paródia é um exemplo clássico de uso transformativo de obras de terceiros, mas, ao contrário dos usos transformativos com finalidade simplesmente criativa, tem necessariamente fins humorísticos. **A LDA (art. 47) permite a**

criação de qualquer paródia que não seja simplesmente uma reprodução da obra originária nem implique descrédito à obra (ou ao autor). Ou seja, para que a paródia não viole direitos autorais, é importante que ela contenha uma contribuição criativa e finalidade humorística, não sendo mera reprodução da obra que a inspira – ou seja, a paródia deve ter elementos originais que a tornem suficientemente distinta da obra usada como base.

Outros elementos que informam a legalidade da paródia são a ausência de efeito desabonador da obra originária, o respeito à honra, intimidade, imagem e privacidade de terceiros.

Não é simples equilibrar o direito a usar obras existentes em paródias com essas restrições, e os tribunais brasileiros estão constantemente tentando estabelecer os efetivos contornos da legalidade de paródias para fins eleitorais.

Em 24 de agosto, os ministros da 2ª Seção do STJ, ao julgarem o REsp 1.810.440, [decidiram, por unanimidade, pela legalidade da paródia feita pela campanha do deputado Tiririca na campanha de 2018](#). Há alguns fatores que costumam ser levados em consideração na hora de avaliar a legalidade de uma paródia, tais como:

- o contributo criativo na criação da nova obra;
- a ausência de efeito desabonador da obra originária;
- o respeito à honra, intimidade, imagem e privacidade do autor e terceiros;
- e a observância do direito moral do ineditismo do autor.



Paródias eleitorais que respeitam esses fatores foram julgadas legais por tribunais brasileiros. No entanto, esse ainda é um tema sensível, e certamente polêmico. Ainda assim, não podemos esquecer que o fundamento constitucional de tal uso é a liberdade de expressão artística, direito fundamental da mais alta ordem de valores.

IMAGEM DE TERCEIROS EM CAMPANHAS

Embora o foco e objetivo deste Guia não sejam os direitos de imagem, entendemos importante indicar alguns de seus elementos, mas apenas quando ligados aos direitos autorais ou conexos. Ao usar uma fotografia de um terceiro é imperativo verificar a legalidade do uso pela perspectiva do direito à imagem e dos direitos autorais.

1) Direito à imagem (é uma figura pública? A foto foi tirada em espaço público ou que se esperasse atenção pública? Respeita a honra e privacidade da pessoa retratada?).

2) Dos direitos autorais (há autorização para o uso pelo titular? O seu uso pode ser respaldado por uma das limitações e exceções ao direito autoral para garantia de direitos?).

O direito autoral não deve ser confundido com o direito de imagem, embora muitas vezes se apresentem juntos, com relação a um mesmo objeto. Ao passo que o direito à imagem é inerente à existência da pessoa, os direitos autorais dependem de algum ato de criação.

Todos os indivíduos têm direito à sua imagem, que abarca não apenas sua aparência e mesmo a concepção subjetiva a seu respeito.

Correlato ao direito de imagem temos o direito à voz. Embora esses direitos à imagem e voz sejam universais, também não são absolutos e têm escopo diferenciado dependendo de elementos factuais, como o tipo de atividade exercido pela pessoa em questão e as finalidades da retratação – figuras públicas, como candidatos a cargos eletivos, podem ser retratadas com menos parcimônia.

Portanto, representações de figuras políticas ou de outras figuras públicas são, a princípio, autorizadas, mas sem configurar ofensas pessoais ou ataques à honra.

A autorização de usar imagens de figuras políticas se aplica inclusive para campanhas políticas, desde que se observe o respeito à honra alheia, o interesse público e não configure calúnia, injúria ou difamação. Em síntese, desde que não haja abuso no exercício no uso da imagem e voz alheias.

Sobre o aspecto dos direitos autorais, tratamos do assunto, quando pertinente, diretamente nas respostas específicas.

COMO SABER SE UM ARTISTAS LIBERA PUBLICAMENTE O USO DE SUA OBRAPARA DETERMINADOS FINS?

