

Protegendo seu conteúdo: Um guia



Conteúdo

6 Protegendo o seu conteúdo: Introdução

7 Tudo sobre direitos autorais

O que são direitos autorais? 8

Direitos do detentor dos direitos autorais 9

Como descubro o limite entre inspiração e violação? 11

O que meus direitos autorais dos EUA significam em outros países? 16

Departamentos de direitos autorais internacionais (Sites) 17

Direitos autorais e a sua conta da Shutterstock 18

19 O que você precisa saber sobre licenciamento

O que acontece com meus direitos autorais quando licencio meu conteúdo? 21

Quais permissões devo conceder à Shutterstock para licenciar meu conteúdo? 22

- Como funciona o licenciamento na Shutterstock? 23
- Quais direitos estou licenciando para o meu conteúdo através da Shutterstock? 24
- Uma comparação de utilizações permitidas entre as licenças padrão e avançada da Shutterstock 25

27 Como proteger seus direitos autorais

Como registrar seus direitos autorais 28

- Como registrar seus direitos autorais nos EUA: Visão geral 29
- Uma rápida visão geral do processo de registro de seu trabalho online 32





38	Violação de direitos autorais	
	Como posso saber se os direitos autorais do meu trabalho estão sendo violados?	39
	• Tipos comuns de violação	40
	O que fazer se alguém violar os direitos autorais do seu trabalho	42
	• O que fazer se eu encontrar uma versão da minha imagem com marca d'água em um site?	43
	• O que fazer se alguém estiver incorporando elementos do meu trabalho em seu próprio trabalho sem a minha autorização?	46
	• O que fazer se eu achar que alguém tem uma licença para a minha imagem, mas estiver utilizando-a indevidamente?	47
	Considerações quanto ao compartilhamento de conteúdo em sites de mídia social	49
	• É seguro comercializar e anunciar meu conteúdo em sites de mídia social?	50
	Como evitar a violação dos direitos de terceiros	53
55	Marcas registradas	
	O que é marca registrada?	56
	Posso enviar uma imagem contendo uma marca registrada visível à Shutterstock?	57
60	Autorizações	
	Autorizações de modelo	61
	Autorizações de propriedade	64
67	Imagens editoriais	
	O que é imagem editorial?	68
	Imagens documentais vs. Imagens ilustrativas	69
	Imagens documentais	70
	Considerações éticas para imagens documentais	71
	Imagens ilustrativas	72
	Por que preciso de credenciais?	75
	Quando as credenciais são necessárias?	76
	• Envio de credenciais junto com suas imagens	78
	Legendas e palavras-chave para conteúdo editorial	79
	Criação de uma legenda	80
	Glossário de termos importantes	81
	Recursos	82



Transforme sua criatividade em dinheiro

Você pode ter quase 1 milhão de clientes e começar a faturar imediatamente. Faça a inscrição gratuita e não perca esta oportunidade.

O ingresso na nossa comunidade criativa de fotógrafos e designers é **fácil e rápido**. Inscreva-se agora e **comece a obter rendimentos** da sua conta em apenas 24 horas. Visite o site submit.shutterstock.com hoje para **começar a** faturar com seu trabalho.

Inscreva-se agora

submit.shutterstock.com

shutterstock[®]

Visão geral rápida

1 Direitos autorais

Os direitos autorais dão ao(s) autor(es) de um trabalho criativo o direito exclusivo de exibir, reproduzir, distribuir e se beneficiar financeiramente do trabalho criado.

- Embora seja aceitável inspirar-se em uma ideia, é inaceitável copiar a expressão de uma ideia de outra pessoa.
- Os direitos autorais de um trabalho original passam a existir a partir do momento em que o trabalho é publicado em uma mídia. No entanto, o registro de direitos autorais oferece várias vantagens.
- Se você achar que seus direitos autorais estão sendo violados, tente enviar uma notificação de retirada. Um advogado poderá orientá-lo sobre as próximas etapas.

3 Autorizações

Uma autorização é um documento legal que "libera" o fotógrafo e/ou os usuários de seu conteúdo de determinadas questões legais. Os tipos mais comuns de autorizações são de modelo e de propriedade.

- Se o conteúdo representar uma pessoa identificável, você deverá obter uma autorização de modelo válida para utilizar o conteúdo comercialmente.
- Se estiver fotografando em uma propriedade privada ou fotografando uma propriedade privada distinta de um local público, certifique-se de obter uma autorização de propriedade de um representante autorizado da propriedade.

2 Marca registrada

Uma marca registrada é uma palavra, um nome, um símbolo ou um dispositivo — ou uma combinação disso — usado para distinguir e identificar a origem de certos produtos ou serviços.

- Um conteúdo com marca registrada visível pode não ser aceitável para uso comercial, pois poderia ser usado de forma a resultar em violação de marca registrada.
- Se você criar ou capturar um conteúdo com marca registrada visível, apague a marca registrada para que a imagem possa ser usada comercialmente.

4 Editorial

O conteúdo editorial não pode ser utilizado para anunciar ou promover um produto ou serviço. As pessoas, os objetos ou os locais de um conteúdo editorial não possuem autorização.

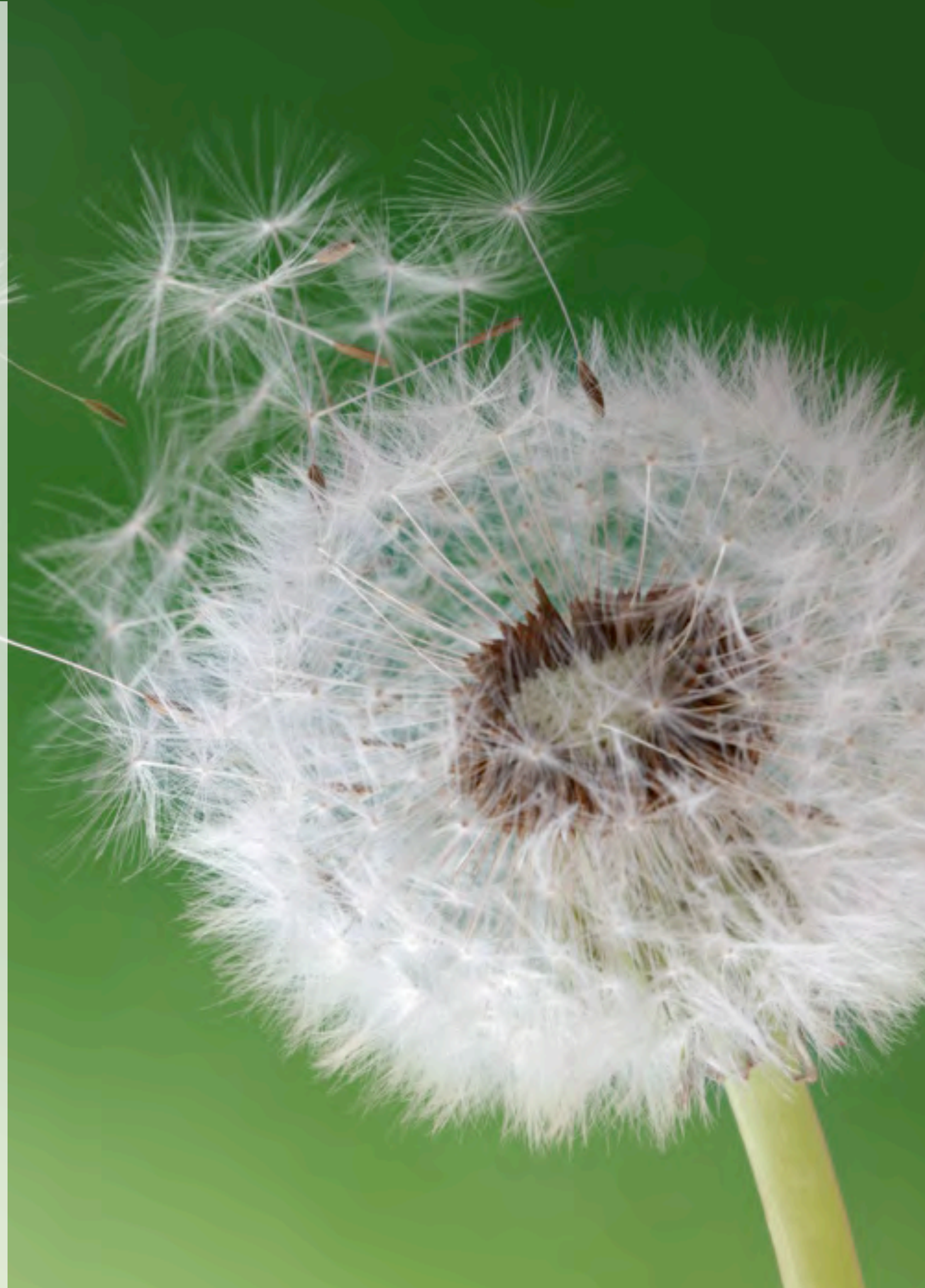
- O conteúdo editorial pode ser utilizado para ilustrar eventos atuais e que merecem destaque.
- Fotografar conteúdo editorial em eventos realizados em estabelecimentos particulares e/ou eventos pagos pode exigir credenciais, pois esses eventos podem ter restrições relacionadas à fotografia.

Como proteger seu conteúdo: Introdução

Um dos nossos principais objetivos na Shutterstock é oferecer um ambiente seguro para que você possa licenciar seu conteúdo a terceiros. A evolução do setor de imagens tem sido emocionante e dinâmica, e queremos garantir que você tenha as informações necessárias para proteger seu conteúdo de acordo com a expansão do mercado digital.

Para isso, criamos este guia para que você possa aprender mais sobre seus direitos como artista e sobre o que você pode fazer para protegê-los.

Mesmo que as informações contidas neste guia não tenham como objetivo um aconselhamento jurídico, esperamos que ele o ajude a tomar decisões fundamentadas com relação ao seu conteúdo.





Tudo sobre
direitos
autorais



O que são direitos autorais?

Direitos autorais são uma forma de proteção legal que dá ao autor de um trabalho original e criativo certos direitos exclusivos de usá-lo.

O que pode ser protegido por direitos autorais?

Qualquer trabalho original de autoria publicado em uma mídia física pode ser protegido por direitos autorais.

O que é "original"?

Para que um trabalho seja considerado original:

- 1 O trabalho deve ser criado de forma independente pelo autor; e
- 2 O trabalho deve ter algum grau de criatividade.

Não sujeito a direitos autorais

Um conceito ou uma ideia

Um evento

Um método
(como cortar, editar etc.)

Sujeito a direitos autorais

Uma expressão original
de um conceito ou uma ideia

Uma obra original,
como uma fotografia,
retratando o evento

Uma obra original, criada
utilizando o método

Direitos do detentor dos direitos autorais

Nos EUA, se você tiver direitos autorais, você terá **6 direitos exclusivos** ao seu trabalho:

	Os seus direitos	Descrição	Exemplo
1	DIREITO DE REPRODUZIR	Uma reprodução é uma cópia do trabalho original	<ul style="list-style-type: none">• Uma digitalização de um trabalho original
2	DIREITO DE CRIAR UM DERIVATIVO	Um trabalho derivativo é uma variação ou uma transformação de um trabalho já existente	<ul style="list-style-type: none">• Criar um esboço de uma pintura existente• Criar uma silhueta originada de uma fotografia
3	DIREITO DE DISTRIBUIR	O direito de distribuição de um trabalho inclui o direito de venda, transferência, aluguel ou arrendamento	<ul style="list-style-type: none">• Vender impressões ou cartazes de uma fotografia
4	DIREITO DE APRESENTAR PUBLICAMENTE	O direito de apresentar um trabalho perante um público	<ul style="list-style-type: none">• Executar uma dança coreografada perante um público em um evento pago
5	DIREITA PARA EXIBIR PUBLICAMENTE	O direito de exibir publicamente o trabalho para um público.	<ul style="list-style-type: none">• Exibir uma fotografia em um site
6	DIREITO DE APRESENTAR PUBLICAMENTE (VIA TRANSMISSÃO DE ÁUDIO DIGITAL)	O direito de realizar uma gravação de som para um público	<ul style="list-style-type: none">• Reproduzir uma música em uma serviço de rádio da Internet

Outros países podem reconhecer alguns ou todos esses direitos, ou outros direitos não contemplados pelas leis norte-americanas. Para obter mais informações, visite o site do departamento de direitos autorais apropriado.

Quem detém os direitos autorais quando ...?

Em geral, o autor de um trabalho original detém os direitos autorais do trabalho. No entanto, existem diversas situações que afetam a propriedade dos direitos autorais. Seguem alguns exemplos:

- 1 Em geral, o autor de um trabalho original detém os direitos autorais do trabalho.
- 2 Um direito autoral pode ser concedido ao herdeiro ou ao beneficiário do detentor do direito autoral.
- 3 Se um autor criar um trabalho original durante o vínculo empregatício, o empregador terá os direitos autorais do trabalho. Nessa situação, o trabalho é chamado de trabalho sob encomenda.
- 4 O detentor de um direito autoral pode conceder a propriedade do direito autoral a uma outra pessoa ou entidade.
- 5 Se o autor criar um trabalho original em conjunto com outra pessoa, ele poderá ter direitos autorais conjuntos com a outra pessoa.
- 6 Um trabalho protegido por direitos autorais poderá entrar no domínio público após um determinado período. Em geral, um trabalho entrará no domínio público 70 anos após a morte do autor.

