

eME

eMuseu do Esporte

CARTILHA DE
**PROPRIEDADE
INTELECTUAL
E DE DIREITOS DA
PERSONALIDADE**
eMUSEU DO ESPORTE



REALIZAÇÃO

eME

eMuseu do Esporte

**INSTITUTO
Inspiração**

**GAMA**
ASSESSORIA EMPRESARIAL

APOIO



**PPGCEE**
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
CIÊNCIAS DO EXERCÍCIO E DO ESPORTE

**ime** INSTITUTO DE
MATEMÁTICA E ESTATÍSTICA

COOPERAÇÃO TÉCNICA

INPI INSTITUTO
NACIONAL DA
PROPRIEDADE
INDUSTRIAL

**PROGRAMA
PI NAS ESCOLAS**

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)**

Cartilha de propriedade intelectual e de
direitos da personalidade e Museu do Esporte
[livro eletrônico] / eMuseu do Esporte. --
Rio de Janeiro : Gama Assessoria Empresarial,
2023.

PDF

Bibliografia.

ISBN 978-65-85218-04-7

1. Direito civil - Brasil 2. Direito do autor
3. Propriedade industrial 4. Propriedade intelectual
I. eMuseu do Esporte.

23-162934

CDU-347.78

Índices para catálogo sistemático:

1. Propriedade intelectual : Direito de autor :
Direito civil 347.78

Aline Grazielle Benitez - Bibliotecária - CRB-1/3129



APRESENTAÇÃO

Essa cartilha é uma produção do eMuseu do Esporte com revisão do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), no âmbito do Programa PI nas Escolas, visando um suporte teórico para que entidades esportivas e culturais ampliem seus conhecimentos acerca da proteção de seus direitos.

O objetivo é de que, a partir do aprofundamento dos conhecimentos sobre a Propriedade Intelectual (PI), se estabeleça maior intercâmbio entre as entidades, fomento ao compartilhamento de acervos e sua divulgação para a sociedade.

Na sociedade do conhecimento, a proteção das criações do espírito humano, relacionadas às artes, ciência ou tecnologia, tornou-se estratégica para o desenvolvimento tecnológico, econômico, social, educacional e cultural das nações.

Nesse sentido, esta cartilha tem como objetivo despertar a importância da PI no avanço da preservação cultural e promover a formação de uma rede de gestores de esportes e da cultura. Isso envolve universidades, entidades públicas e privadas, museus e centros de estudos olímpicos em nível nacional. Através da disseminação das melhores práticas do eMuseu do Esporte, busca-se incentivar o desenvolvimento de uma nova cultura de inovação e tecnologia na gestão dos ativos relacionados ao tema esportivo e cultural.

Bianca Gama Pena

Gestora do eMuseu do Esporte

Lamartine DaCosta

Curador do eMuseu do Esporte



INTRODUÇÃO

Ao longo dos anos, testemunhamos a importância crescente do esporte como um meio poderoso para promover a saúde, a inclusão social e o desenvolvimento humano. No entanto, muitas vezes negligenciamos o potencial que a propriedade intelectual tem para impulsionar e sustentar esse setor tão importante.

A PI desempenha um papel vital na proteção e valorização das criações e inovações que surgem na gestão esportiva. Ela abrange direitos autorais, marcas registradas, patentes, segredos comerciais e outros aspectos legais que garantem a exclusividade e a monetização das ideias e produtos relacionados aos esportes.

Ao aplicar efetivamente a propriedade intelectual na gestão esportiva, o eMuseu poderá promover diversos benefícios: permitirá a proteção de seus próprios conteúdos e projetos, evitando a cópia não autorizada e preservando a autenticidade de suas iniciativas. Além disso, a gestão estratégica da propriedade intelectual abrirá portas para parcerias e licenciamentos, gerando novas fontes de receita e fortalecendo a sustentabilidade financeira do eMuseu.

Ao investir na gestão adequada da propriedade intelectual no contexto esportivo, o eMuseu demonstra o seu potencial de liderança e visão de futuro. Trata-se de uma oportunidade para promover a cultura da inovação e

empreendedorismo no esporte, encorajando a criação de novas soluções, produtos e serviços que impulsionem o setor como um todo.

Além disso, a gestão da propriedade intelectual desempenha um papel fundamental na proteção dos direitos dos atletas, treinadores, equipes e demais profissionais envolvidos no universo esportivo. Ao assegurar que suas criações e habilidades sejam devidamente reconhecidas e protegidas, o eMuseu contribui para um ambiente mais justo e ético, incentivando a valorização de talentos e o desenvolvimento sustentável do esporte. Com a experiência em propriedade intelectual e paixão pelo esporte, o Programa PI nas Escolas também oferece a sua contribuição para o sucesso dessa abordagem inovadora do eMuseu. Certos do sucesso do projeto representado por esta cartilha, temos convicção do bom aproveitamento deste conteúdo nos espaços esportivos e culturais.

Por fim, convidamos todos os interessados a acessarem a página eletrônica do [Programa PI nas Escolas](#).