O que é Creative Commons?

R: As [licenças Creative Commons](#) (CC) são licenças públicas. Diferentemente do que ocorre com os contratos particulares (quando há acordo entre titular e quem deseja receber autorização por usos específicos) **nas licenças públicas os titulares de direitos autorizam qualquer pessoa a fazer uso daquela obra – nos limites e condições da licença adotada.**

Para licenciar uma obra em CC, o titular dos direitos autorais sobre ela precisa apenas indicar na própria obra qual licença ele está usando, podendo escolher a licença que prefere a partir de [duas perguntas simples no site do Creative Commons](#). Com isso, ele sinaliza para todo o público quais usos daquela obra estão autorizados e quais não. O uso de obras em CC, respeitados os limites estabelecidos pelos autores, é uma alternativa interessante de uso nas campanhas, especialmente as de baixo orçamento.

Quais licenças Creative Commons existem?

R: Todas as licenças CC obrigam a atribuição de crédito ao autor e à obra. É uma responsabilidade do usuário marcada pelo símbolo “BY” e pela ilustração de uma pessoa. As seis modalidades existentes variam quanto à autorização para usos comerciais, para obras derivadas e quanto ao licenciamento das obras derivadas.

As obras derivadas são aquelas que se utilizam claramente de elementos centrais de uma obra existente, mas ainda assim configuram uma nova criação. Por exemplo, um filme feito a partir de um romance é uma obra derivada dele. Quando uma licença contém o elemento “ND” (do inglês, non derivative), isso não é permitido. Ausente esse símbolo, a licença permite a criação de obras derivadas.

Ainda é preciso se atentar para a existência do símbolo “SA”. Isso

significa que o autor da obra derivada precisa também compartilhar publicamente a sua criação. Quando ele estiver presente, a obra derivada deve ser licenciada sob a mesma licença CC que a obra que lhe serviu de base. Por exemplo, um filme feito a partir de livro com uma licença CC-BY-NC-SA, também deverá ser licenciado em CC-BY-NC-SA.

É possível combinar os requisitos de licenciamento a partir do interesse do autor. As licenças CC são geridas por uma organização sem fins lucrativos de mesmo nome, veja.

Atribuição CC BY

É a mais flexível das licenças CC. Permite que outros distribuam, remixem, adaptem e desenvolvam seu trabalho, mesmo comercialmente, desde que creditem a você pela criação original. Recomendada para máxima divulgação e uso de materiais licenciados.

Atribuição- -Compartilhual CC BY-SA

Permite que outros remixem, adaptem e desenvolvam seu trabalho mesmo para fins comerciais, desde que creditem a você e licenciem suas novas criações sob os mesmos termos. É frequentemente comparada a licenças de software livre e de código aberto “copyleft”. Todos os novos trabalhos baseados no seu terão a mesma licença, portanto, quaisquer derivados também permitirão o uso comercial. Esta é a licença usada pela Wikipédia e é recomendada para materiais que se beneficiariam da incorporação de conteúdo da Wikipédia e projetos licenciados de forma semelhante.

Atribuição-Sem-
-Derivações
CC BY-ND

Permite que outros reutilizem o trabalho para qualquer finalidade, inclusive comercialmente; no entanto, ele não pode ser compartilhado com outros de forma adaptada, e o crédito deve ser fornecido a você.

Atribuição-Não-
-Comercial-Sem-
-Derivações
CC BY-NC-ND

Esta é a mais restritiva das nossas licenças principais, só permitindo que outros façam download dos seus trabalhos e os compartilhem desde que atribuam crédito a você, mas sem que possam alterar-los de nenhuma ou utilizar-los para fins comerciais.

Atribuição-Não-
-Comercial
CC BY-NC

Permite que outros remixem, adaptem e desenvolvam seu trabalho de forma não comercial e, embora seus novos trabalhos também devam reconhecê-lo e não serem comerciais, eles não precisam licenciar seus trabalhos derivados nos mesmos termos.