Como descubro o limite entre inspiração e violação?

Sempre crie seu próprio trabalho original. Evite copiar elementos total ou parcialmente do trabalho de outra pessoa.

Você pode se inspirar no mundo ao seu redor — por exemplo, na mídia social, nas notícias e nas tendências culturais populares. No entanto, você deve sempre evitar se inspirar demasiadamente no trabalho de outra pessoa. Para obter mais ideias, verifique a seção "O que criar" do nosso Guia de Sucesso do Colaborador, [aqui](#). Para saber mais sobre tendências e pedidos de clientes, siga [@ShutterstockReq](#) no Twitter.

É importante ter em mente que a expressão de uma ideia, não a ideia em si, pode ser protegida por direitos autorais.

Portanto, é aceitável criar um trabalho contendo a mesma ideia ou o mesmo tema que o trabalho de outra pessoa. Por exemplo, se você descobrir que imagens com temas náuticos estão vendendo bem, é aceitável criar e enviar suas próprias imagens usando temas náuticos.

No entanto, nunca é aceitável copiar a expressão de outra pessoa da mesma ideia ou do mesmo tema. Isso significa que você nunca deve copiar elementos, partes de elementos e/ou a composição da imagem de outra pessoa e enviá-la como se ela pertencesse a você.

Não há nenhuma fórmula mágica que determine o quanto você pode se inspirar no trabalho de outra pessoa antes que a inspiração se torne uma violação dos direitos autorais. Para evitar uma possível violação, você deve criar um trabalho artístico com seus próprios elementos e composição originais.





Exemplo 1: mesmas ideias, diferentes expressões

Este é um exemplo de duas imagens com a mesma ideia: uma pessoa em vestimentas profissionais apontando para uma lâmpada. Embora as duas imagens contenham um conceito semelhante, a forma como elas expressam essa ideia é diferente o suficiente uma da outra, de forma que uma imagem provavelmente não seria considerada uma violação da outra. Por exemplo, as cores de fundo, as pessoas retratadas, a pose das pessoas retratadas e a composição geral das imagens são consideravelmente diferentes entre si.

Exemplo 2: mesmas ideias, diferentes expressões

Este é um exemplo de duas imagens vetoriais que têm a mesma ideia – rótulos com tema náutico com frases náuticas.



As duas imagens contêm uma ideia semelhante, mas as expressões são diferentes o suficiente de forma que uma provavelmente não será considerada violação da outra.

Embora os rótulos em cada imagem transmitam um tema náutico, não há dois rótulos nas duas imagens com a mesma composição (as diferenças incluem forma, tamanho e preenchimento).

Exemplo 3: elementos copiados

Este é um exemplo de duas imagens no qual uma é muito inspirada pela outra.



Embora essas duas imagens tenham uma aparência geral diferente, alguns elementos (especificamente, as corujas de cada imagem) são expressões praticamente idênticas.

É inaceitável incorporar elementos do trabalho de outra pessoa ao próprio trabalho dessa forma, sem permissão.

Exemplo 4: elementos copiados

**Este é um exemplo no qual uma imagem é usada para criar um trabalho derivativo.
Apenas o proprietário da imagem original tem o direito de criar um trabalho derivativo da
imagem original.**



Não é permitido criar um vetor ou uma ilustração usando a imagem de outra pessoa sem a autorização dela. Isso seria um derivativo não autorizado do original. O direito de criar esse tipo de trabalho pertence apenas ao detentor dos direitos autorais do trabalho original.

O que meus direitos autorais significam em outros países?

Assim sendo, você detém os direitos autorais do seu trabalho no seu país. Mas o que acontece se alguém em outro país utilizar seu trabalho sem a sua permissão?

Você poderá ficar surpreso em saber que outros países podem reconhecer os direitos autorais do seu trabalho no seu país da mesma forma que o país reconhece os direitos autorais dos cidadãos nativos, se os dois países forem signatários da [Convenção de Berna](#) (um tratado internacional). É importante estar ciente de que isso não significa que seus direitos autorais são internacionais. Nesse caso, um país signatário tratará a propriedade de seus direitos autorais da mesma forma como ele a trataria segundo suas próprias leis.

Os países signatários da Convenção de Berna devem adotar determinados procedimentos contra a violação de propriedade intelectual. O Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights ([TRIPS, Acordo Sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio](#)) estabelece essas disposições que incluem medidas cautelares, recursos civis e penalidades.

Para saber mais sobre como você pode fazer uso de seus direitos autorais em outros países, entre em contato com seu advogado.





Departamentos de direitos autorais internacionais

(sites)

Austrália
ag.gov.au

Coreia
mcst.go.kr

Brasil
cultura.gov.br

Malásia
myipo.gov.my

Canadá
cipo.ic.gc.ca

México
indautor.gob.mx

China
ncac.gov.cn

Paquistão
ipo.gov.pk

República Checa
mkcr.cz

Filipinas
ipophil.gov.ph

França
culturecommunication.gouv.fr

Romênia
orda.ro

Alemanha
bmj.de

Rússia
rupto.ru

Índia
copyright.gov.in

Tailândia
ipthailand.go.th

Indonésia
dgip.go.id

Turquia
kulturturizm.gov.tr

Itália
librari.beniculturali.it

Ucrânia
uacrr.kiev.ua

Japão
bunka.go.jp

Reino Unido
ipo.gov.uk

Para obter uma lista abrangente de departamentos de
direitos autorais internacionais, consulte
wipo.int/directory/en/urls.jsp



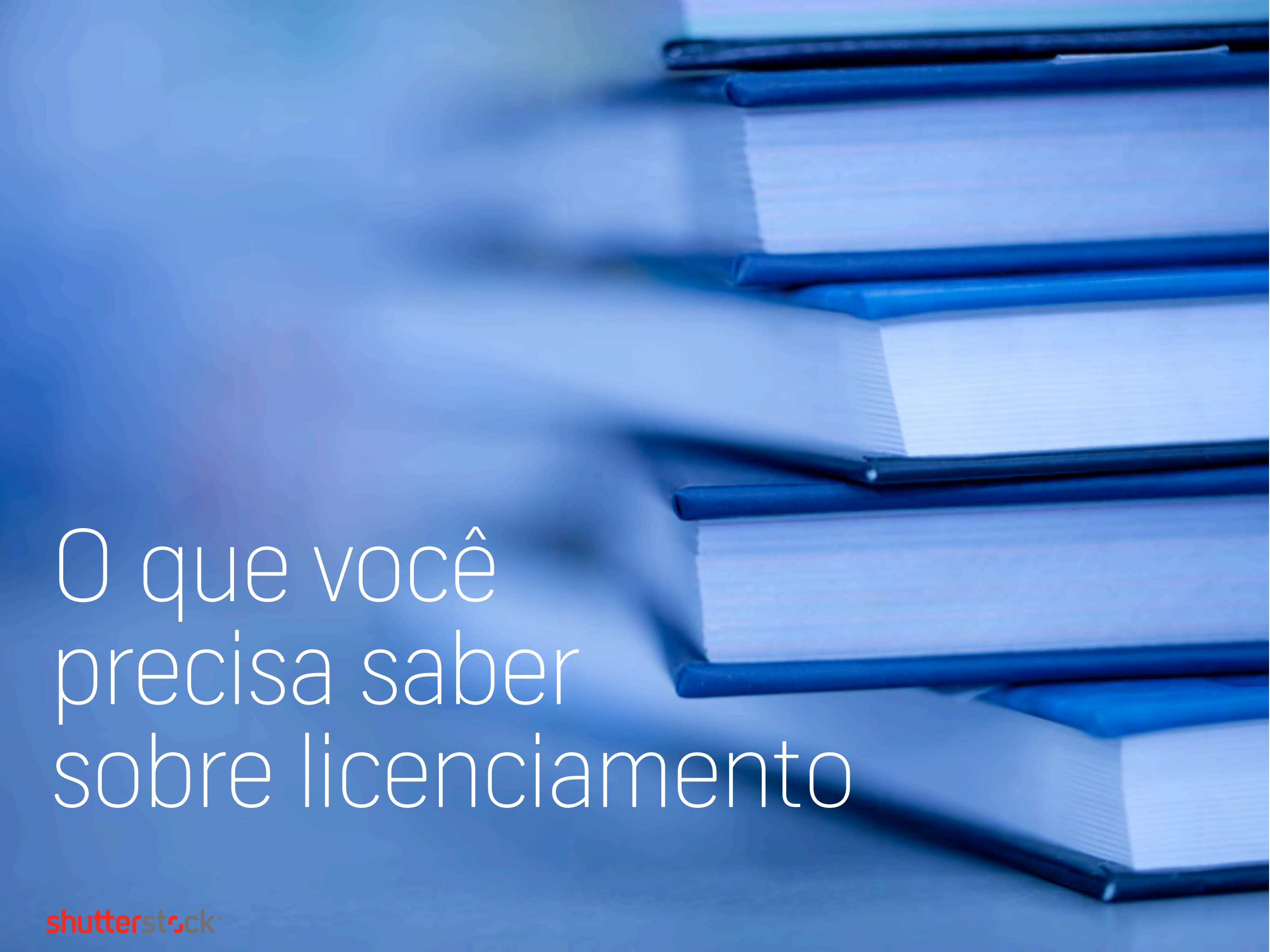
Direitos autorais e a sua conta da Shutterstock

Como um colaborador da Shutterstock, você deve deter ou controlar os direitos autorais de todo o conteúdo que enviar para a Shutterstock.

Para manter sua propriedade de direitos autorais em ordem, aqui estão alguns regulamentos a serem seguidos referentes à sua conta da Shutterstock:

- Não compartilhe contas. Se desejar compartilhar uma conta com um cônjuge ou um familiar, ou abrir uma conta empresarial, entre em contacto conosco pelo e-mail submit@shutterstock.com.
- Não abra uma conta no nome de outra pessoa para evitar os requisitos de identificação da Shutterstock.
- Não compartilhe seu conteúdo com outro usuário cadastrado.

Se você estiver em dúvida sobre como configurar sua conta da Shutterstock ou sobre o tipo de conteúdo que pode enviar à Shutterstock, entre em contato conosco pelo e-mail submit@shutterstock.com. Nós poderemos lhe ajudar com a sua conta e evitar possíveis problemas futuros.



O que você
precisa saber
sobre licenciamento




O que é licença?

Uma licença é um acordo no qual o detentor dos direitos autorais de um trabalho concorda em permitir que uma outra parte utilize o trabalho para determinados fins. Uma licença não transfere os direitos autorais, mas fornece ao licenciado permissão para utilizar o conteúdo de maneiras específicas. Através de uma licença, um detentor de direitos autorais pode oferecer a um licenciado permissão para utilizar todos ou alguns direitos exclusivos do [detentor dos direitos autorais](#). O detentor dos direitos autorais pode licenciar conteúdo para o licenciado mediante o pagamento de uma taxa ou gratuitamente.

Por exemplo, se uma empresa quiser usar uma imagem em um anúncio, ela poderá obter uma licença junto ao detentor dos direitos autorais da imagem, o que lhe permitirá utilizar a imagem no anúncio.

Embora o detentor dos direitos autorais esteja permitindo que a empresa utilize a imagem, ele ainda é detentor dos direitos autorais do trabalho. O detentor dos direitos autorais poderia dar permissão para a empresa utilizar a imagem com ou sem o pagamento de uma taxa.



O que acontece com meus direitos autorais quando licencio meu conteúdo?

Se estiver utilizando um licenciante de mídia (agência, site de acervo etc.) para licenciar seu conteúdo aos clientes, duas situações devem ocorrer:

Você deve fornecer ao licenciante de mídia permissão para licenciar seu conteúdo a terceiros.

1 O licenciante obtém sua permissão através de um contrato entre você e ele, por exemplo, os Termos de Serviço do Usuário da Shutterstock.

Através desse acordo, você dá permissão ao licenciante para licenciar seu conteúdo a terceiros, até a extensão permitida pelo contrato.

Dessa forma, o licenciante licencia seu conteúdo aos clientes de acordo com uma licença que controla os direitos do cliente para usar seu conteúdo.

2 As agências e outros sites podem ter exemplos de licenças disponíveis publicamente para visualização. Essas licenças podem lhe dar uma ideia de como seu conteúdo poderá ser utilizado pelo cliente.

É importante lembrar que o licenciamento do seu conteúdo não significa que você está transferindo seus direitos autorais para terceiros. Nesse caso, o licenciamento permite que você mantenha a propriedade dos direitos autorais e, ao mesmo tempo, permite que outras pessoas usem seu conteúdo.



Quais permissões devo conceder à Shutterstock para licenciar meu conteúdo?

Os Termos de Serviço do Emissor da Shutterstock descreve o seu acordo com a Shutterstock para ela licenciar conteúdo em seu nome.

Se ainda não tiver feito isso, certifique-se de ler os Termos de Serviço do Emissor, disponíveis em <http://submit.shutterstock.com/tostos.mhtml>, para compreender os direitos e as obrigações que regem seu relacionamento com a Shutterstock.

