

Tema: <b>PLMJ</b>			Ámbito: <b>Nacional</b>		Tiragem: <b>20303</b>
Título: <b>A liberdade quase total do YouTube e os direitos de quem lá aparece</b>			Temática: <b>Gestão/Economia/Negócios</b>		GRP: <b>2.1</b>
2007/02/12	<b>DIARIO ECONOMICO – PRINCIPAL</b>	Pág. <b>22</b>	Imagem: <b>1/1</b>	Periodicidade: <b>Diária</b>	Inv.: <b>2295.00</b>

# A liberdade quase total do YouTube e os direitos de quem lá aparece

**NEGÓCIO OU PROCESSO LEGAL?** Enquanto algumas empresas aproveitam o YouTube para expor as suas marcas, outras optam por processá-lo. Mas o 'site' não pode ser responsabilizado.

**Ana Rita Guerra**  
arguerra@economicasgps.com

Em Outubro do ano passado, o estudante de Yale Aleksey Vayner ficou mundialmente conhecido depois de o vídeo "Impossible is Nothing" ter aparecido no YouTube. A fita fora criada para complementar o currículo de Vayner, enviado para a multinacional de serviços financeiros UBS, no final de Setembro.

Porque é que foi parar ao YouTube? O vídeo mostrava o candidato a uma posição na banca de investimento no ginásio, a dançar com uma bela acompanhante e a fazer desportos radicais. Para Vayner, esta demonstração visual das suas capacidades e determinação iria garantir-lhe destaque no meio de todos os outros currículos convencionais.

Afinal, garantiu-lhe meses de chacota no YouTube, vídeos de imitação e até entrevistas em jornais e televisões. Não um emprego. Vayner luta desde então para retirar o vídeo do YouTube e de outros 'sites' que têm cópias do mesmo, até agora sem efeito. Ameaça também processar várias entidades por invasão de privacidade, tendo a UBS iniciado um inquérito para descobrir quem introduziu o vídeo no popular site de partilhas do Google.

Além de bizarra, a questão levanta dúvidas quanto à responsabilidade do YouTube, mero intermediário numa comunidade 'peer-to-peer'. A explosão deste e outros 'sites' que copiaram o seu modelo põe em causa as regras de direitos de autor, violação de privacidade e de direitos de propriedade intelectual.

O YouTube não pode, de facto ser considerado responsável, estando protegido pelo 'disclaimer' que faz parte das regras de utilização. Mas isso não impede os proprietários

dos conteúdos de reclamar sempre que os seus direitos sejam infringidos.

Foi o que fez a Viacom, no início da semana, ao pedir a retirada do YouTube de 100 mil de vídeos da sua estação MTV, depois do falhanço das negociações com o Google. E não foi a primeira: a Fox já tinha intimado o 'site' a retirar vídeos dos "The Simpsons" e da série "24" em Janeiro, incluindo episódios que ainda não tinham estreado em televisão.

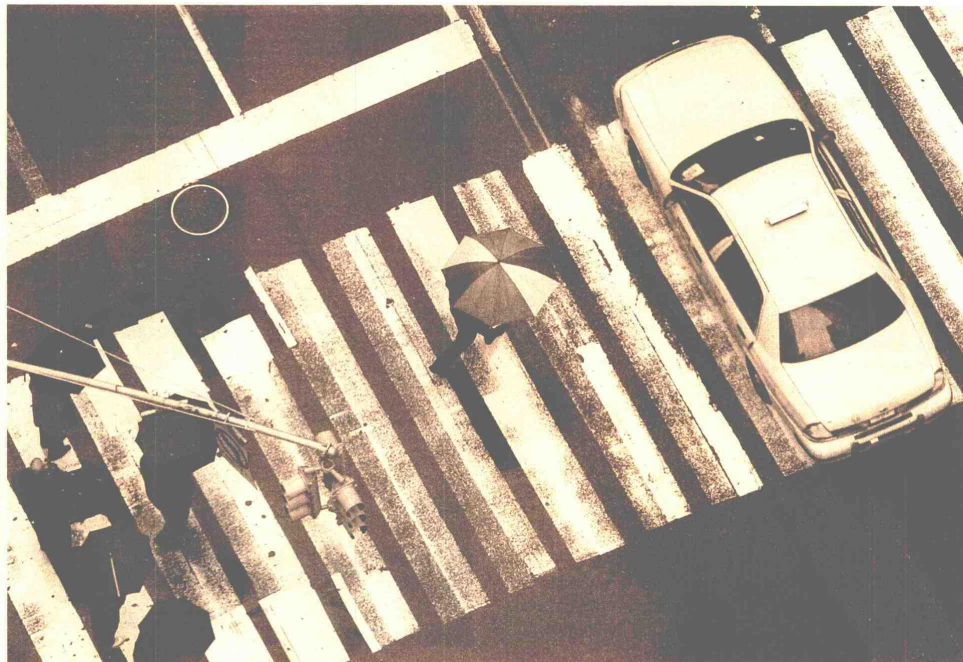
A guerra pode estar só a começar. As companhias ainda estão atordoadas com a revolução trazida pelo YouTube e o que este portal representa para o modelo de protecção de conteúdos 'online'. Enquanto umas aproveitam a enorme audiência para expor os seus produtos, outras optam pelo processo legal.