Atribuição-Não-
-Comercial-
-Compartilhual
CC BY-NC-SA

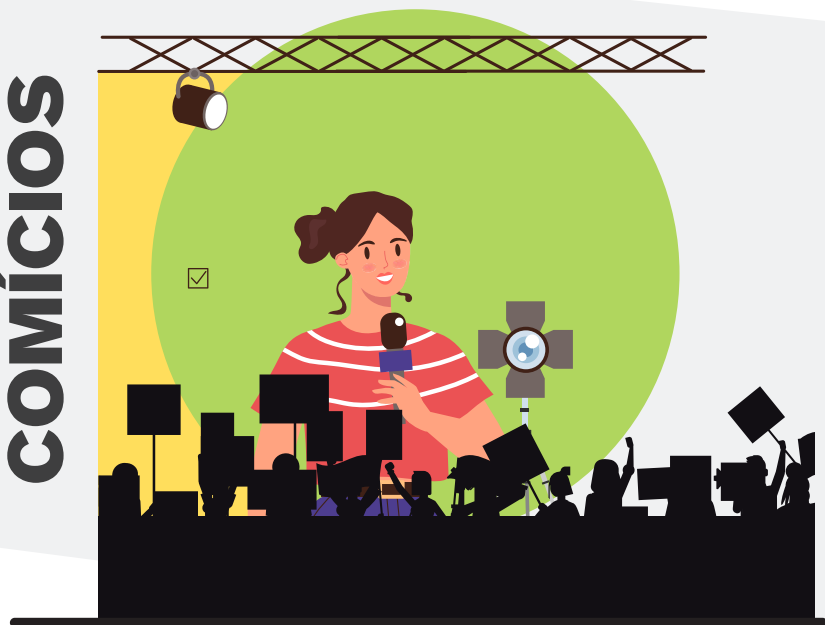
Esta licença permite que outros remixem, adaptem e desenvolvam seu trabalho de forma não comercial, desde que creditem você e licenciem suas novas criações sob os mesmos termos.

Como obras com licenca *Creative Commons* podem ser usadas em campanhas?

R: Ao usar obras licenciadas em CC, é importante sempre atentar para os termos da licença que está sendo aplicada à obra. Sempre será necessário atribuir a autoria da obra, mas a possibilidade de criar novas obras derivadas a partir dela, os termos de licença dessas novas obras, ou a possibilidade de usar para fins comerciais dependerão da licença escolhida pelo autor e aplicada à obra.

A legitimidade do uso de obras com licenças que proíbem o uso comercial (NC) em campanhas eleitorais é controversa. Ainda que campanhas eleitorais não sejam estritamente reconhecidas como atividade com finalidade comercial, o fato de haver um possível benefício, seja em prestígio seja em termos de remuneração aos eleitos, pode levar a interpretações distintas pelos titulares e, conseqüentemente, a disputas judiciais. Instituições sem fins lucrativos, como a Wikipédia, optam por não utilizar materiais licenciados em NC, por segurança extra.

COMÍCIOS



Execução Pública Musical

R: A LDA considera “execução pública a utilização de composições musicais ou lítero-musicais, mediante a participação de artistas, remunerados ou não, ou a utilização de fonogramas e obras audiovisuais, em locais de frequência coletiva, por quaisquer processos, inclusive a radiodifusão ou transmissão por qualquer modalidade, e a exibição cinematográfica” (art. 68).

A legislação nacional ainda estabelece como locais de frequência coletiva “os teatros, cinemas, salões de baile ou concertos, boates, bares e clubes ou associações de qualquer natureza, lojas, estabelecimentos comerciais e industriais, estádios, circos, feiras, restaurantes, hotéis, motéis, clínicas, hospitais, órgãos públicos da administração direta ou indireta, fundacionais e estatais, meios de transporte de passageiros terrestre, marítimo, fluvial ou aéreo, ou onde quer que se representem, executem ou transmitam obras

literárias, artísticas ou científicas”. Ou seja, há uma lista apenas exemplificativa desses locais.

Nos últimos anos, muitas questões surgiram sobre o uso de obras musicais em comícios (incluindo carreatas e afins) políticos: A campanha pode usar quaisquer músicas? Ela deve efetuar pagamentos? O autor pode impedir que um candidato use suas músicas em um comício? Associações podem não autorizar o uso? Essas são apenas algumas das questões.