Estes são alguns pontos importantes sobre o conteúdo que você enviar à Shutterstock:

- Você mantém a propriedade de todos os direitos autorais ao conteúdo que enviar à Shutterstock.
- Você permite que a Shutterstock reproduza, prepare trabalhos derivativos incorporados, exiba publicamente, comercialize, sublicencie e venda qualquer Conteúdo Enviado carregado por você e aceito pela Shutterstock. A Shutterstock usa esses direitos para exibir, comercializar e licenciar seu conteúdo para os clientes através do site da Shutterstock.
- Você não precisa licenciar suas imagens exclusivamente através da Shutterstock. Isso significa que você também pode carregar seu conteúdo para outras agências de arquivo ou sites para realizar o licenciamento.
- Você permite que a Shutterstock anuncie e/ou comercialize seu conteúdo em plataformas de mídia social.
- A Shutterstock lhe pagará royalty por cada download exclusivo do seu conteúdo realizado por um cliente.

Como funciona o licenciamento na Shutterstock?

1

O colaborador envia o conteúdo à Shutterstock

2

A Shutterstock licencia o conteúdo do colaborador para os clientes

3

O colaborador recebe royalties dos pagamentos dos clientes pelas licenças para utilizar seu conteúdo

4

Os royalties do colaborador aumentam quando o colaborador atinge determinados níveis de ganhos

Quais direitos estou licenciando através da Shutterstock?

A Shutterstock licencia seu conteúdo para os clientes sob uma licença padrão, avançada ou outra licença personalizada (por exemplo, licença Premier).

As 2 diferenças principais entre a licença padrão e a avançada são:

- 1 A licença padrão limita a distribuição total a um pouco menos de 250.000 reproduções (ou a um público total de menos de 250.000 pessoas)
- 2 A licença avançada permite a utilização de seu conteúdo em mercadorias para revenda.

Por exemplo, se um cliente quiser reproduzir ou usar uma imagem para marketing opt-in e em cartões de visita, ele só poderá reproduzir ou usar a imagem 250.000 vezes na licença padrão.

Na licença padrão, o cliente pode usar uma imagem 125.000 vezes em marketing opt-in e 125.000 vezes para cartões de visita (ou qualquer outra variação desde que as utilizações combinadas não excedam 250.000 reproduções e/ou utilizações totais).

No entanto, para reproduzir ou usar uma imagem mais de 250.000 vezes, ou para usar o conteúdo em mercadorias para revenda, o cliente precisará de uma licença avançada.

Estas são algumas das principais diferenças entre as licenças [padrão](#) e [avançada](#) da Shutterstock.

Observe que este gráfico não substitui a leitura das licenças em sua totalidade.

Uso permitido	Padrão	Avançada	Observações
Sites	SIM	SIM	
Em mídia impressa, mídia digital, embalagem de produtos e software, incluindo revistas, jornais, livros (incluindo livros impressos sob demanda), e-books, propaganda colateral, papel timbrado, cartões de visita, rótulos de produto, arte da capa de CD e DVD, aplicativos (incluindo "apps" para dispositivos móveis) e marketing opt-in por e-mail	SIM*	SIM	*Padrão: a imagem não pode ser reproduzida mais de 250.000 vezes nem pode ser prontamente retirada dessa mídia digital ou do software Avançada: não há limite para o número de reproduções, não pode ser prontamente retirada dessa mídia digital ou do software
Incorporadas a filmes, vídeos, apresentações multimídia ou propaganda para transmissão, apresentação pública, streaming	SIM*	SIM	*Padrão: público-alvo menor que 250.000 pessoas Avançada: nenhuma limitação para o tamanho do público-alvo.
Incorporadas a material impresso ou digital destinado à exibição pública, incluindo materiais de estandes de feiras ou pontos de venda	SIM*	SIM	*Padrão: a fabricação/duplicação não pode exceder a soma de 250.000 cópias; não inclui publicidade externa Avançada: nenhuma limitação para fabricação/duplicação; permite publicidade externa
Para fins decorativos unicamente para uso pessoal, não comercial, não para revenda, download ou distribuição ou qualquer outro uso comercial	SIM	SIM	
Integradas a mercadorias para revenda ou distribuição, incluindo, sem se limitar, a computadores, periféricos de computador, roupas, trabalhos artísticos, ímãs, cartazes e cartões online e impressos	NÃO	SIM	

Estas são algumas das principais restrições de licença nas licenças [padrão](#) e [avançada](#) da Shutterstock.

Observe que este gráfico não substitui a leitura das licenças em sua totalidade.

Usos proibidos por as duas licenças	Uso permitido?
Disponibilizar imagens em um sistema de gerenciamento de ativos digitais, unidade compartilhada ou similares, com a finalidade de compartilhar ou transferir essas imagens	NÃO
Revender, redistribuir, fornecer acesso, compartilhar ou transferir qualquer imagem, exceto se especificamente disposto por licença sob a qual o download da imagem foi realizado	NÃO
Exibir publicamente uma imagem: (a) como um arquivo independente em qualquer formato digital na internet; ou (b) em qualquer formato digital sem imposição de restrições técnicas ou, por escrito, com a intenção de evitar que tais imagens sejam utilizadas por terceiros	NÃO
Usar ou exibir qualquer imagem em sites ou associada a qualquer serviço projetado para vender ou induzir vendas de produtos de impressão sob demanda de qualquer tipo personalizados pelo usuário, usando ou incorporando imagens, incluindo, por exemplo, sem se limitar a, cartões postais, canecas, camisetas, cartazes, impressões giclée, papeis de parede, trabalhos artístico e outros itens	NÃO
Usar uma imagem junto com conteúdo pornográfico, difamatório ou de outra forma ilegal ou imoral, ou de modo que infrinja quaisquer marcas registradas ou propriedade intelectual de terceiros	NÃO
Usar uma imagem representando qualquer pessoa retratada de forma a ser considerada ofensiva - isso inclui, mas não se limita a, uso de imagens: a) em pornografia, "vídeos adultos" ou similares; (b) em anúncios de produtos de tabaco; (c) em anúncios ou materiais promocionais para casas de entretenimento adulto ou estabelecimentos similares, ou para serviços de acompanhantes, namoro ou similares; (d) associada a aprovações políticas; (e) em materiais de publicidade ou promocionais para a indústria de serviços ou produtos farmacêuticos ou de planos de saúde, herbáceos ou medicinais, incluindo, mas não se limitando a, suplementos nutricionais, coadjuvantes da digestão, suplementos herbáceos, higiene pessoal ou produtos anticoncepcionais; e (f) usos difamatórios ou que contenham, de outra forma, conteúdo ilegal, ofensivo ou imoral. Usar uma imagem semelhante a uma pessoa se tal uso implicar que o modelo está realizando qualquer atividade imoral ou ilegal ou sofre de doença, mal ou fraqueza mental ou física.	NÃO
Usar qualquer imagem em uma plataforma de mídia social ou qualquer outro site de terceiros que declare a aquisição dos direitos na imagem	NÃO
Usar qualquer imagem (total ou parcialmente) como marca registrada, marca de serviço, logotipo ou outra indicação de origem	NÃO



Protegendo
seu direitos
autorais

Registrando seu direitos autorais

Nos EUA, a proteção dos direitos autorais existe para um trabalho original quando ele é criado de forma determinada. Você não precisa registrar os direitos autorais do seu trabalho para obter proteção dos direitos autorais, mas o registro dos direitos autorais oferece algumas vantagens.

Algumas dessas vantagens incluem:

- Para trabalhos nos EUA, é necessário fazer o registro para que um processo de violação de direitos autorais seja arquivado no tribunal.
- O registro cria um registro público dos seus direitos autorais. Isso pode ser útil por uma série de motivos. Um exemplo é que ele pode ajudá-lo a provar que você detém os direitos autorais de um trabalho caso haja litígio sobre ele. O registro dos direitos autorais também pode ser útil para evitar que seu trabalho seja considerado uma obra órfã.
- O registro dos direitos autorais pode ajudar a estabelecer provas nos tribunais relativas à validade dos seus direitos autorais.
- Danos estatutários e honorários advocatícios podem estar disponíveis ao detentor dos direitos autorais em uma ação judicial (ao contrário de apenas uma adjudicação por danos e lucros reais).



Como registrar seus direitos autorais nos EUA Visão geral

- 1 Apresente um pedido de registro de direitos autorais no Departamento de Direitos Autorais**
 - Por correio (<http://www.copyright.gov/forms/formva.pdf>); ou
 - Pelo sistema de registro online do Departamento de Direitos Autorais, eCO (<https://eco.copyright.gov>).
- 2 Pague a taxa de registro não reembolsável**
 - Para registros por correio, a taxa é US\$ 65.
 - Para registros pelo eCO, a taxa é US\$ 35.
- 3 Faça o(s) depósito(s) (uma cópia do(s) trabalho(s) a ser(em) registrado(s)).**
 - Para registros por correio, você deverá enviar uma cópia impressa dos trabalhos para o Departamento de Direitos Autorais.
 - Para registros pelo eCO, você deve fazer upload dos trabalhos através do sistema eCO (ou enviar uma cópia impressa do trabalho pelo correio, se necessário).



Economize tempo e dinheiro: registro de vários trabalhos eletronicamente

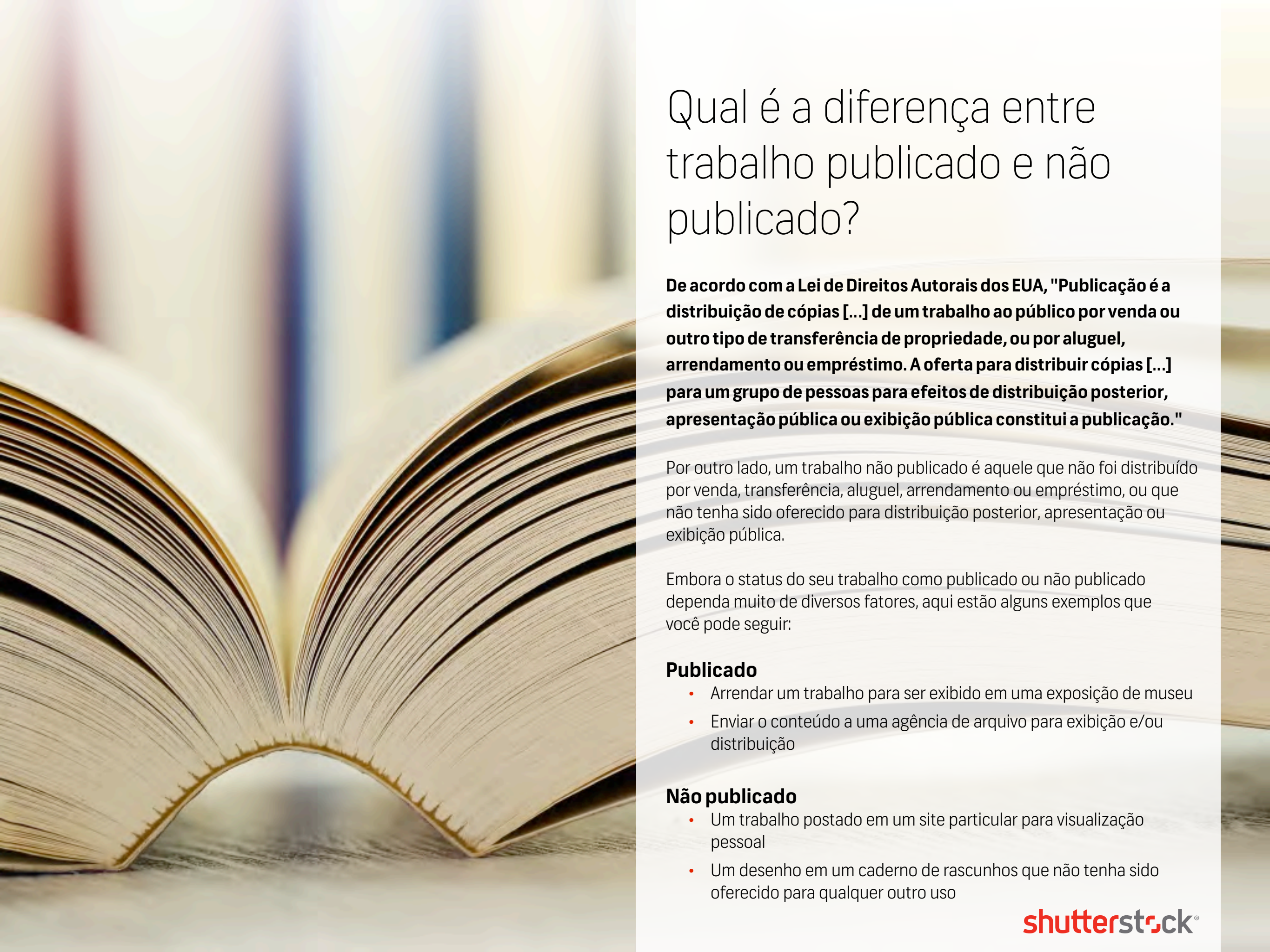
O Departamento de Direitos Autorais lhe permite registrar vários trabalhos em um único pedido (mediante o pagamento de uma única taxa de registro). Essa informação é útil, pois poderá ajudá-lo a economizar tempo e dinheiro ao registrar seus trabalhos.

Para registrar vários trabalhos em um único pedido, os trabalhos devem atender a um destes requisitos:

1 Todos os trabalhos devem ser do mesmo autor e devem ser de propriedade da pessoa que estiver efetuando o registro dos trabalhos, além disso, todos devem ser **trabalhos não publicados**

OU

2 Todos os trabalhos devem ter sido **publicados** pela mesma pessoa que está registrando-os.



Qual é a diferença entre trabalho publicado e não publicado?