Patricia Eleonora Trotte Caloiero

Coordenadora do Programa PI nas Escolas

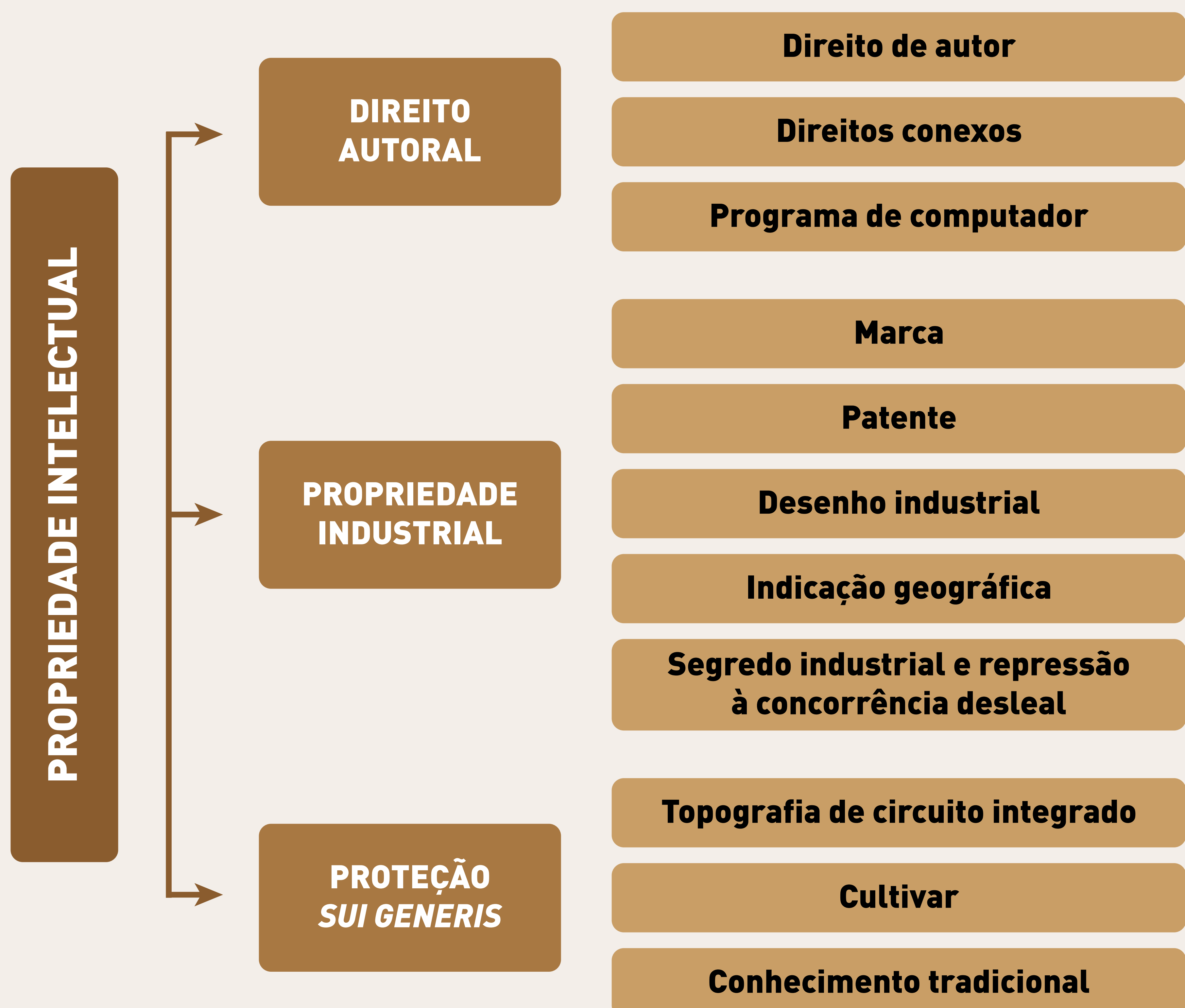
Davison Rego Menezes

Coordenador do Programa PI nas Escolas

PROPRIEDADE INTELECTUAL

Os **direitos de propriedade intelectual** se relacionam com as criações do intelecto humano e sua proteção conferida pela legislação. São os direitos de propriedade intelectual que garantem aos autores o reconhecimento pelas obras que desenvolveu, bem como a possibilidade de expor, dispor e explorar comercialmente a referida criação.

O direito de propriedade intelectual se divide em direitos autorais, direitos de propriedade industrial e proteção sui generis, conforme pode ser observado na **Figura 1**, abaixo:



O direito autoral compreende os direitos de autor que, por sua vez, abrangem obras literárias, artísticas e científicas; programas de computador; e descobertas científicas. O direito autoral trata também dos direitos conexos, que abrangem as interpretações dos artistas intérpretes e as execuções dos artistas executantes, os fonogramas e as emissões de radiodifusão.

Já a propriedade industrial abrange patentes, que protegem as invenções em todos os domínios da atividade humana; marcas; desenhos industriais; indicações geográficas; e segredos industriais, além da repressão à concorrência desleal.

A proteção sui generis, por sua vez, cuida das topografias de circuitos integrados; das cultivares; e dos conhecimentos tradicionais.

É importante considerar que a proteção da propriedade intelectual possibilita negociações ou transações comerciais dos ativos pelos seguintes meios:

- Licença: Trata-se da autorização do uso, por determinado prazo, mediante a retribuição financeira ao autor ou titular do direito, sem haver a transferência da propriedade, estabelecendo limitações de uso e de modificações, prazo de vigência da licença, entre outras cláusulas; e
- Cessão: Realiza a transferência total ou parcial da titularidade do direito de propriedade intelectual para terceiros, como no caso de contratos para desenvolvimento de software por encomenda, por exemplo.



PATENTES NO ESPORTE

Patentes e modelos de utilidade são formas de proteção concedidas a invenções e inovações técnicas. Ambas as formas de proteção permitem que os inventores tenham o direito exclusivo de explorar suas invenções por um período determinado, impedindo que terceiros copiem, usem ou vendam suas criações sem permissão. As patentes de invenção protegem produtos e processos de fabricação e seus aperfeiçoamentos; já os modelos de utilidade, objeto de uso prático que apresente nova forma ou disposição que resulte em melhoria funcional no seu uso ou em sua fabricação.