É importante observar que as obras musicais são geridas por associações de gestão coletivas, que reúnem-se em um único escritório central: o Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (ECAD). O ECAD é encarregado de licenciar, arrecadar os pagamentos pela execução pública de obras musicais e de distribuir esses valores aos titulares (autores, artistas, produtores, etc.). Bares, restaurantes, rádios, cinemas, shoppings e até supermercados devem fazer pagamentos ao ECAD.

Uma vez arrecadados os pagamentos, o ECAD distribui os valores às associações de gestão coletiva, que então os repassam aos artistas que elas representam. Alguns artistas que foram mais tocados nos espaços públicos recebem mais, enquanto os que tocaram menos, recebem menos, de acordo com critérios internos (os critérios de distribuição são um problema específico que foge ao escopo deste Guia).

Em síntese, o uso de músicas (ao vivo ou não) em qualquer local de frequência coletiva (como são todos os comícios, carreatas e similares) deve ser precedido de autorização e pagamento, feitos junto ao ECAD.

ECAD: autorização e pagamento

R: O ECAD é uma entidade de direito privado sem fins lucrativos, instituído em 1973, e administrado pelas associações de gestão coletiva musical como Abramus (Associação Brasileira de Música e Artes); Amar (Associação de Músicos, Arranjadores e Regentes); Assim (Associação de Intérpretes e Músicos); Sbacem (Sociedade Brasileira de Autores, Compositores e Escritores de Música); SICAM (Sociedade Independente de Compositores e Autores Musicais);

Socinpro (Sociedade Brasileira de Administração e Proteção de Direitos Intelectuais) e UBC (União Brasileira de Compositores).

O uso de qualquer música (gravada ou ao vivo) em espaços de frequência coletiva exige que o usuário (no caso as campanhas) obtenha a autorização de uso e efetuem o pagamento. Embora a LDA estabeleça que o ECAD (e associações) deve estabelecer critérios objetivos de cobrança (Art. 98, 1º, 2º, 3º), ainda há enorme elasticidade na definição dos efetivos valores cobrados.

Os autores e titulares podem autorizar o uso público de suas obras independente do ECAD?

R: Os autores e demais titulares podem autorizar o uso diretamente (art. 98, § 15), sem a intermediação das Associações ou do ECAD, mas, pela diversidade de titulares sobre a mesma obra (uma música gravada por exemplo), isso dificilmente é possível.

O ECAD pode negar a autorização de uso de música em um comício ou carreatas?

R: Não. Esse tipo de decisão (se autorizo ou não) não cabe ao ECAD ou às Associações. No entanto, individualmente, os titulares podem recusar a autorização.



Termos de Uso e Direitos Autorais, Content ID, remuneração e 'derrubadas'

Como YouTube e redes sociais tratam o uso de obras de terceiros?

R: As plataformas digitais, que suportam a circulação e troca de conteúdo digital, têm, em geral, em seus termos de uso, disposições acerca do uso de obras alheias, incluindo o que será considerado violação de direito autoral ou não. Estas condições variam entre as plataformas. A maioria das empresas controladoras de plataformas digitais atua em múltiplos países mas têm por base a legislação dos Estados Unidos. Por isso, baseiam suas políticas internas de propriedade intelectual não na legislação brasileira (ou de cada um dos países onde atuam), mas principalmente na dos Estados Unidos. Aplicam, por exemplo, o *Digital Millenium Copyright Act*, que as isenta de responsabilidade quando terceiros infringem direitos autorais, desde que retirem conteúdo do ar a partir de simples notificação do suposto titular (*safe harbour*). Isso significa que, em

geral, as plataformas digitais costumam ser mais diligentes ante reclamações de violação de direitos autorais do que de violações aos usos livres das obras protegidas (como humor, citação, usos educacionais, etc.).