De acordo com a Lei de Direitos Autorais dos EUA, "Publicação é a distribuição de cópias [...] de um trabalho ao público por venda ou outro tipo de transferência de propriedade, ou por aluguel, arrendamento ou empréstimo. A oferta para distribuir cópias [...] para um grupo de pessoas para efeitos de distribuição posterior, apresentação pública ou exibição pública constitui a publicação."

Por outro lado, um trabalho não publicado é aquele que não foi distribuído por venda, transferência, aluguel, arrendamento ou empréstimo, ou que não tenha sido oferecido para distribuição posterior, apresentação ou exibição pública.

Embora o status do seu trabalho como publicado ou não publicado dependa muito de diversos fatores, aqui estão alguns exemplos que você pode seguir:

Publicado

- Arrendar um trabalho para ser exibido em uma exposição de museu
- Enviar o conteúdo a uma agência de arquivo para exibição e/ou distribuição

Não publicado

- Um trabalho postado em um site particular para visualização pessoal
- Um desenho em um caderno de rascunhos que não tenha sido oferecido para qualquer outro uso

Uma rápida visão geral do processo de registro de seu trabalho online

Depois de abrir uma conta no eCO e efetuar login, essa será a principal página que você verá. Para registrar seu(s) trabalho(s) com direitos autorais, clique em "Register a New Claim" (Registrar Nova Declaração) na barra "Copyright Registration" (Registro de Direitos Autorais) à esquerda da página:

Copyright
United States Copyright Office

Home | My Profile | Contact Us | Help | Log Out

Check Registration Case Status

- Open Cases
- Working Cases
- All Cases
- My Company's Cases
- Status Definitions
- Search My Cases
- My Applications
- My Company's Applications

Copyright Registration

- Register a New Claim**
- Preregister a Claim
- Register a Group Claim
- Use a Template
- Organization / DA

Additional Copyright Services

- Access Copyright Office Information
- Ask a Question?
- Read Circulars
- Search Online Records

Electronic Copyright Office (eCO)

Welcome, User!

- Please disable your browser's pop-up blocker
- [What's new in eCO?](#)
- For copyright registration information, instructions, helpful tips and FAQs, [click here](#)
- If you received a Notice for Mandatory Deposit for an electronic work and need more information or help, [click here](#)

Open Cases

Query

Case #	Status	Opened	Title	Upload Status	Vol/ Num/ Issue	Month Year	Type of Work	Fee Paid	Closed
No Records									

Você será solicitado a responder algumas perguntas para começar a preencher o pedido.
Observe que você tem a opção de registrar um ou vários trabalhos.

Registration Process Overview

<< Back ||

[Register a claim in 3 steps](#) in the following order: (1) Complete an application, (2) Make payment, (3) Send us a copy of your work.

To begin, please answer the following questions about the work(s) you are registering, then click the "Start Registration" button. Your answers to these questions will determine the appropriate application for registering your work.

Yes

No

☐☐

I am registering [one work](#) (one song, one poem, one photograph, etc.)

☐☐

The work being registered was [created](#) by one person.

☐☐

Copyright in the work is solely [owned](#) by the person who created it.

|| Start Registration ||

Em seguida, você será redirecionado para uma página (independentemente de você estar registrando um ou vários trabalhos) que mostra todas as seções do pedido à esquerda. Para saber em que página está trabalhando, verifique a seta vermelha à esquerda da página.

Por exemplo, abaixo mostramos a primeira página do pedido: "Type of Work" (Tipo de Trabalho). Na lista suspensa na parte inferior da página, você poderá escolher o tipo de trabalho que deseja registrar. O lado esquerdo da página exibe uma seta vermelha na página "Type of Work" (Tipo de Trabalho) para indicar que esta é a página na qual você está trabalhando.

Form

Pay

Submit Work

[eCO Navigation Tips](#)

Links	Completed
 Type of Work	
Titles	
Publication/Completion	
Authors	
Claimants	
Limitation of Claim	
Rights & Permissions	
Correspondent	
Mail Certificate	
Special Handling	
Certification	
Review Submission	

Case #: 1-1001526841
Application Format: Standard

Continue >>

Save For Later

These are the types of work available in claim registration. Click on a Type of Work listed below for more information about each type.

[Literary Work](#)

[Work of the Visual Arts](#)

[Sound Recording](#)

[Work of the Performing Arts \(includes music, lyrics, screenplays, etc.\)](#)

[Motion Picture / Audio Visual Work](#)

[Single Serial Issue](#)

[Works that include more than one type of authorship.](#)

[Click here](#) for information on what may be included on a single application.

Select "Type of Work" that you are registering.

Type of Work cannot be changed after you click "Continue." [Click here](#) for more information.

* Type of Work:

Work of the Visual Arts

Depois que você pressionar "Continue" (Continuar), a próxima página será "Titles" (Títulos). Abaixo mostramos a aparência da página "Titles" (Títulos) se você estiver registrando apenas um trabalho. O título do trabalho deve ser digitado na caixa destacada em vermelho abaixo.

Se estiver registrando vários trabalhos, você deverá criar uma nova entrada para cada um deles, e eles serão exibidos em formato de lista na parte inferior da página, conforme indicado pelas setas abaixo.

FormPaySubmit Work

eCO Navigation Tips

Links	Completed
Type of Work	✓
> Titles	✓
Publication/Completion	✓
Authors	✓
Claimants	✓
Limitation of Claim	✓
Rights & Permissions	✓
Correspondent	✓
Mail Certificate	✓
Special Handling	✓
Certification	✓
Review Submission	✓

Case #: 1-1001526908
Application Format: Standard

Type of Case: Work of the Visual Arts

Date Opened: 9/30/2013 01:50:57 PM

Titles

<< Back ||| Continue >> ||| Save For Later |||

Give the title(s) exactly as it appears on the work. If there is no title, give an identifying phrase, or state "untitled".
To enter the title(s), click "New". After you enter the title, click "Save". Repeat this process for each additional title.

||| New ★ |||

To edit or delete a title, click the appropriate link in the list below. When the list is complete and correct, click "Continue" to save the information and proceed to the "Publication/Completion" screen.

All Titles

1 - 2 of 2

Title of Work	Volume	Number	Issue Date	Type	Edit	Delete
Sample				Title of work being registered		
Sample 2				Title of work being registered		

Depois que todas as páginas do pedido forem preenchidas, será gerado um pedido semelhante à imagem abaixo. Observe que cada uma das seções à esquerda da tela constitui diferentes partes do pedido de direitos autorais. Assim que você enviar seu registro de direitos autorais, será solicitado que você pague pelo(s) seu(s) pedido(s) de direitos autorais.

FormPaySubmit Work

WCO Navigation Tips

LinksCompleted

Type of Work

✓

Title

✓

Publication/Completion

✓

Authors

✓

Claimants

✓

Limitation of Claim

✓

Rights & Permissions

✓

Correspondent

✓

Mail Certificate

✓

Special Handling

✓

Certification

✓

Review Submission

✓

Review Submission

<< Back

Save For Later

Save Template

Add to Cart

Please review the entire submission on this screen. If you need to revise any information, return to the appropriate data entry screen to make the revision. When the entire submission is correct, click the "Add to Cart" button at the top of the screen. **Warning: Once you submit your application, you cannot make changes to it. Therefore, please review the information on this screen carefully before proceeding.**

Case Summary

Case Number:

Application Format: Standard

Case Type: Work of the Visual Arts

Contact Name:

Opened:

Update Activity

Comments

Activity Type

Status

Created

Created By

All Titles

Title of Work

Volume

Number

Issue Date

Type

On Page

Title of work being registered

Title of work being registered

Publication/Completion

Published Work

Year Created

Publication Date

Nation of First Publication

ID# Type

ID Number

Pre-registration Number

Authors & Contributions (VA)

Name

Organization Name

Work For Hire

Citizenship

Demise

Year of Birth

Year of Death

Anonymous

Pseudonymous

Pseudonym

Text

Photo

Jewelry

Architectural

3-D Art

Sculpture

Map

Technical Drawing

Other

Claimants

Name

Organization Name

Transfer Statement

Transfer Stmt Other

Address

Claim Limitations review (VA)

Material Excluded

New Material Included

Previous Registration

Text

Jewelry

Photograph(s)

2D Artwork

Sculpture

Architectural

Technical Drawing

Map

Other

Text

Jewelry

Photograph(s)

2D Artwork

Sculpture

Architectural

Technical Drawing

Map

Other

1st Prev. Reg. #

Year

2nd Prev. Reg. #

Year

Rights & Permissions

First Name:

Middle Name:

Last Name:

Email:

Phone:

Alternate Phone:

Organization Name:

Address 1:

Address 2:

City:

State:

Postal Code:

Country:

Correspondent

First Name:

Middle Name:

Last Name:

Email:

Phone:

Alternate Phone:

Fax:

Organization Name:

Address 1:

Address 2:

City:

State:

Postal Code:

Country:

Mail Certificate

First Name:

Middle Name:

Last Name:

User:

Organization Name:

Address 1:

Address 2:

City:

State:

Postal Code:

Country:

Certification

Name:

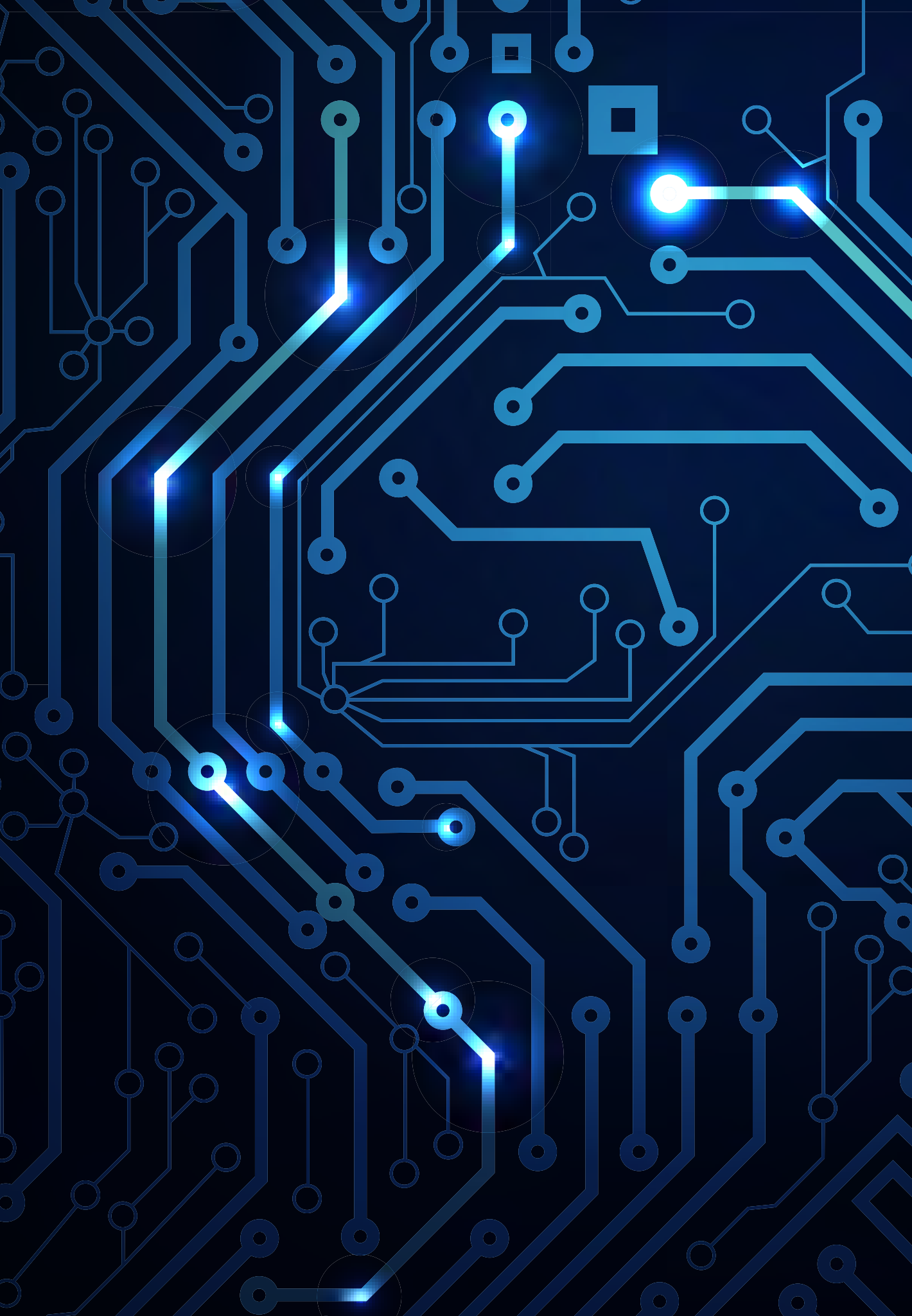
Certified:

Special Handling:

Applicant's Internal Tracking Number:

Note to Copyright Office:

shutterstock®



Algumas dicas para registrar vários trabalhos eletronicamente

O registro de vários trabalhos não precisa ser um processo demorado. Você pode economizar tempo, salvando lotes de trabalho regularmente e agendando datas para registrá-los eletronicamente.