Quando aplicadas ao esporte, as patentes e modelos de utilidade podem ser utilizados para proteger uma ampla gama de inovações técnicas relacionadas a equipamentos esportivos, dispositivos, métodos de treinamento, tecnologia vestível, sistemas de análise de desempenho e muito mais. Aqui estão alguns exemplos de como essas formas de proteção podem ser utilizadas no contexto esportivo como equipamentos dispositivos e tecnologia vestível, além de novas tecnologias.

É importante ressaltar que, para obter a proteção por patente ou modelo de utilidade, a inovação deve atender aos critérios de novidade, atividade inventiva e aplicação industrial.

[Para saber mais, clique aqui.](#)

MARCAS NO ESPORTE

A marca pode ser representada por um nome, imagem, forma ou outro sinal que identifique a empresa, um produto ou serviço. O logotipo é o exemplo mais comum. A marca diferencia cada item dos seus concorrentes, permitindo que o consumidor tenha mais confiança ao comprar um produto ou serviço. Afinal, indica quem os produz. O registro do nome empresarial ou do domínio na internet não confere o registro da marca ou da propriedade industrial.

No marketing esportivo, as marcas são amplamente exploradas, o que envolve a promoção de marcas e produtos por meio de eventos esportivos, equipes, atletas ou até mesmo a criação de eventos esportivos próprios. O objetivo é aproveitar a paixão e o engajamento dos fãs pelo esporte para estabelecer uma conexão emocional entre a marca e seu público-alvo.

O marketing esportivo oferece várias oportunidades para as marcas se destacarem e se envolverem com os consumidores de forma significativa. Isso pode ser feito através de patrocínios de equipes ou atletas, anúncios em eventos esportivos, criação de conteúdo relevante relacionado ao esporte, desenvolvimento de parcerias estratégicas e até mesmo o lançamento de produtos temáticos relacionados ao esporte.

Ao associar sua marca ao esporte, as empresas buscam aproveitar os valores e a emoção que o esporte transmite, como determinação, trabalho em equipe, superação de desafios e conquistas. Essa associação pode fortalecer a identidade da marca, aumentar o reconhecimento e a visibilidade, além de criar uma ligação emocional com os consumidores.

É importante destacar que o marketing esportivo não se restringe apenas às grandes empresas. Pequenos negócios e empreendedores também podem se beneficiar dessa estratégia ao patrocinar eventos locais, apoiar equipes amadoras ou atletas em ascensão.

Em resumo, o marketing esportivo envolve o uso estratégico do esporte como plataforma para promover marcas e produtos, aproveitando a paixão dos fãs e os valores positivos associados ao esporte para estabelecer uma conexão significativa com o público-alvo.

[Para saber mais, clique aqui.](#)

DESENHOS INDUSTRIAIS NO ESPORTE

Desenhos industriais aplicados ao esporte são, geralmente, o resultado de projetos que envolvem o design de produtos e equipamentos específicos para uso esportivo. Esses desenhos são criados levando em consideração os requisitos técnicos, ergonômicos e estéticos necessários para melhorar o desempenho dos atletas e proporcionar uma experiência esportiva mais segura e eficiente.

Existem várias áreas do esporte em que os desenhos industriais desempenham papel importante. Aqui estão alguns exemplos:

Equipamentos esportivos: Os desenhos industriais são usados para criar e aprimorar equipamentos como raquetes de tênis, tacos de golfe, bolas, patins, pranchas de surfe, bicicletas, entre outros. O design desses equipamentos pode influenciar o desempenho dos atletas, oferecendo características como aerodinâmica, leveza, resistência e ergonomia.

Vestuário esportivo: O design de roupas e calçados esportivos também é uma aplicação comum dos desenhos industriais. Os designers trabalham para desenvolver tecidos técnicos, cortes e modelagens que proporcionem conforto, flexibilidade, controle de umidade e proteção ao atleta durante a prática esportiva.

Acessórios e dispositivos esportivos: Além dos equipamentos principais, os desenhos industriais também são aplicados na criação de acessórios e dispositivos utilizados no esporte. Isso inclui coletes de proteção, óculos de natação, cronômetros, monitores de frequência cardíaca, dentre outros produtos que auxiliam os atletas a melhorar seu desempenho e segurança.

[Para saber mais, clique aqui.](#)



PROGRAMAS DE COMPUTADOR NO ESPORTE

A utilização de programas de computador ou softwares no esporte, conhecida como tecnologia no esporte, tem se tornado cada vez mais comum e impactante nas diversas modalidades esportivas. Esses programas fornecem uma série de benefícios que auxiliam os atletas, treinadores e equipes a alcançarem um melhor desempenho e resultados mais consistentes. Eis algumas áreas em que os programas de computador são aplicados no esporte: análise de desempenho, simulações e modelagem, planejamento e gestão de treinamento, gerenciamento de dados e estatísticas, e treinamento cognitivo.



DIREITO À PRIVACIDADE

O direito à privacidade é um princípio fundamental no campo do direito que protege a liberdade individual e a capacidade das pessoas de controlar o acesso e a divulgação de seus dados pessoais. Embora o direito à privacidade seja reconhecido em várias jurisdições, sua aplicação pode variar dependendo do contexto e das leis específicas de cada país.

Os dados pessoais utilizados para a realização de publicações, ou seja, coletados para a transmitir informações sobre uma pessoa, devem ser estritamente utilizados para essa finalidade.

Atividades públicas de uma pessoa pública podem ser divulgadas, uma vez que a própria pessoa já supõe que essa publicação possa acontecer, diferentemente quando as informações se tratar da vida íntima da pessoa, ou seja, situações da sua vida privada, particular.