"Alguns detentores de conteúdos estão abismados pelo desafio do YouTube", afirmou ao Diário Económico Struan Robertson, advogado da firma britânica Pinstent Masons, explicando que estas empresas "querem atingir a sua audiência massiva mas também desejam uma fatia da riqueza do Google".

Na opinião do especialista, enquanto o YouTube continuar a remover conteúdos quando lhe é pedido, "estará a agir dentro da lei", não sendo obrigado a examinar os vídeos antes de os disponibilizar no portal.

Struan sublinha que "o YouTube vai mais longe que o MySpace para se proteger do litígio, dando vários avisos aos utilizadores para os desencorajar a carregar música e programas de televisão copiados".

No entanto, a eliminação do risco é impossível, adianta, sendo que o maior problema do YouTube está em conseguir que os vídeos removidos não voltem a aparecer no 'site'.



■ NOVA IORQUE é a cidade de todos os sonhos e contrastes. Num futuro próximo, pode também ser a cidade em que não se pode atravessar a rua com o iPod ligado. O 'mayor' da cidade pretende fazer aprovar uma lei que proíba as pessoas de andar na passadeira distraídas pela música alta de modo a evitar o risco de ser atropelados. Consolas de jogos portáteis e telemóveis também estão na calha, depois da morte de dois nova-iorquinos que iam distraídos e sofreram acidentes.

É que "os direitos de autor não foram feitos para este mundo digital", como reconhece o advogado Manuel Lopes Rocha, da sociedade PLMJ. O especialista em tecnologia acredita que os problemas surgidos no YouTube estão a revelar "o falhanço total da desresponsabilização do intermediário", considerando que "os 'disclaimers' são inúteis" e que é necessário criar "tribunais especializados".

Será necessário introduzir nova legislação? Manuel Lopes Rocha acredita que não há muito mais que se possa fazer. Os direitos de autor têm de ser pagos e respeitados, sendo o YouTube responsável por remover conteúdos ilegalmente carregados. ■

## Acção legal

O YouTube esteve suspenso no Brasil, por não ser possível evitar que um vídeo de Ciccarelli voltasse a ser carregado.

## Sapo Vídeos aposta nas parcerias e no "bom senso"

■ O "YouTube português" foi lançado há pouco mais de um mês e já ultrapassou todas as expectativas dos seus criadores. Um dos responsáveis pelo projecto explicou ao DE que o portal está protegido pelas condições de prestação de serviço. "Pedimos aos clientes que tenham todos os direitos associados aos vídeos", indicou fonte do Sapo, sublinhando que o bom senso se revela essencial. Por outro lado, o Sapo Vídeos criou um suporte sempre disponível para atender pedidos de retirada de conteúdos, tendo havido apenas alguns casos de reclamação.

"Só na nossa cabeça pré-formatada é que há divisão de plataformas. Para o cliente final o conteúdo é o mesmo", defendeu o responsável, dando o exemplo de várias companhias que já disponibilizam os conteúdos online para aproveitar as audiências. "Se não podes vencê-los, junta-te a eles", remata a fonte, referindo que as parcerias do Sapo Vídeos, como a SIC ou Sportinveste, têm tido enorme aceitação. Com 30 mil vídeos e 200 mil visitas diárias, o sucesso parece garantido. **A.R.G.**