Por exemplo, suponha que você decida registrar seus trabalhos a cada 4 meses. Durante esses 4 meses, você poderá salvar os arquivos de todos os trabalhos que deseja registrar em uma pasta no computador. Não se esqueça de salvar o arquivos em um formato que atenda aos requisitos do Departamento de Direitos Autorais:


- O formato do arquivo que você deseja carregar deve ser um dos tipos listados aqui:
<http://www.copyright.gov/eco/help-file-types.html>
- Você tem um tempo de carregamento de 60 minutos antes de a sessão expirar, o que pode limitar o tamanho dos arquivos carregados. Recomenda-se que você compacte os arquivos, convertendo-os em formato ZIP, para que possa carregá-los mais facilmente dentro desse intervalo de tempo.

Quando chegar o momento de registrar seu trabalho, você deverá conseguir carregar esses arquivos facilmente com o seu pedido. Para obter mais informações sobre o carregamento de arquivos eletrônicos com seu registro de direitos autorais no eCO, consulte a página: <http://www.copyright.gov/eco/faq.html>

Para obter informações mais detalhadas sobre como registrar seus direitos autorais, visite o site copyright.gov.

Violação de direitos autorais





Como posso saber se os direitos autorais do meu trabalho estão sendo violados?

O licenciamento de conteúdo em um mercado digital gera mais oportunidades para o seu trabalho do que nunca. A desvantagem óbvia é, naturalmente, que seu trabalho também ficará mais exposto ao risco de ser mal utilizado. O que você pode fazer para monitorar a utilização do seu conteúdo e fazer uso dos seus direitos?

Monitorar seu conteúdo através da pesquisa reversa de imagem

Você pode descobrir como seu conteúdo está sendo utilizado na internet através de uma ferramenta de pesquisa reversa de imagem. Essas ferramentas de pesquisa comparam uma imagem específica a outras na internet e tentam encontrar imagens que correspondam à original.

Dois sites de pesquisa reversa de imagem que podem ajudá-lo a monitorar o uso de suas imagens na internet são o [TinEye](#) e [a Pesquisa de imagem do Google](#). Use esses sites para procurar imagens visualmente semelhantes na internet. Analise os resultados da pesquisa para ver se suas imagens estão sendo usadas com permissão e em conformidade com as licenças aplicáveis.

Tipos comuns de violação

Aqui estão duas formas comuns de como seu trabalho poderia ser usado indevidamente online.

1 **Uso não autorizado por alguém que tiver adquirido uma licença para utilizá-lo**

O exemplo mais óbvio de uso não autorizado do seu trabalho é quando alguém usa a sua imagem com marca d'água.

Alguns outros sinais que indicam que seu trabalho está sendo usado sem licença incluem:

1) um "borrão" na imagem onde deveria estar uma marca d'água; 2) uma versão de resolução muito baixa ou de má qualidade das suas imagens; e/ou 3) uma versão da sua imagem com um corte de forma a remover a marca d'água.

Outro exemplo de uso não autorizado do seu trabalho é quando um outro indivíduo pega elementos protegidos por direitos autorais do seu trabalho, ou seu trabalho em sua totalidade, e incorpora-os ao próprio trabalho sem a sua permissão. Para determinar se alguém está incorporando seu trabalho aos próprios trabalhos, fique atento a elementos seus que estão sendo copiados em sua totalidade.

2 **Uso indevido da licença**

O uso indevido da licença caracteriza-se quando alguém adquire uma licença validamente para utilizar seu conteúdo, mas usa o conteúdo de uma maneira não permitida pela licença.

Para saber se uma licença está sendo usada indevidamente, é importante que você compreenda as licenças oferecidas, associadas ao seu conteúdo.

Por exemplo, suponha que você sabe que está licenciando seu trabalho apenas através de agências, o que não permite que os clientes utilizem o conteúdo licenciado em mercadorias. Se você encontrar um site vendendo mercadorias que apresentem seu conteúdo, você poderá determinar facilmente que o site provavelmente está fazendo uso indevido de uma licença adquirida para o seu conteúdo.



O uso não autorizado da sua imagem poderia ser permitido mesmo assim?

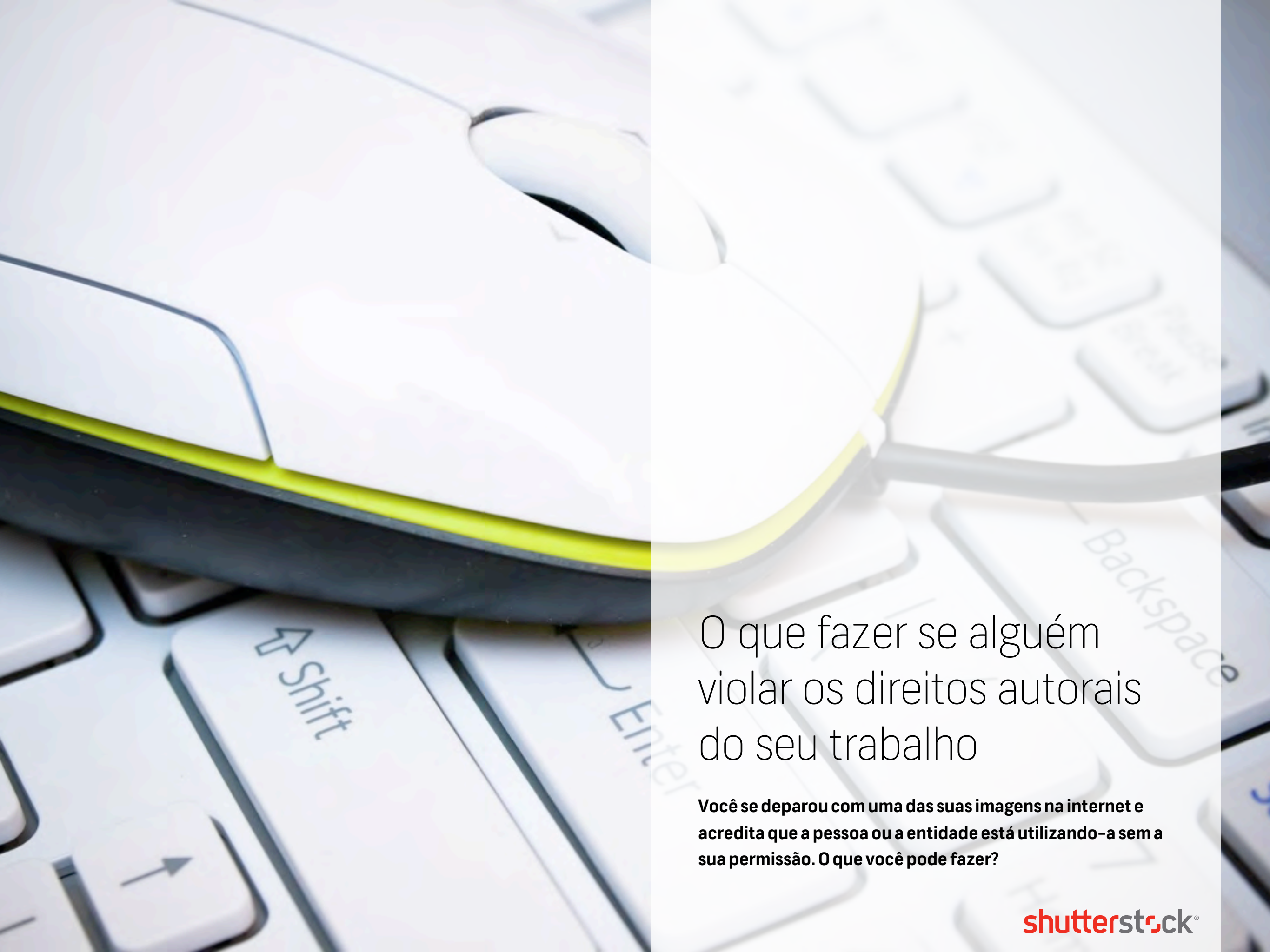
Mesmo que você descubra que alguém está usando sua imagem sem a sua permissão, o uso que essa pessoa faz de sua imagem pode não estar violando os direitos autorais devido a uma doutrina chamada uso limitado.

O uso limitado é uma defesa contra a declaração de violação dos direitos autorais. A defesa de uso limitado tem sido realizada normalmente em casos nos quais o uso do trabalho protegido por direitos autorais envolveu comentários, críticas, noticiários, pesquisa e educação.

Nos EUA, normalmente quatro fatores são avaliados para determinar se um uso é caracterizado como limitado: 1) a finalidade e a natureza do uso (incluindo se o uso é comercial ou tem fins educacionais não lucrativos); 2) a natureza do trabalho protegido por direitos autorais; 3) a quantidade e a substancialidade da parte usada em relação à totalidade do trabalho; e 4) o efeito do uso no mercado em potencial ou o valor do trabalho protegido por direitos autorais.

A pergunta sobre se o uso de uma imagem pode ser considerado uso limitado depende extremamente dos fatos. No entanto, é importante manter esses fatores em mente ao avaliar se alguém está usando seu trabalho sem autorização, pois é possível haver uma defesa de uso limitado.

Para obter mais informações, consulte [Uso limitado](#).



O que fazer se alguém violar os direitos autorais do seu trabalho

Você se deparou com uma das suas imagens na internet e acredita que a pessoa ou a entidade está utilizando-a sem a sua permissão. O que você pode fazer?

O que fazer se eu encontrar uma versão da minha imagem com marca d'água em um site?

Seu conteúdo está hospedado em um provedor de serviços online?

1 Provedores de serviços online

Um "provedor de serviços" é um site, um host ou um serviço da internet que publica ou transmite conteúdo carregado por usuários e/ou clientes. A [Lei Digital Millennium Copyright Act](#) ("DMCA") protege os provedores de serviços de serem responsabilizados por atos independentes de seus usuários.

Para que os provedores de serviços se beneficiem dessa imunidade, eles precisam retirar o conteúdo imediatamente após serem notificados de uma violação.

Alguns exemplos de provedores de serviços incluem sites de mídia social, como Facebook.com, Twitter.com e Pinterest.com. Outros exemplos incluem sites nos quais é possível carregar conteúdo, como YouTube.com, ou sites de compartilhamento de arquivos, como rapidgator.net. Algumas lojas online também são consideradas provedoras de serviços, por exemplo, Amazon.com, eBay.com e Etsy.com.

Se um usuário tiver publicado seu conteúdo com marca d'água em um provedor de serviços, o envio de uma notificação de retirada para esse provedor de serviços deverá resultar na retirada imediata da imagem.

No entanto, esteja ciente de que você deve ter certeza de que o uso não é licenciado antes de enviar uma notificação de retirada. e você deverá cumprir com os requisitos de envio de uma notificação de retirada adequada.

Requisitos para uma notificação de DMCA

Ao enviar uma notificação de retirada a um provedor de serviços, você deve incluir todos os itens a seguir:

- 1** Uma assinatura física ou eletrônica de uma pessoa autorizada a agir em nome do detentor de um direito exclusivo alegadamente violado.
- 2** Identificação do trabalho protegido por direitos autorais que for tido como violado ou, se vários trabalhos protegidos por direitos autorais em um único site online forem abrangidos por uma única notificação, uma lista representativa desses trabalhos no site.
- 3** Identificação do material alegadamente em violação ou alvo de violação e que deve ser removido ou ao qual o acesso deve ser desabilitado, e informações suficientes para permitir que o fornecedor de serviços localize o material.
- 4** Informações suficientes que permitam que o fornecedor de serviços entre em contato com a parte reclamante, como endereço, número de telefone, e, se houver, um endereço de correio eletrônico através do qual seja possível entrar em contato com a parte reclamante.
- 5** Uma declaração que ateste que a parte reclamante acredita, de boa fé, que o uso do material da maneira reclamada não está de acordo com o autorizado pelo detentor dos direitos autorais, seu agente ou pela lei.
- 6** Uma declaração que ateste que a informação na notificação está correta e, sob pena de perjúrio, que a parte reclamante está autorizada a agir em nome do detentor de um direito exclusivo alegadamente violado.

Para se proteger contra qualquer responsabilidade, o provedor de serviços deve "agir rapidamente" para remover ou desabilitar o acesso ao conteúdo da possível violação.

Observe que isso é apenas uma visão geral do DMCA. Consulte seu advogado para obter mais informações. Clique [aqui](#) para visualizar o texto integral da DMCA, que inclui as referências acima.





2 Sites que não são provedores de serviços

Se a sua imagem com marca d'água estiver sendo usada em um site que não é um provedor de serviços, como o site próprio de uma empresa ou um blog pessoal, a DMCA não será aplicável.

Nessa situação, você deve entrar em contato diretamente com o proprietário do site para encontrar uma solução. Você pode encontrar as informações de contato do proprietário do site no próprio site. Ou, você pode realizar uma pesquisa WHOIS para localizar as informações de contato do proprietário do nome de domínio do site.

Assim que encontrar as informações de contato do proprietário do site, você terá várias opções.

Uma solução será direcionar o proprietário do site para que ele adquira sua imagem em um site em que ela esteja disponível para licenciamento. Ou você pode simplesmente pedir para que o proprietário do site remova sua imagem.

Se o proprietário do site não atender ao seu pedido, seu advogado poderá aconselhá-lo sobre as etapas seguintes decorrentes disso.