No ambiente esportivo, especialmente quando se trata de pessoas públicas, como atletas profissionais, treinadores e outros envolvidos, a expectativa de privacidade pode ser diferente em comparação com indivíduos comuns. Isso ocorre porque o status de pessoa pública geralmente envolve uma maior exposição ao público e à mídia em relação à sua vida pessoal.

No entanto, mesmo as pessoas públicas têm direito à privacidade sob certos aspectos. Embora detalhes íntimos e de natureza pessoal possam atrair mais interesse, ainda é importante equilibrar o direito à privacidade dessas pessoas com o interesse público e a liberdade de expressão. Por exemplo, detalhes relacionados à saúde, vida familiar e outras informações sensíveis podem ser considerados fora dos limites quando se trata de divulgação.

No caso de pessoas que não sejam figuras públicas, é necessário verificar se elas têm interesse em ter sua notoriedade divulgada, a fim de evitar qualquer violação de sua privacidade quando se trata do uso de suas informações. É altamente recomendado, sempre que possível, informar essas pessoas sobre o interesse em divulgar suas informações e solicitar seu consentimento por meio da assinatura de um Termo de Autorização. Alternativamente, pode-se buscar maneiras de preservar sua identidade, como utilizar tarjas pretas em documentos ou omitir nomes e outros identificadores da pessoa em questão.

É comum que os atletas profissionais firmem contratos, acordos e regulamentos que estabeleçam a sua participação em eventos esportivos. Esses acordos podem conter cláusulas específicas que permitem a divulgação limitada de informações pessoais relevantes para fins esportivos, como estatísticas de desempenho, histórico de lesões e outros dados relevantes para a competição. No entanto, isso geralmente não dá o direito de divulgar informações não relacionadas ao esporte ou invadir indevidamente a esfera pessoal do indivíduo.

Os meios de comunicação desempenham um papel importante na divulgação de informações relacionadas ao esporte e às pessoas envolvidas. É importante que eles sejam éticos em suas práticas de reportagem e respeitem a privacidade dos indivíduos, especialmente quando se trata de informações sensíveis que não são diretamente relevantes para o desempenho esportivo.

Em resumo, embora as pessoas públicas, incluindo atletas profissionais, possam ter uma expectativa reduzida de privacidade em relação a aspectos de suas vidas pessoais, ainda existe um direito à privacidade que precisa ser respeitado. A divulgação no ambiente esportivo deve ser limitada a informações relevantes para a competição e não deve violar indevidamente a privacidade das pessoas envolvidas. É importante encontrar um equilíbrio entre a liberdade de expressão, o interesse público e a proteção da privacidade individual.

DIREITO DE IMAGEM

O direito de imagem é um conceito legal que protege a utilização da imagem de uma pessoa sem o seu consentimento. Ele reconhece o direito de uma pessoa controlar como sua imagem é usada e permite que ela decida quando, onde e como sua imagem será divulgada. No contexto esportivo, o direito de imagem é especialmente relevante devido à popularidade e ao alcance dos eventos esportivos, bem como à presença frequente de atletas e personalidades do esporte na mídia.

Além dos atletas, o direito de imagem também se estende a outras personalidades esportivas, como técnicos, árbitros e comentaristas. No entanto, é importante ressaltar que o direito de imagem não é absoluto e pode haver situações em que o uso da imagem de uma pessoa seja permitido sem seu consentimento, desde que seja justificado por interesses públicos, como reportagens jornalísticas ou imagens capturadas durante eventos esportivos abertos ao público.

Os contratos entre atletas, clubes e patrocinadores costumam incluir cláusulas específicas sobre o uso da imagem. Esses contratos garantem que os atletas sejam compensados financeiramente e tenham controle sobre como sua imagem é explorada. A violação do direito de imagem pode levar a processos legais e à obrigação de indenizar o atleta pelos danos causados.

No que diz respeito à autorização para divulgação, nos casos de descrições biográficas de pessoas notórias, o termo de autorização é dispensado, uma vez que essas pessoas são consideradas públicas.

Por sua vez, para pessoas não notórias, recomenda-se cautela. Imagens amplas de um local aberto, sem foco em uma pessoa específica, se entende que tais pessoas concordaram em terem sua imagem registrada e posteriormente usada para fins associados àquele evento específico.

Já no caso de imagens mais íntimas, com foco em pessoas específicas, recomenda-se solicitar a autorização da pessoa para divulgação de tais imagens, informando para qual finalidade serão usadas.

De toda sorte, e para fins de segurança jurídica, recomenda-se que o uso da imagem, do som da voz ou do nome de qualquer pessoa, venha acompanhado da autorização de seu detentor, ou seja, a própria pessoa a ser retratada ou identificada.

Cabe ressaltar algumas exceções aonde nem sempre a autorização será necessária, uma vez que, a exemplo dos meios de comunicação, cuja principal atividade é difundir a informação, uma pessoa eventualmente retratada em uma reportagem jornalística não precisa autorizar o uso da sua imagem, já que o direito à informação não atinge os direitos de imagem daquela personalidade. Logo, a análise precisa ser casuística.

É fundamental destacar que, caso a fotografia ou o vídeo causem descrédito ou constrangimento à pessoa retratada, ela tem o direito de solicitar imediatamente a remoção daquela imagem que atenta contra sua moral e honra. Em situações extremas, é possível até buscar uma indenização por danos morais através de um processo judicial. Portanto, além de obter a autorização para o uso da imagem, é essencial considerar cuidadosamente o contexto ao qual ela será associada.

Ainda como exemplo, considere o caso em que uma fotografia retrata um grupo de pessoas identificáveis em uma cena cotidiana. Se essa fotografia for usada para fins comerciais, como divulgação de um produto (merchandising), é imprescindível obter a autorização de cada pessoa retratada. Caso contrário, estaríamos infringindo os direitos de personalidade de cada indivíduo envolvido na imagem.