Vale lembrar, no entanto, que os termos de uso, aos quais os usuários consentem, são contratos privados. Ou seja, **a legislação brasileira de direitos autorais (e principalmente a Constituição) se aplica e se sobrepõe aos termos privados, sempre que houver conflito e quando o uso da aplicação de internet se der em território nacional, como no caso de campanhas eleitorais.**

Por exemplo, caso uma plataforma estabeleça qualquer foro no exterior para resolução de questões judiciais, vale lembrar que o Código de Defesa do Consumidor (o CDC), no seu art. 51, XVII, considera nulas quaisquer cláusulas contratuais que “condicionem ou limitem de qualquer forma o acesso aos órgãos do Poder Judiciário”. Também são consideradas nulas quaisquer cláusula de seleção de foro diferente do domicílio do consumidor (CC 41728/PR, 2ª Seção, Min. Fernando Gonçalves, DJ 18/05/2005).

Como funciona o sistema de verificação e derrubada automática de conteúdo?

R: Além de mecanismos para envio de denúncia por titulares de direitos autorais (ou quaisquer terceiros), as plataformas digitais de grande porte têm desenvolvido e operado sistemas de verificação automatizada de infração de direitos autorais.

Tais mecanismos buscam correspondências entre materiais comparilhados por usuários e bancos de dados de referências, compostos por obras protegidas fornecidas por titulares (especialmente os de grande porte). Quando uma similaridade é encontrada, algumas opções são oferecidas aos titulares. As mais comuns são bloquear (ou “derrubar”) o conteúdo e torná-lo inacessível para usuários ou, alternativamente, redirecionar a monetização para o titular da obra.

Por tratar-se de medida automatizada que busca apenas correspondências, é possível (e infelizmente comum) que o algoritmo de

uma plataforma leve à derrubada de material que faça uso lícito de obras protegidas – como os casos em que o uso seja expressamente autorizado por lei (como para crítica) ou seja de obra que está em domínio público. Nesses casos, é importante verificar a possibilidade de contestar a legitimidade da derrubada, através de mecanismos oferecidos pela própria plataforma e, se sem sucesso, pela via judicial.

Alguns produtores de conteúdo podem, por ter algum conhecimento sobre os sistemas automatizados de supostas infrações de direitos autorais, evitar usar determinado conteúdo. Este tipo de conduta, apesar de compreensível, pode significar, na prática, esvaziamento dos direitos para os usuários e limitação à liberdade de expressão.

O fato, no entanto, é que usos legítimos (limitações e exceções, domínio público, etc.) não podem ser desconsiderados sob alegação de infração aos direitos autorais. E este é um problema real que precisa ser enfrentado, talvez até legislativamente.

Meu conteúdo foi derrubado por violação de direito autoral. O que fazer?

R: Antes de mais nada, verifique o status da obra que foi usada. Se a obra não foi licenciada, mas está em domínio público ou licenciada em CC, você não precisa de autorização para usá-la. O mesmo se aplica se o uso estiver coberto pelas limitações e exceções de direito autoral (como no caso de paródia, citação ou transformação, vistos acima). Nesses casos, é importante reverter a derrubada.

Há diferentes possibilidades para contestar e reverter o bloqueio ou outras sanções decorrentes, como a perda do status de parceiro ou a desmonetização. A primeira delas é recorrer aos mecanismos internos das plataformas digitais de apuração e contestação.

No caso do YouTube, por exemplo, é possível enviar uma contestação dirigida ao titular registrado na plataforma, para que este libere ou não o conteúdo bloqueado. Talvez, porém, não seja possível resolver por meio de apelação interna às plataformas digitais.

Isso não é incomum, uma vez que essas transferem inadequadamente para os supostos titulares a avaliação da suposta infração e estes nem sempre são suficientemente criteriosos na avaliação da contestação.

Existe ainda a alternativa de pedir a retirada ou suspensão do bloqueio pela via judicial – inclusive com a possibilidade de liminar, que acelera o processo. Nesse caso, é importante considerar que os termos de uso da plataforma não podem, no caso de direitos autorais, proibir usos permitidos pela lei brasileira, sob risco de ferir o direito à liberdade de expressão ou o acesso à cultura, informação ou conhecimento.