O que fazer se alguém estiver incorporando elementos do meu trabalho no próprio trabalho sem a minha autorização?

1

Provedores de serviços online

Se o trabalho em questão estiver sendo hospedado por um provedor de serviços e você acreditar que seu trabalho está sendo copiado sem a sua permissão, poderá enviar uma notificação por DMCA para o provedor de serviços conforme descrito [aqui](#).

2

Sites que não são provedores de serviços

Se o trabalho não estiver sendo hospedado por um provedor de serviços, por exemplo, um elemento do seu trabalho estiver sendo usado por outro artista na internet, você poderá entrar em contato diretamente com o artista para encontrar uma solução.

Se você acreditar que elementos do seu trabalho estão sendo copiados por outro colaborador da Shutterstock sem a sua permissão, você deve primeiro tentar entrar em contato com o colaborador da Shutterstock para solucionar o problema.

Se não for possível chegar a um consenso com o colaborador que cometeu a suposta violação, entre em contato conosco pelo e-mail infringementclaims@shutterstock.com e forneça as seguintes informações:

- 1 Número(s) de identificação da(s) imagem(ns) da Shutterstock para a(s) imagem(ns) que supostamente viola(m) os direitos do seu trabalho (não envie um link/URL, apenas o número de identificação);
- 2 Informações sobre as imagens que você acredita serem originais, número de identificação da Shutterstock ou, se não estiverem na Shutterstock, links diretos para tais imagens e/ou registros de propriedade intelectual; e
- 3 Qualquer informação que o levou a acreditar que a imagem que supostamente viola os direitos copiou elementos do seu trabalho (seja específico sobre os elementos em questão).

Investigamos todas as reclamações recebidas, agindo conforme apropriado.

O que fazer se eu achar que alguém tem uma licença para a minha imagem, mas estiver utilizando-a indevidamente?

O uso indevido da licença pode ocorrer de diversas maneiras. Em uma extremidade do espectro estão usos indevidos, como utilizar o conteúdo em uma resolução não permitida. Na outra extremidade, o uso indevido pode ser caracterizado pela disponibilização do seu conteúdo para download ou venda sem a sua permissão.





Obtenha o máximo possível de informações

Se você achar que uma de suas imagens está sendo usada em violação a uma licença, tente determinar a fonte mais provável da licença.

Você pode usar a data em que o conteúdo foi usado ou exibido pela primeira vez para limitar as possíveis licenças. Para conteúdo na internet, procure a data aproximada de postagem. Ou, utilize um site como o [WayBack Machine](https://waybackmachine.org/) para determinar a data em que a imagem foi usada ou exibida pela primeira vez.

A partir disso, você conseguirá restringir a lista de fontes que possam ter emitido a licença para a imagem.

Se você achar que a licença foi adquirida da Shutterstock, entre em contato conosco pelo e-mail compliance@shutterstock.com

Consideramos o uso indevido de licenças um caso muito grave e investigaremos se o usuário da sua imagem é um cliente da Shutterstock e tomaremos outras medidas conforme considerado apropriado.

Para acelerar a resolução de um possível uso indevido, forneça as seguintes informações:

- 1** Número(s) de identificação da(s) imagem(ns) da Shutterstock para a(s) imagem(ns) que você acredita que está(ão) sendo usada(s) indevidamente (não envie um link/URL, apenas o número de identificação);
- 2** O site ou o local em que você acha que a(s) imagem(ns) está(ão) sendo usada(s); e
- 3** Qualquer informação que o leve a acreditar que a imagem foi adquirida na Shutterstock, e não em outro site ou agência de arquivo.

Observe que, mesmo que sempre façamos o possível, a pessoa que estiver usando sua imagem pode não tê-la adquirido na Shutterstock. Nesse caso, apenas a agência que licenciou a imagem será capaz de ajudá-lo, pois a Shutterstock não poderá impor uma licença concedida à sua imagem por terceiros.

Considerações para compartilhar conteúdo em sites de mídia social

Os sites de mídia social, como Facebook, Instagram, Tumblr e Twitter, mudaram drasticamente a forma de conexão dos usuários, assim como a forma de compartilhamento de conteúdo.

Embora os sites de mídia social possam ser úteis para compartilhar seu conteúdo, é importante que você leia os Termos de Uso desses sites para entender quais direitos você está licenciando. É comum que os sites de mídia social obtenham um amplo conjunto de direitos sobre o conteúdo carregado pelo usuário para que o site use o conteúdo conforme necessário.

Abaixo estão alguns links rápidos para os Termos de Uso dos sites de mídia social mais populares. Também pode ser útil ler as licenças de usuário, quando houver, para que você saiba como um site de mídia social pretende licenciar seu conteúdo para um usuário final.

[Declaração de Direitos e Responsabilidades do Facebook](#)

[Termos de Uso do Instagram](#)

[Termos de Serviço do Tumblr](#)

[Termos de Serviço do Twitter](#)

[Termos de Serviço do Pinterest](#)





É seguro comercializar e anunciar meu conteúdo em sites de mídia social?

Os sites de mídia social podem ser excelentes ferramentas para comercializar e anunciar seu conteúdo para outros – mas a exposição pode colocar seu conteúdo em risco pelo uso indevido. Você quer que seu conteúdo tenha grande visibilidade, mas não a ponto de o risco de uso indevido superar as vantagens geradas pela exposição.

A grande questão é: É mais vantajoso comercializar seu conteúdo em um site de mídia social ou o risco de uso indevido supera as vantagens?

Infelizmente, não há como responder "sim" ou "não" para a dúvida de comercializar seu conteúdo em sites de mídia social, pois essa é uma decisão muito pessoal. Você pode comparar os possíveis benefícios de comercializar seu conteúdo em sites de mídia social com o risco potencial de violação para determinar se o uso de mídia social para comercializar seu conteúdo é a decisão certa para você. Você pode até determinar que alguns sites de mídia social são melhores para atingir seus objetivos do que outros.

Estas são algumas perguntas sobre as quais você deve refletir caso esteja considerando comercializar seu conteúdo por meio de um site de mídia social:

Quais são os possíveis benefícios?

- 1 Quais benefícios você espera obter através da postagem do seu conteúdo em um site de mídia social? A postagem do seu conteúdo anunciará seu conteúdo de maneira eficaz? A obtenção de maior visibilidade para o seu conteúdo será útil para os seus objetivos?


Quais são os riscos?

- 2 Quais são algumas desvantagens de postar o conteúdo em um site de mídia social? Como você se sente sobre a possibilidade de outras pessoas exibirem, baixarem e utilizarem seu conteúdo sem a sua permissão? Você se sente à vontade com as formas como o site pode licenciar seu conteúdo a terceiros?

Como os benefícios de anunciar seu conteúdo em sites de mídia social superam os riscos potenciais?

- 3 Você valoriza a capacidade de comercializar seu conteúdo de forma eficaz mais do que a prevenção do uso não autorizado do conteúdo postado? Você se sente à vontade sobre os direitos concedidos ao site de mídia social regulamentados pelo contrato de usuário aplicável? O site de mídia social tem uma política de propriedade intelectual que o ajudará a proteger seu conteúdo em caso de uso não autorizado?





O que você pode fazer para proteger o conteúdo publicado nos sites de mídia social

Após carregar e exibir seu conteúdo em um site de mídia social, suas opções de controle sobre como seu trabalho será usado podem estar limitadas. Com isso em mente, o melhor momento para tomar precauções em relação ao seu conteúdo é antes mesmo de compartilhá-lo. Seguem algumas sugestões:

- Inclua uma marca d'água em todo o conteúdo que carregar em um site de mídia social. As marcas d'água mais eficazes o identificarão como a fonte da imagem e facilitarão que as partes interessadas entrem em contato com você (principalmente se a sua marca d'água incluir um site ou um endereço de e-mail).
- Carregue as cópias de baixa resolução do seu conteúdo, pois isso impedirá que outras pessoas usem seu conteúdo de forma inadequada. Lembre-se de que mesmo que você esteja carregando seu conteúdo em um site que redefine automaticamente o tamanho do conteúdo, a versão original do conteúdo pode ser pesquisada por meio de mecanismos de busca da internet. Portanto, se você carregar seu conteúdo apenas em baixa resolução, a possibilidade de uso indevido poderá ser reduzida.
- Vincule seu nome ou o site profissional ao seu conteúdo sempre que possível. Ao fazer isso, você poderá aumentar a capacidade de as pessoas que visualizam seu conteúdo de determinarem a origem.

Como evitar a violação dos direitos de terceiros

Assim como você não deseja que alguém viole sua propriedade intelectual, é importante se certificar de que você também não esteja violando os direitos de outra pessoa.

Enquanto é responsabilidade do colaborador assegurar que ele não esteja violando o trabalho de outra pessoa, a Shutterstock desenvolveu várias políticas para evitar o licenciamento de conteúdo em possível violação através da Shutterstock.

Nós acreditamos que essas políticas ajudarão a proteger nossos colaboradores e clientes e criarão um mercado seguro para o licenciamento de conteúdo.



Veja a seguir uma ilustração de como algumas das nossas políticas ajudam a contribuir para a integridade das coleções da Shutterstock:





Marcas registradas

O que é uma marca registrada?

Marca registrada é uma palavra, um nome, um símbolo ou um dispositivo — ou uma combinação disso — usado para distinguir e identificar a origem de certos produtos ou serviços. Um exemplo de marca registrada é um logotipo de empresa ou um design que seria associado a um produto ou serviço específico.

Assim como o direito autoral, não existe nenhuma lei de marca registrada universal, e as proteções podem variar de acordo com o país. Em geral, a lei de marca registrada procura proteger os identificadores de certos produtos ou serviços para que não exista confusão em relação à sua origem. Não aceitamos imagens que contenham marcas registradas para uso comercial, visto que elas poderão potencialmente ser usadas de forma que provavelmente causar confusão quanto à origem de determinados produtos ou serviços e poderão, dessa forma, violar injustamente direitos de marca registrada de outros.

Portanto, como evitar o uso de marcas registradas em seu trabalho? Se um nome, palavra, símbolo ou dispositivo em sua imagem remeter a um produto ou serviço específico, ele poderá estar protegido por uma marca registrada. Caso sua imagem tenha uma marca registrada, você deverá removê-la antes de enviá-la para uso comercial (o uso editorial ainda é aceitável).

Para mais informações sobre leis de marca registrada nos Estados Unidos da América, consulte:

<http://www.uspto.gov/trademarks/law/index.jsp>



Posso enviar uma imagem contendo uma marca registrada visível à Shutterstock?

Para evitar uso indevido de uma marca registrada ou logotipo, não aceitamos imagens que contenham marcas registradas ou logotipos isolados ou altamente visíveis para uso comercial.

O conteúdo designado para uso comercial pode ser usado por nossos clientes para fins comerciais, como em anúncios ou embalagens de produtos. Portanto, a Shutterstock não aceita conteúdo que contenha marcas registradas visíveis para uso comercial a fim de evitar que clientes possam, inadvertidamente, violar uma marca registrada.

No entanto, conteúdos que contenham marcas registradas visíveis podem ser enviados para uso editorial, caso atendam às nossas normas editoriais. As licenças da Shutterstock restringem o uso do conteúdo editorial para fins editoriais (por exemplo, noticiários) para clientes.

Peguei uma imagem que acho que seria ótima para uso comercial, mas ela tem uma marca registrada visível- o que posso fazer?

Embora imagens contendo marcas registradas visíveis sempre possam ser enviadas para uso editorial, elas poderão ser enviadas para uso comercial se os elementos com marcas registradas forem editados.

Seguem alguns exemplos:



Aceitável

para uso comercial,
pois não há marcas
registradas visíveis



Não aceitável

para uso comercial,
pois apresenta um
produto Apple com
marca registrada
visível



Aceitável

para uso comercial, pois o
colaborador desfocou as
marcas registradas. Todos
os outdoors são o próprio
trabalho do colaborador,
que foram editados na
imagem



Não aceitável

para uso comercial,
pois há várias marcas
registradas altamente
visíveis



Aceitável

para uso comercial,
pois não há marcas
registradas visíveis



Não aceitável

para uso comercial,
pois o logotipo
da Ferrari está
visível

A close-up photograph of wooden letters spelling out the word 'MARKETING' on a wooden surface. The letters are light-colored wood and are arranged in a slightly overlapping, three-dimensional manner. The background is a blurred wooden surface.

Quando utilizar marcas registradas como palavras-chave

As marcas registradas não devem ser usadas como palavras-chave para, ou no título de, imagens comerciais. Em vez disso, opte por palavras descritivas sobre a imagem para ajudar os clientes a localizarem sua imagem.

As marcas registradas devem ser usadas apenas como palavras-chave para imagens editoriais, ou no título de tais imagens, nas quais o assunto da imagem de fato se relaciona aos bens ou serviços identificados por essa marca registrada.



Autorizações

Autorizações de modelo

Se uma imagem retratar uma pessoa identificável, você deverá enviar uma autorização de modelo válida para que a imagem seja licenciada para uso comercial.

Qual é a importância da autorização de modelo?

A autorização de modelo protege o fotógrafo e o cliente de quaisquer acusações que possam ser feitas pelo modelo devido ao uso da semelhança com o modelo. Ao obter uma autorização de modelo, o fotógrafo terá direito de utilizar a semelhança do modelo de acordo com as condições dispostas na autorização.

O tipo de autorização de modelo usado é importante?