Com relação à sua vigência, os direitos da personalidade, por serem considerados direitos pessoais e privativos, acabam com a morte daquela personalidade, por outro lado há alguns entendimentos que afirmam que a partir da morte a exploração da imagem, do nome ou do som da voz independeriam de autorização. O que depende também da análise do caso específico, pois há algumas restrições, assim como nos casos dos herdeiros diretos daquela pessoa falecida, especialmente pessoas de notório conhecimento. (FONTE https://www.foar.unesp.br/Home/Biblioteca/unesp_nead_manual_propriedade_intelectual.pdf)

Por fim, cabe esclarecer que a doutrina e a jurisprudência reconhecem que o direito de imagem de autoridades públicas, políticos, gestores, ou mesmo de atletas e pessoas notórias em geral, sofrem “reduções espontâneas” por serem pessoas largamente públicas e expostas na mídia, ou que tenham comumente a sua imagem já explorada. Isso significa que se pode utilizar e divulgar a imagem de autoridades, atletas e famosos, mas releva-se mesmo aqui a importância de evidenciar o propósito não comercial dessa exploração. Tais exceções não estão contempladas objetivamente em lei, mas são aceitas por farta doutrina e jurisprudência.



DIREITO DE AUTOR

É o direito que o criador de uma obra (audiovisual, literária, fotográfica, de desenho etc.) possui sobre ela. Essa pessoa possui direitos patrimoniais (exigir pagamento pelo uso) e morais (exigir que seu nome seja associado a ela).

“O campo de proteção dos direitos autorais é bem vasto, incluindo obras literárias, obras musicais, obras artísticas, inclusive digitais, mapas e desenhos técnicos, fotografias, audiovisuais e aplicativos de programas de computador. Esta legislação é aplicável a quase todos os meios de comunicação, dentre os quais publicações, difusões, produções e distribuições de filmes, sendo ainda aplicável aos programas de computador (software). Além disso, os direitos autorais protegem o conteúdo da internet e dos sites, cujo conteúdo normalmente incorpora a reunião de várias obras, agregando complexidade decorrente das camadas sobrepostas de proteção de direitos autorais. (PANTALONY, p. 45, 2017).”

Logo, o que é passível de proteção por direitos autorais, não é a mera criação intelectual do ser humano, mas sim aquela que de alguma forma tenha sido materializada e que possa ser objeto de reprodução, sob pena de não ser considerada como obra intelectual, nos casos em que não atenda a esses requisitos.

No Brasil o direito do autor é extinto no prazo de 70 anos, momento em que a obra passa a ser considerada de domínio público. No caso dos sof-

twares, porém, o prazo de proteção é de 50 (cinquenta) anos, e não de 70, como das demais obras protegidas.

O uso de obras produzidas por terceiros pode envolver a necessidade de contrato por meio do qual o autor “autoriza” seu uso para aquele fim específico. Tais contratos podem ser de cessão ou licença.

Ressalta-se que os mesmos contratos também são aplicáveis à exposição de marcas de terceiros, inclusive formato tridimensional de um objeto que identifica certa entidade, como troféus, medalhas ou objetos esportivos. E nesses casos, é recomendável que o contrato de licença compreenda o direito de exposição e ainda sua reprodução ou modificação para o caso de uma obra física ser digitalizada em 3D.

Cumpra esclarecer, entretanto, que o novo objeto 3D modelado, será caracterizado como uma nova obra, mesmo que seja réplica de um objeto físico, onde cada obra terá a sua autoria específica.

OS DIREITOS MORAIS E OS DIREITOS PATRIMONIAIS

Direito moral é justamente o que vincula o autor a sua obra, ou seja, o que liga a personalidade do autor à sua criação, sendo, portanto, um vínculo eterno. Os direitos morais são inalienáveis e irrenunciáveis, não podendo ser vendidos e nem o autor poderá dispor deles de alguma forma.

Os direitos patrimoniais (artigos 28 a 45 da LDA), por sua vez, se relacionam essencialmente com o uso econômico da obra, ou seja, o direito de usar, fruir, dispor e vender a obra. Portanto, a condição de autor não pode ser vendida, mas a obra pode e a venda da obra implica a venda também dos direitos de explorá-la comercialmente.

Logo os direitos patrimoniais, diferentemente do direito moral, podem ser objeto de cessão, transferência, venda, distribuição etc. Mas ressalte-se que ainda assim, dependem de autorização do autor da obra intelectual para a sua adaptação, edição, alteração, tradução em outro idioma, e ainda inclusão em comunicações públicas de qualquer forma. De onde se conclui que são direitos independentes, e cada um requer a sua própria autorização.

Vamos abordar o direito patrimonial no contexto esportivo, tanto para pessoas públicas quanto para pessoas não públicas.

O direito patrimonial, no âmbito do esporte, refere-se aos direitos econômicos e financeiros relacionados à imagem e ao desempenho dos atletas. Esses direitos incluem a possibilidade de explorar comercialmente sua imagem, nome, marca e habilidades esportivas.

No caso de pessoas públicas no mundo do esporte, como atletas profissionais amplamente conhecidos, é comum que eles já estejam cientes de que sua imagem e desempenho podem ser divulgados e explorados com fins comerciais. Eles muitas vezes assinam contratos com patrocinadores, participam de campanhas publicitárias e autorizam a utilização de sua imagem em produtos e serviços relacionados ao esporte. Essas atividades comerciais podem gerar receitas significativas para os atletas, contribuindo para seu patrimônio pessoal.

No entanto, mesmo no caso de pessoas públicas no esporte, é importante respeitar certos limites e obter consentimento adequado para a divulgação e exploração de sua imagem. Os atletas ainda têm direito à sua privacidade e devem ter controle sobre o uso de sua imagem em situações que vão além do escopo esperado em sua carreira esportiva.