[A empresa controladora da plataforma digital de vídeos YouTube, por exemplo, foi condenada a pagar indenização por retirar paródias do ar](#), em razão da LDA autorizar este tipo de uso.



- Informe a equipe sobre a necessidade de atentar para o uso de obras de terceiros para que todos observem os direitos autorais de terceiros,
- Crie um documento compartilhado para a equipe registrar as obras de terceiros utilizadas, o tipo de uso, se precisa ou se houve ou não autorização prévia do titular. Caso tenha havido autorização e, deve-se registrar na tabela onde pode ser encontrada a declaração por escrito. Caso a autorização não seja necessária, pois o uso é livre ou a obra está em domínio público, deve-se registrar qual(is) limitação e/ou exceção ao direito autoral que embasa este uso livre permitido ou quando a obra entrou em domínio público.
- A equipe pode organizar repositórios de obras de interesse em domínio público e com licenças públicas (há uma série de sites dedicados à oferta dessas obras) de uso como as *Creative Commons* e deve-se reforçar a política interna de campanha de observância dos direitos autorais em qualquer produção interna.

- Lembre-se que as pessoas com deficiência têm direito de participar, em igualdade de condições do debate público e da democracia. Observe as normas de acessibilidade e também as boas práticas. Pactue-as com a equipe.
- Ofereça à equipe (inclusive prestadores de serviços, agências de publicidade, etc.) um contrato para celebração de transferência de direitos autorais.
- Inclua sempre os devidos créditos das obras, mesmo as em domínio público e . Ou, pelo menos, sempre que não houver um acordo com o titular explícito em contrário.
- Celebre contratos de cessão de direitos autorais, previamente, com todos que tenham criado ou criarão obras para a campanha.
- Tenha em mente os usos legítimos de obras de terceiros sem necessidade de autorização ou pagamento e aproveite as oportunidades de comunicação com o eleitorado que essas oferecem. Citação para fins de crítica, usos transformativos criativos e paródia são usos livres.
- Em caso de notificação de violação de direitos autorais pelos titulares e/ou plataformas digitais, salve as comunicações e não retire o arquivo do sistema. Verifique a legitimidade do uso do material e, caso considere o uso legítimo, recorra internamente. Lembre-se de documentar todo o processo. Caso seja necessário, busque amparo na Justiça.
- Avalie com cautela qualquer pedido de remoção de conteúdo alheio pelo argumento de infração de direitos autorais. Lembre-se que, apesar de existir a possibilidade de desagradar a campanha momentaneamente, as limitações e exceções são essenciais para a garantia da liberdade de expressão, acesso à informação, conhecimento e cultura. Fortaleça-as.

CONCLUSÃO

Como esperamos que tenham restado claras, as questões de direitos autorais são complexas e merecem atenção especial das candidaturas e campanhas. Ainda assim, assumindo e reconhecendo a vastidão de questões e por menores e, conseqüentemente, da incompletude inerente a qualquer Guia de Direitos Autorais nas Eleições, cuja missão é alertar e minimamente apresentar alguns de seus elementos essenciais, ousamos elaborar e divulgar o material. Nesse sentido ficamos felizes em poder contribuir e, esperançosamente, iluminar algumas questões básicas e essenciais na produção de conteúdo novo, modificação ou utilização de obras que já existem.

A percepção dos impactos dos direitos autorais em nossas vidas – privadas, públicas e profissionais – é tão importante como escassa. A Lei de Direitos Autorais em vigor reflete um tempo passado, mas que ainda se impõe. São muitas as carências, não há tempo hábil, nem clima propício, para qualquer alternativa. Isso ficará para a próxima legislatura.

A campanha de agora (2022) precisa lidar com o que existe, tanto no que se refere às criações originais, genuinamente novas, como às adaptações e usos de obras preexistentes (e alheias). Os apontamentos e explicações nesse Guia são na direção de esclarecer e auxiliar todas as campanhas na utilização de recursos literários, artísticos, científicos – digitais ou analógicos.

IBDAutoral

INTERNETLÂB
pesquisa em direito e tecnologia



intervozes
coletivo brasil de
comunicação social