A resposta a esta pergunta depende de como você pretende usar ou licenciar a imagem que retrata o modelo. Quanto mais restritiva for uma autorização de modelo em relação aos direitos de uso da imagem do fotógrafo, menor será a viabilidade comercial da imagem, visto que a imagem será limitada a determinados usos.

Se você pretende enviar uma imagem com um modelo reconhecível para licenciamento em uma agência de arquivo, é importante compreender os requisitos de cada agência. Aconselhamos que você escolha uma autorização que será aceita na maioria das agências, ou em todas elas, de forma que não seja necessário obter mais autorizações ou permissões.





Que tipos de autorizações a Shutterstock aceita?

Recentemente, ampliamos os tipos de autorizações aceitas, incluindo autorizações em idioma estrangeiro (veja a lista completa [aqui](#)).

Preferimos autorizações da Shutterstock, que estão disponíveis na seção [Shutterstock – Centro Jurídico](#) nos seguintes idiomas.

- Alemão
- Chinês
- Coreano
- Espanhol
- Francês
- Holandês
- Húngaro
- Inglês
- Italiano
- Japonês
- Polonês
- Português
- Russo
- Tcheco
- Turco

Uso editorial

Se não tiver uma autorização de modelo para uma ou mais pessoas reconhecíveis no conteúdo que deseja enviar para uso comercial, você poderá enviar esse conteúdo apenas para uso editorial caso o conteúdo atenda às nossas normas editoriais.

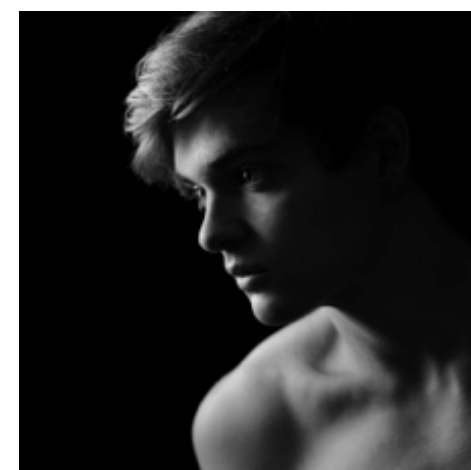
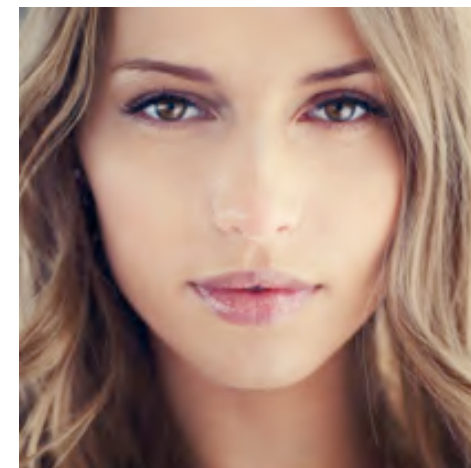
Quando uma autorização de modelo é necessária?

Você precisa de uma autorização de modelo para uma imagem comercial na qual esteja retratado um indivíduo reconhecível. Mesmo que partes de uma pessoa não estejam visíveis, se a pessoa puder ser reconhecida (pelos acessórios, vestuário etc.), será necessário obter uma autorização.

Não requer uma autorização



Requer uma autorização






Autorizações de propriedade

Ao gravar em propriedade privada, é importante lembrar que a propriedade privada pode estar sujeita a determinadas proteções. Considerações legais relacionadas à propriedade privada variam de acordo com a jurisdição, mas algumas delas incluem acusação de invasão de propriedade, ordens de um congresso ou departamento administrativo, direitos de propriedade sobre projetos na propriedade ou restrições contra fotografar conteúdo mediante admissão.

Se estiver fotografando em propriedade privada ou fotografando uma propriedade privada distinta de um local público, certifique-se de obter uma autorização de propriedade de um representante autorizado do proprietário a fim de evitar problemas com o licenciamento do seu conteúdo.

Uma autorização de propriedade significa que o proprietário ou o representante autorizado da propriedade lhe deu permissão para usar imagens ou filmagens realizadas na propriedade para uso comercial.



Que tipos de autorizações a Shutterstock aceitará se eu desejar enviar conteúdo capturado em propriedade privada para uso comercial?

Recentemente, ampliamos os tipos de autorizações aceitas, incluindo autorizações em idioma estrangeiro (veja a lista completa [aqui](#)).

Preferimos autorizações da Shutterstock, que estão disponíveis na seção [Shutterstock – Centro Jurídico](#) nos seguintes idiomas.

- Alemão
- Chinês
- Coreano
- Espanhol
- Francês
- Holandês
- Húngaro
- Inglês
- Italiano
- Japonês
- Polonês
- Português
- Russo
- Tcheco
- Turco

Uso editorial

Se não conseguir obter uma autorização de propriedade para o conteúdo capturado em propriedade privada, você poderá enviar esse conteúdo apenas para uso editorial se o conteúdo atender às nossas normas editoriais.

Quando uma autorização de propriedade é necessária?

Você precisa de uma autorização de propriedade para licenciar uma imagem para uso comercial, quando ela é capturada em propriedade privada ou em propriedade pública mas mostra uma propriedade privada distinta. Aqui estão alguns exemplos de quando uma autorização de propriedade é – ou não é – necessária.

Não requer uma autorização de propriedade



Requer uma autorização de propriedade



Imagens Editoriais





O que é uma imagem editorial?

Uma imagem rotulada como "Somente uso editorial" na Shutterstock (uma "imagem editorial") é uma imagem que não pode ser usada para divulgar ou promover um produto ou serviço. As pessoas, objetos ou locais em uma imagem editorial não possuem autorização.

Uma imagem editorial pode ser usada para ilustrar eventos atuais e que merecem destaque. Ela também pode ser usada para ilustrar assuntos de interesse humano, incluindo: artes, negócios, cultura, saúde e fitness, estilo de vida, eventos sociais, tecnologia e viagem.

Não aceitamos imagens para uso editorial simplesmente porque elas não atendem aos critérios para imagens comerciais. Por exemplo, não aceitaremos automaticamente uma imagem mostrando uma pessoa reconhecível, mas que não possui uma autorização de modelo, para uso editorial. Em vez disso, uma imagem editorial deve retratar um assunto em particular que possa ser o tema de uma notícia ou comentário.

Para que uma imagem editorial pode ser usada?

Uma imagem editorial está limitada a usos não comerciais.

O uso adequado de uma imagem editorial inclui usar a imagem para ilustrar notícias, comentários ou opiniões em artigos de jornais ou revistas, blogs ou postagens em site, ou em apresentações multimídia não comerciais (como filmes).

Imagens documentais vs. Imagens ilustrativas

A Shutterstock aceitará imagens editoriais que se encaixem em duas categorias:

- 1 Imagens documentais:** Imagens que documentam um evento ou assunto de interesse humano
- 2 Imagens ilustrativas:** Imagens que ilustram um evento ou assunto de interesse humano através encenação

Esses dois subtipos de imagens editoriais ilustram eventos atuais e que merecem destaque, além de assuntos de interesse humano, de diferentes formas. No entanto, os dois tipos de imagens editoriais devem retratar fielmente o assunto, além de serem acompanhados por títulos e palavras-chave precisos.

Assunto da Imagem		Tipo de imagem editorial
Foto tirada após um desastre natural	→	Imagem documental, pois registra um evento
Uma foto de produto de um eletrodoméstico popular	→	Imagem ilustrativa, pois não registra um evento, e sim ilustra um assunto de interesse humano
Foto tirada em um desfile cultural	→	Imagem documental, pois registra um evento
Imagem produzida de uma pessoa consumindo uma bebidas de uma marca conhecida	→	Imagem ilustrativa, pois não documenta um evento, e sim ilustra um assunto de interesse humano



Imagens documentais

Imagens documentais são aquelas que capturam um determinado evento ou assunto de interesse humano. Essas imagens devem transmitir o evento ou assunto cuidadosa e fielmente. Embora imagens documentais devam ser inalteradas sempre que possível, retoques técnicos para melhorar a qualidade geral da imagem em si são aceitáveis.

Exemplos:



Esta é uma imagem documental do Príncipe William e Kate Middleton andando em uma carruagem até o Palácio de Buckingham após seu casamento, em 29 de abril de 2011, na Inglaterra. A imagem captura o evento de forma precisa ou verdadeira. Pequenas edições, como cortar a imagem ou ajustar a iluminação seriam aceitáveis.



Esta é uma imagem documental de um surfista profissional pegando uma onda em Pipeline, Havaí, em fevereiro de 2009. Esta imagem captura a cena de forma precisa e verdadeira. A imagem foi cortada para focar no surfista e na potência da onda, mas o operador da câmera no canto inferior esquerdo não foi alterado para retratar a cena real e precisamente.



Esta é uma imagem documental dos bombeiros de Nova York perto do Ground Zero, em 11 de setembro de 2001. Essa imagem captura a cena no Ground Zero na referida data de forma precisa e verdadeira, pois a imagem é uma foto inalterada e não manipulada da cena.

Considerações éticas para imagens documentais

Considerando que imagens documentais são utilizadas para ilustrar eventos atuais e que merecem destaque, é importante que elas sejam representações fieis do assunto retratado. Embora pequenas edições para melhorar imagens documentais sejam aceitáveis, é inaceitável alterá-las de forma a retratar um assunto de forma desonesta. Além disso, as legendas de imagens documentais devem sempre descrever a imagem de forma precisa.

Aqui estão alguns exemplos de práticas aceitáveis e inaceitáveis quando se trata de imagens documentais:

Aceitável	Não aceitável
Obter autorização ou acesso para capturar uma imagem	Pagar a pessoa retratada em uma imagem documental ou compensá-la com outros favores ou presentes
Fazer retoques técnicos razoáveis em uma imagem (ou seja, corrigir cor, exposição, equilíbrio de brancos, saturação etc.)	Adicionar elementos completos ou parciais (por exemplo, pessoas ou objetos) a uma imagem
Remover manchas da imagem	Remover elementos completos ou parciais (por exemplo, pessoas ou objetos) de uma imagem
Cortar uma imagem para uma parte do assunto capturado	Reposicionar elementos em uma imagem
Usar a expressão "circa" em legendas editoriais nas quais a data não é conhecida	Usar uma legenda que contenha informações incorretas de data, local ou descrição de um evento ou assunto
Fazer com que a pessoa pose para um retrato quando a legenda expressa clara e visivelmente que a pessoa está posando	Preparar ou posicionar a pessoa de forma a fazer com que aqueles que visualizam a foto pensem que a pessoa foi capturada inesperada ou naturalmente



Imagens ilustrativas

As imagens ilustrativas para uso editorial são imagens criativas e/ou conceituais que podem ser usadas para ilustrar eventos atuais ou que merecem destaque, bem como assuntos de interesse humano. As imagens ilustrativas devem ilustrar clara e precisamente a ideia da imagem. Ao contrário das imagens documentais, as imagens ilustrativas podem ser produzidas.

Nós analisamos essas imagens em cada caso, isoladamente. Só aceitamos imagens ilustrativas que atendam às nossas normas de qualidade e que julgemos úteis para ilustrar notícias ou assuntos de interesse humano.

Observe que nossas necessidades por imagens ilustrativas mudam de acordo com os eventos e tendências atuais, e é importante manter isso em mente ao enviar imagens editoriais ilustrativas.

Tenha em mente as seguintes diretrizes gerais de qualidade:

- O conceito da sua imagem deve ser claro e ela deve transmitir a mensagem facilmente.
- O foco da imagem deve ser bem definido e o ponto focal deve ser adequado para o conceito.
- A imagem não deve possuir ruído excessivo.
- A imagem deve estar devidamente iluminada, sem sombras e/ou destaques grosseiros.
- Produtos em fotos de produtos deverão estar limpos e devidamente estilizados.
- Se a imagem contiver uma mão e/ou modelo segurando um objeto, a mão e/ou modelo também devem estar estilizadas (as mãos e as unhas devem estar limpas).
- O plano de fundo das imagens ilustrativas não deve causar distração. Ele não deve conter elementos que disputem visualmente com o conceito.

Exemplos:



Este é um exemplo de uma imagem ilustrativa que pode ser usada para fins editoriais. Embora a imagem não esteja documentando um evento, ela pode ser utilizada para ilustrar notícias ou comentários.

Por exemplo, é fácil ver esta imagem sendo usado em um artigo sobre Apple, Steve Jobs ou tecnologia.

Além disso, esta imagem atende às normas de qualidade da Shutterstock. O conceito da imagem é forte e o foco é nítido, sem qualquer ruído excessivo, sombras ou realces.



Este é um exemplo de uma imagem editorial ilustrativa para uso editorial que combina de forma eficaz diferentes elementos para criar uma ideia clara e coerente. Esta imagem não documenta um evento, mas mostra um produto (uma bebida da Starbucks) ao lado de uma pessoa em um laptop.

Esta imagem pode ter muitos usos editoriais, por exemplo, em um artigo sobre café, Starbucks, ou trabalhar em casa,

Esta imagem também atende às normas de qualidade da Shutterstock, pois o conceito é forte, o foco da imagem está nítido e não há quaisquer outros problemas de qualidade (ruído excessivo, sombras ou destaque) com a imagem.