Quanto às pessoas não públicas no ambiente esportivo, como atletas amadores ou aqueles que não têm grande notoriedade, também é fundamental respeitar seu direito patrimonial. Nesses casos, é necessário obter o consentimento explícito dessas pessoas antes de divulgar ou explorar sua imagem com fins comerciais. Isso pode envolver a assinatura de contratos de autorização ou termos de licenciamento, garantindo que a pessoa seja devidamente informada sobre a utilização de sua imagem e receba uma compensação justa, caso seja apropriado.

Em resumo, o direito patrimonial no ambiente esportivo abrange a capacidade de pessoas públicas e não públicas explorarem comercialmente sua imagem, nome e habilidades esportivas. No entanto, é fundamental respeitar os limites da privacidade e obter consentimento adequado para a divulgação e exploração desses direitos. Isso garante que os atletas possam proteger seu patrimônio pessoal e preservar sua dignidade e autonomia dentro do contexto esportivo.

A entidade responsável pela proteção de direitos autorais é a Biblioteca Nacional (<https://antigo.bn.gov.br/servicos/direitos-autorais>), órgão responsável pelo registro de obras intelectuais desde 1898, através do Escritório de Direitos Autorais, conferindo uma segurança jurídica aos autores que submetem suas obras a esse arquivo.

PRAZOS DE PROTEÇÃO DOS DIREITOS AUTORAIS

Obra	Prazo de proteção	Observações
Regra geral	70 anos contados a partir de 1º de janeiro do ano seguinte ao do falecimento do autor	A obra cairá imediatamente em domínio público após o falecimento do autor caso ele não tenha sucessores
Obras audiovisuais e fotográficas	70 anos contados a partir de 1º de janeiro do ano seguinte ao da divulgação da obra	A obra cairá imediatamente em domínio público após o falecimento do diretor ou do fotógrafo caso ele não tenha herdeiros
Obras em coautoria	70 anos contados a partir de 1º de janeiro do ano seguinte ao do falecimento do último coautor vivo	Acrescentam-se aos direitos patrimoniais dos coautores vivos os direitos do coautor falecido que não tenha herdeiros
Obras póstumas	70 anos contados a partir de 1º de janeiro do ano seguinte ao do falecimento do autor	O prazo independe da data de publicação da obra após a morte do autor
Obras anônimas ou pseudônimas	70 anos contados a partir de 1º de janeiro do ano imediatamente posterior ao da publicação da obra	O prazo cairá na regra geral caso o autor se dê por conhecido após a publicação da obra
Software	50 anos a partir de 1º de janeiro do ano seguinte ao da sua divulgação	Em caso de ausência de divulgação, conta-se o prazo a partir de 1º de janeiro do ano seguinte ao da criação do software

Sites para saber se uma obra está ou não em domínio público:

<www.dominipublico.gov.br> no Brasil ou ainda o site <<http://public-domainday.org>>, o qual lista obras internacionais que estão em domínio público.

O que não é protegido pelos direitos autorais?

Alguns exemplos

- A reprodução de notícias/artigos informativos publicados em jornais ou revistas.
- A reprodução em jornais e revistas de discursos pronunciados em reuniões públicas.
- A reprodução de obras literárias, artísticas e científicas, quando destinadas para a confecção de obras em braile, sem finalidade comercial.
- A citação de livros, jornais ou revistas para fins de estudo, crítica ou polêmica, sempre fazendo menção do autor da obra reproduzida.
- Representação livre por meio de pinturas, fotografias, desenhos, filmes ou outros meios de reprodução de obras localizadas em espaço público

Para maior entendimento, segue quadro resumo:

Protegido por direitos autorais	Não protegido por direitos autorais
Textos literários, artísticos ou científicos	Ideias
Conferências, alocuções, sermões ou similares	Métodos
Obras dramáticas e dramático-musicais	Procedimentos normativos
Coreografias e expressões corporais	Conceitos matemáticos
Composições musicais	Regras de jogos ou esportes
Obras audiovisuais ou cinematográficas	Formulários em branco
Fotografias	Textos de lei
Desenhos, pinturas, gravuras ou ilustrações	Decisões judiciais ou atos oficiais
Mapas	Calendários
Projetos de engenharia, arquitetura, topografia, paisagismo ou cenografia	Agendas
Traduções	Nomes e títulos isolados
Programas de computador*	Marcas**
Coletâneas, enciclopédias e dicionários	Patentes**
Base de dados	Design industrial**

* Regulamentados pela lei específica 9.609/1998.

** Regulamentados pela lei específica 9.279/1996.



DIREITO DE ARENA

O direito de arena é um conceito jurídico relacionado ao uso e à exploração da imagem de atletas profissionais durante eventos esportivos. Ele estabelece que a imagem do atleta, quando em atividade esportiva, possui valor comercial e que o atleta tem o direito de controlar sua exploração econômica.

Trata-se de uma espécie de direito de imagem dos jogadores e dos clubes, que é titularizado pela entidade desportiva durante o espetáculo desportivo, isto é, elas podem negociar, autorizar ou proibir a captação, fixação, emissão, transmissão, retransmissão ou reprodução de imagens de espetáculo desportivo de que participem.

Entretanto, não possuem exclusividade em relação a “flagrantes” do espetáculo desportivo para fins jornalísticos, desportivos ou educativos:

- i) A captação da imagem tenha ocorrido nos locais não reservados para os titulares do direito de arena ou que tenham sido fornecidas pelos próprios titulares para a mídia;
- ii) A duração das imagens do flagrante não exceda 3% do tempo total do espetáculo desportivo; e
- iii) A imagem não seja exibida em associação a patrocínio, propaganda ou promoção comercial.

No Brasil, o direito de arena está previsto na Lei Pelé (Lei nº 9.615/98), que regula as atividades desportivas. Segundo essa lei, a entidade de prática desportiva detentora do mando de jogo tem o direito de negociar, autorizar ou proibir a captação, a fixação, a emissão, a transmissão, a retransmissão ou a reprodução de imagens do evento esportivo. Os recursos financeiros provenientes dessas negociações são compartilhados entre os atletas participantes.

No caso específico da utilização de imagens, a legislação brasileira estabelece que a imagem de uma pessoa não pode ser utilizada sem seu consentimento, exceto nos casos em que houver interesse público ou quando a imagem estiver relacionada a eventos de interesse da coletividade. Portanto, no contexto esportivo, a captação e a transmissão de imagens de atletas durante as competições requerem autorização prévia dos envolvidos.

Entretanto, é importante destacar que, além da legislação específica, existem contratos e acordos entre as partes envolvidas, como atletas, clubes, emissoras de televisão e organizadores de eventos esportivos. Esses contratos podem estabelecer condições específicas sobre o uso das imagens e os direitos de arena, podendo diferir em alguns aspectos da legislação. Portanto, a utilização de imagens de atletas durante eventos esportivos está sujeita a uma série de regulamentações legais e contratuais, visando proteger os direitos dos atletas e garantir a devida remuneração pela exploração comercial de suas imagens.



FINALIDADE DA UTILIZAÇÃO

Algo que é amplamente considerado na análise casuística, é a finalidade da utilização daquela imagem, foto, informação, obra etc. Quando a finalidade é não lucrativa e visa um bem maior, cultural, esportivo, filantrópico, que beneficia a coletividade, sua utilização em muitos casos, é flexibilizada.

Algumas dicas para evitar problemas com direitos autorais:

- Crie seu próprio conteúdo: Ao criar seu próprio conteúdo, você automaticamente possui os direitos autorais sobre ele.
- Pesquise antes de usar conteúdo: Antes de usar qualquer conteúdo criado por terceiros, como imagens, vídeos, música ou texto, verifique se eles estão sob uma licença que permita o uso ou se você possui permissão explícita do autor. Existem várias plataformas que oferecem recursos gratuitos e licenças Creative Commons para uso legal.
- Obtenha permissão por escrito: Se você pretende usar o trabalho de outra pessoa, mesmo que seja apenas uma parte dele, é recomendável obter permissão por escrito do detentor dos direitos autorais. Isso pode evitar problemas futuros e fornecer uma evidência clara de sua autorização para uso.
- Atribua corretamente as obras: Ao utilizar conteúdo criado por outras pessoas, certifique-se de fornecer crédito apropriado ao autor original. Isso inclui mencionar o nome do autor, título da obra, ano de criação e qualquer outra informação relevante que o autor solicitar.
- Conheça as leis de direitos autorais e suas limitações.
- Utilize obras em domínio público: Obras em domínio público são aquelas cujos direitos autorais expiraram ou foram voluntariamente disponibilizados para uso público.
- Procure aconselhamento jurídico: se estiver envolvido em uma situação potencialmente problemática, é aconselhável buscar orientação jurídica especializada.

QUADRO RESUMO E SUAS HIPÓTESES

<p>UTILIZAÇÃO DE DADOS PESSOAIS</p>	<p>a) Pessoa Pública e Notória – Sem autorização (se tais dados já estiverem amplamente divulgados) b) Pessoa Sem Notoriedade – Requer autorização</p>
<p>USO DE IMAGEM</p>	<p>a) Pessoa Pública e Notória – Sem autorização b) Pessoa Sem Notoriedade – Requer autorização</p>
<p>USO DE IMAGEM DE PESSOAS EM LOCAIS ABERTOS (SEM FOCO ESPECÍFICO)</p>	<p>a) Pessoa Pública e Notória – Sem autorização b) Pessoa Sem Notoriedade – Sem autorização * Exceção: Utilização para fins comerciais</p>
<p>USO DE IMAGEM COM FOCO EM PESSOAS ESPECÍFICAS</p>	<p>a) Pessoa Pública e Notória – Sem autorização b) Pessoa Sem Notoriedade – Requer autorização * Exceção: Utilização para fins comerciais, ou nos casos de atletas que tenham sua imagem titularizada a alguma entidade esportiva</p>
<p>DIREITO DO AUTOR SOBRE OBRA, FOTOGRAFIAS, PROJETOS</p>	<p>Sempre requer autorização *Exceção: Ideias, decisões judiciais, software, notícias</p>
<p>SOFTWARE</p>	<p>Ausência da necessidade de citar a autoria de quem o desenvolveu</p>

RECOMENDAÇÕES

UTILIZAÇÃO DE FOTOGRAFIAS	<ul style="list-style-type: none">- Precisar sempre conter o nome do fotógrafo, que no caso, é o autor da obra;- Necessidade da autorização da pessoa cuja imagem está sendo veiculada na foto;- Em caso de veiculação de imagem de pessoa pública, precisa constar o nome dessa pessoa.
UTILIZAÇÃO DE ARTIGOS DE JORNAIS, REVISTAS OU QUALQUER PUBLICAÇÃO	Constar o nome do Jornal, Revista ou de onde aquela publicação foi retirada.
ACERVOS DA BIBLIOTECA NACIONAL	<ul style="list-style-type: none">- Necessária a indicação do autor da obra- Ter uma indicação de que aquele acervo foi disponibilizado pela Biblioteca Nacional.
MENÇÕES	<ul style="list-style-type: none">- Caso em algum momento seja mencionada alguma frase, expressão ou alusão a alguma pessoa pública, isso precisa ser mencionado de forma expressa.

REFERÊNCIAS

ASCENSÃO, J. O. (1997). Direito autoral. Rio de Janeiro: Renovar.

_____. (2001). Direito Intelectual, Exclusivo e Liberdade. Revista da Ordem dos Advogados, vol. III, ano 61. Lisboa. Ordem dos Advogados de Portugal.

BARBOSA, D. B. (2003). Uma introdução à propriedade intelectual. Rio de Janeiro: Lumen Juris.

BRASIL (1998). Lei Federal 9.609, de 18 de fevereiro de 1998 (lei de software). Dispõe sobre a proteção da propriedade intelectual de programa de computador, sua comercialização no País, e dá outras providências. b

BRASIL. Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. a

BRASIL (1996). Lei Federal 9.279, de 14 de maio de 1996. Dispõe sobre direitos e obrigações relativos à propriedade industrial.

BRASIL (1973). Lei Federal nº 5.988, de 14 de dezembro de 1973. Regula os direitos autorais e dá outras providências. Revogada pela Lei nº 9.610, de 1998, excetuando-se o art. 17 e seus §§ 1º e 2º.

CERQUEIRA, J. da G. (1982). Tratado da propriedade industrial. v. 1. São Paulo: Revista dos tribunais.

FERNANDEZ-NÓVOA. C. (1977). El uso obligatorio de la marca registrada. ADI, 1976. Madrid: Montecorvo.

FIGUEIREDO. N. M. A. (2007). Métodos e metodologia na pesquisa científica. 2ª ed. São Caetano do Sul. Sao Paulo. Yendis Editora.

Gestao-da-Propriedade-Intelectual_lbram_versao-digital.pdf

GIL, A.C. (2010). Como elaborar projetos de pesquisa? 5 ed. São Paulo. Atlas.

ICOM. International Council of Museums. Museum Definition. (2021). Disponível em <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/> Acesso em 01/07/2021.

INPI. (2013). A criação de uma marca: uma introdução às marcas de produtos e serviços para as pequenas e médias empresas/ Instituto Nacional da Propriedade Industrial. – Rio de Janeiro.

INPI. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. (2019). Manual de Desenhos Industriais, instituído pela Resolução INPI/PR nº 232/2019.

LARGO GIL, Rita. Las marcas colectivas y las marcas de garantía. Navarra: Editorial Aranzadi, 2006.

LENCE REIJA, C. (2004). La protección del diseño en el derecho español. Madrid: Marcial Pons, 2004.

LÉVY, P. (1996). O que é o virtual. 1. ed. São Paulo: Ed. 34.

Manual de direito autoral para museus, arquivos e bibliotecas.pdf

Manual - https://www.foar.unesp.br/Home/Biblioteca/unesp_nead_manual_propriedade_intelectual.pdf

MONTEIRO, S. D. Ciberespaço: o termo, a definição e o conceito. DataGramZero - Revista de Ciência da Informação, v.8 n.3 p.1-20, Jun/07 ARTIGO 03.

OTERO LASTRES, J. M. O. (1997). La definición del diseño industrial y los requisitos de protección in la propuesta modificada de Directiva. Actas de derecho industrial. Madrid: Marcial Pons.

OTERO LASTRES, M. (2009). Introducción a la propiedad industrial. FERNANDEZ-NÓVOA, C. et.al. Manual de la propiedad industrial. Madrid: Marcial Pons.

PANTALONY, R. E. (2017). Gestão da propriedade intelectual em museus. Brasília, DF: IBRAM.

PENA, B. & DACOSTA, L. (2020a). eMuseu do Esporte: origens e caminhos futuros. In: eMuseu do Esporte 2020. Pena, B., DaCosta, Miragaya, A. & Vilela, R. p. 4-21. 1. ed. - Rio de Janeiro, 2020. ISBN: 978-65-993425-3-0

PENA, B.; MACHADO, R.; PERALTA, P.; TELLES, S.; BRUNO, M.; DACOSTA, L. (2020b). Melhores práticas de direito de imagem e propriedade intelectual para a preservação e compartilhamento de acervos em Museus Olímpicos e de Esporte: uma proposta de pesquisa. In: eMuseu do Esporte 2020. Pena, B., DaCosta, Miragaya, A. & Vilela, R. 1. ed. Rio de Janeiro. ISBN: 978-65-993425-3-0

PENA, B. eMuseu do Esporte: um Case da Incubação Tecnológica na UERJ. (2021a). In: A Inovação em Novos Tempos, realidade e Transformações. Ritto, Antonio & Carvalho,

M. B. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna Ltda, p. 93-102. ISBN: 978-65-5842-039-2

PENA, B.; TELLES, S.C.; ELIAS, R.V.; MACHADO, R.; DACOSTA, L. P.; DE CARVALHO, M. B.; TURINI, M. (2021b). eMuseum of sports: Digital and televised media impact stemming from the virtual galleries and exhibitions. *Journal of Human Sport and Exercise*, 16 (1proc), p. 84-91. Disponível via <https://doi.org/10.14198/jhse.2021.16.Proc1.08>.

RAMELLO, G. What's in a sign? Trademark law and economic theory. *Journal of Economic Surveys*, v. 20, n. 4, p. 547-565, 2006.

SANTOS, M. J. P. dos. (2008). A proteção autoral de programas de computador. Rio de Janeiro: Lumen Juris.

SCHWEIBENZ, W (2004). The development of virtual museums. *ICOM News*, v. 57 n. 3. p. 3.

UNESCO - United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization (2003). Charter on the Preservation of Digital Heritage. Paris.

ZORICH, D. (2003). Developing Intellectual Property Policies: A How to Guide for Museums, Canadian Heritage Information Network, Governo do Canadá, Ottawa, 2003.