Como criar um conceito "forte" para imagens editoriais ilustrativas

A chave para enviar imagens ilustrativas para uso editorial está no fato de que todas as imagens devem ser úteis para ilustrar notícias, eventos atuais ou assuntos de interesse humano. Fotografar placas ou rótulos simplesmente não é suficiente para transmitir uma ideia ou conceito forte.

Em vez disso, concentre-se em um tema ou ideia relevante e posicione elementos de forma a ilustrar clara e fortemente esse tema ou ideia.

Por exemplo, a ideia por trás desta imagem editorial ilustrativa é "use o Visa online". Esta imagem possui dois elementos posicionados - um cartão de crédito Visa e um laptop - de modo a transmitir com coerência e clareza a ideia de usar o cartão de crédito Visa online.

A ideia é forte o suficiente para poder ser usada em um artigo ou comentário sobre o cartão Visa, compras online, ou operações bancárias online. Observe que esta imagem não poderia ser enviada para uso comercial devido ao logo da Visa, mas seria aceitável para uso editorial.

Além disso, esta imagem atende às normas de qualidade da Shutterstock, pois o foco da imagem está nítido e não há quaisquer outros problemas de qualidade (ruído excessivo, sombras ou destaque) com a imagem.

Por que credenciais são necessárias?

Digamos que você tenha tirado fotos muito boas de um show ou evento esportivo. Elas seriam ótimas para uso editorial, pois capturam um evento que você acha que pode ser de interesse de muitas pessoas. Como você pode enviar essas imagens para a Shutterstock?


Será necessário apresentar prova de credenciais antes de imagens enviadas que foram capturadas nesses tipos de eventos analisadas. As credenciais são uma prova de que você tinha autorização para fotografar o evento.

O objetivo da nossa política de credenciais é tratar de problemas contratuais. É comum que um ingresso de evento indique que é proibido fotografar. Para garantir que você tinha permissão para fotografar um evento que normalmente pode ter restrições quanto à fotografia, solicitamos prova de permissão na forma de credenciais.

As credenciais são diferentes de autorizações de propriedade, pois essas últimas mostram que você está autorizado a fotografar em propriedade privada e pode licenciar a imagem para uso comercial. Credenciais também se diferem de autorizações de modelo, pois estas mostram que você está autorizado a fotografar conteúdo retratando uma pessoa reconhecível e pode licenciar a imagem para uso comercial.

Por outro lado, credenciais mostram que você está autorizado a fotografar um evento, sendo limitadas a conteúdo editorial.



A swimmer in a pool, captured in motion, creating a splash of water. The swimmer is wearing a dark cap and goggles, and their arms are extended forward. The water is a deep blue, and the background shows the pool's edge and some foliage.

Quando credenciais são necessárias?

É necessário apresentar prova de credenciais para imagens ou filmes enviados para uso editorial que foram realizadas nos eventos listados abaixo antes que elas sejam analisadas, somente se tais eventos ocorrem em estabelecimentos particular e/ou exigem ingresso para entrada:

- Eventos desportivos (incluindo as realizadas em eventos em escolas, ou eventos recreativos, amadores)
- Shows
- Festivais
- Feiras
- Apresentações teatrais (incluindo aquelas realizadas em apresentações escolares/teatros)
- Convenções
- Aberturas
- Eventos pagos

Observe que não são exigidas credenciais para imagens ou filmes realizados em eventos gratuitos em locais públicos ou em eventos que não cobram taxa ou exigem ingresso. Analisamos esses envios, caso a caso, e lhe informamos se há necessidade de credenciais.

Aqui estão algumas situações gerais que ilustram quando credenciais podem ser necessárias.

No entanto, a exigência de credenciais depende principalmente do evento específico.

Evento	Exigência de credenciais?
Maratonas	Não, se tirada em local público
Corridas de bicicleta	Não, se tirada em local público
Apresentações teatrais em um parque público	Não
Evento esportivo ao vivo em um estádio	Sim (estádios tendem a ter regras estritas relacionadas à fotografia)
Exposições abertas ao público	Sim (uma galeria normalmente é um estabelecimento particular)
Jogos de basquetebol em uma universidade	Sim (em geral, são eventos pagos)
Jogos de beisebol em campo ou parque público	Não
Ferias de rua ou festivais públicos	Não
Eventos em local de culto religioso	Não
Corridas de cavalos	Sim (pistas de corrida tendem a ter regras estritas relacionadas à fotografia)





Enviar credenciais juntamente com suas imagens

Conteúdo que exige credenciais só será aceito se as seguintes credenciais forem fornecidas:

A Um crachá do evento (uma etiqueta não seria suficiente) que indique sua autorização para fotografar o evento e que inclua as seguintes informações:

- 1** o nome do evento;
- 2** a data do evento; e
- 3** seu nome (se possível)

OU

B Correspondência (por exemplo, e-mail, carta) com um representante autorizado do estabelecimento, agente do artista, ou outro representante autorizado do evento com autoridade para lhe conceder credenciais para fotografar o evento. Tal correspondência deve conter as seguintes informações:

- 1** o nome do evento;
- 2** a data do evento (se não houver, deve conter a data do e-mail);
- 3** seu nome;
- 4** o nome e a empresa do representante autorizado; e
- 5** o e-mail deve ser enviado da conta de e-mail da empresa do representante.

Reconhecemos que credenciais variam de acordo com o evento e, por isso, avaliamos as credenciais em cada caso, isoladamente. Para enviar imagens com credenciais, envie um e-mail para credentials@shutterstock.com antes de enviar suas imagens ou filmes.

Legendas e palavras-chave para conteúdo editorial

Legendas e palavras-chave adequadas são extremamente importantes para o conteúdo editorial por duas razões:

- 1** Legendas e as palavras-chave precisas ajudarão os clientes a localizar sua imagem eficientemente
- 2** Legendas e as palavras-chave precisas ajudarão os clientes a usarem a imagem corretamente

Considerando que o propósito de conteúdos editoriais é ser usado em notícias, opiniões ou comentários, é importante que ele seja preciso.

Não coloque palavras irrelevantes no título ou palavras-chave. Caso contrário, a imagem pode ser utilizada inadvertidamente de forma que pode resultar em informações incorretas. O que pode colocar você e o usuário final em risco.



Criando uma legenda

Uma imagem editorial deve ter uma legenda apropriada, que descreva o assunto específico da imagem. A legenda deve incluir identificadores básicos, como: Quem, O Quê, Por que, Onde e Quando. Atente especialmente à ortografia, formatação, formulação da frase, letras maiúsculas e pontuação.

Aqui está como, normalmente, uma legenda devem ser estruturada:

CIDADE, ESTADO/PAÍS - DIA MÊS ANO: [Descrição factual do conteúdo da imagem, inclusive quem e o que a imagem retrata].

EXEMPLO: JACKSON, NJ - 16 DE JUNHO DE 2008: Cantora Deborah Harry se apresenta no palco do Six Flags Great Adventure. Esta foi a terceira apresentação de Harry.

Aqui está uma análise dos elementos específicos da legenda:

Linha da data

A linha da data inclui o local e a data da fotografia. Este é o Onde e Quando ilustrado pela imagem. Essas informações devem sempre vir antes da legenda ou descrição do evento.

EXEMPLO: JACKSON, NJ - 16 DE JUNHO DE 2008

Se a data exata do evento não for conhecida, a palavra "circa" pode ser usada para indicar que a data do evento próxima do ano indicado na linha de data.

EXEMPLO: JACKSON, NJ - CIRCA JUNHO DE 2008

Descrição

A linha de data deve ser seguida pela legenda ou descrição do evento. Este é o Quem, O quê e Por que ilustrado pela imagem. Explique o que está acontecendo na imagem, escrevendo os fatos. Se uma foto retrata pessoas, comece pela identificação do(s) indivíduo(s) na imagem e descreva o que ele(s) está(ão) fazendo. Certifique-se de descrever a ação usando o tempo verbal presente ativo. Ao escrever, seja conciso (mantenha a legenda com, no máximo, 200 caracteres), preciso e baseie-se em fatos.

EXEMPLO: Cantora Deborah Harry se apresenta no palco do Six Flags Great Adventure. Esta foi a terceira apresentação de Harry.

Glossário de termos que você precisa conhecer

Termo	Definição
AUTORIZAÇÃO DE PROPRIEDADE	Permissão de documentos para usar uma imagem que retrata uma propriedade reconhecível ou tirada em propriedade privada para os fins previstos na autorização.
AUTORIZAÇÃO DOS MODELOS	Permissão de documentos para usar uma imagem que retrata uma pessoa reconhecível para os fins previstos na autorização.
CREDENCIAIS	Prova da autorização de um representante do estabelecimento para fotografar um evento pago.
DESIGNAÇÃO	Uma transferência de direitos de propriedade intelectual.
DESIGNADO	Pessoa ou entidade para a qual uma designação é feita.
DESIGNANTE	Pessoa ou entidade que faz uma designação.
DIREITOS CONTROLADOS (RM)	Uma licença RM, um dos tipos originais de licenças, concede permissão para o uso de uma imagem uma única vez. No entanto, se o cliente precisar da mesma imagem novamente, ele deverá pagar uma taxa adicional. Às vezes, as imagens RM são licenciadas com exclusividade para impedir que outros usem as mesmas imagens
DIREITOS AUTORAIS	Direito autoral é uma forma de proteção legal que dá aos autores de um trabalho criativo o poder exclusivo de exibir, reproduzir, distribuir e se beneficiar financeiramente com o trabalho criado por eles. Qualquer trabalho original de autoria publicado em uma mídia física pode ser protegido por direitos autorais.
DOMÍNIO PÚBLICO	Os trabalhos no domínio público são livres de direitos de propriedade intelectual e, portanto podem ser reproduzidos, distribuídos, editados, modificados ou incorporados a um novo trabalho sem autorização.
INDENIZAÇÃO	A garantia de compensação ou reembolso por perdas e danos decorrentes de violação de uma obrigação contratual, garantia ou a representação.
LICENÇA	Um contrato no qual um licenciante concede permissão para um licenciado a determinados direitos em condições específicas estabelecidas na licença.
LICENCIANTE	Uma pessoa ou entidade que concede uma licença de determinados direitos para outra parte.
MARCA REGISTRADA	Qualquer palavra, nome, símbolo, som ou cor que distingue mercadorias e serviços daquelas fabricados ou vendidos por outros e indique a origem do bem.
ROYALTY FREE (RF)	Ao contrário das licenças por direitos controlados (RM — veja abaixo), as licenças RF têm pouquíssimas restrições. Essas imagens podem ser usadas várias vezes pelo mesmo cliente sem custos adicionais. As imagens RF não são exclusivas e geralmente são mais baratas que as imagens RM. Esse tipo de licença pode ser muito popular, já que são mais fáceis de serem entendidas e mantidas. A Shutterstock é especializada em licenças RF.
TRABALHO DERIVATIVO	Um trabalho baseado em um trabalho já existente. Trata-se de um direito exclusivo do detentor dos direitos autorais do trabalho original.
USO EDITORIAL	Imagens de "uso editorial" retratam um evento que merece destaque ou assunto de interesse humano incluindo: artes, negócios, cultura, saúde e fitness, estilo de vida, eventos sociais, tecnologia e viagens. Essas imagens normalmente não são apropriadas para uso comercial, pois não possuem autorização.
USO LIMITADO	Uma defesa limitada afirmativa para uso não autorizado do material protegido por direitos autorais.

Recursos

Recursos – Departamento de direitos

autorais do EUA:

<http://www.copyright.gov>

Lei dos Direitos Autorais do Milênio Digital:

<http://www.copyright.gov/title17/92chap5.html#512>

Uso limitado:

<http://www.copyright.gov/fls/fl102.html>

Domínio público:

<http://copyright.cornell.edu/resources/publicdomain.cfm>

Departamento de marcas registradas do EUA:

<http://www.uspto.gov/trademarks/>

Recursos – Departamento de

direitos autorais internacionais

Alemanha	bmj.de
Austrália	ag.gov.au
Brasil	cultura.gov.br
Canadá	cipo.ic.gc.ca
China	ncac.gov.cn
Coreia	mcst.go.kr
Filipinas	ipophil.gov.ph
França	culturecommunication.gouv.fr
Índia	copyright.gov.in
Indonésia	dgip.go.id
Itália	librari.beniculturali.it
Japão	bunka.go.jp
Malásia	myipo.gov.my
México	Indautor.gob.mx
Paquistão	ipo.gov.pk
Reino Unido	ipo.gov.uk
República Checa	mkcr.cz
Romênia	orda.ro
Rússia	rupto.ru
Tailândia	ipthailand.go.th
Turquia	kulturturizm.gov.tr
Ucrânia	uacr.kiev.ua

Lista completa de departamentos de direitos autorais internacionais:

wipo.int/directory/en/urls.jsp

Convenção de Berna para a proteção de trabalhos literários e artísticos:

http://www.wipo.int/treaties/en/ip/berne/trtdocs_wo001.html

O Acordo Sobre Aspectos
dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio: [TRIPS](#)

Termos de serviço úteis

Termos de serviço da Shutterstock:

<http://submit.shutterstock.com/tostos.mhtml>

Declaração de Direitos e Responsabilidades do Facebook:

<https://www.facebook.com/legal/terms>

Termos de uso do Instagram:

<http://instagram.com/legal/terms/>

Termos de serviço do Tumblr:

http://www.tumblr.com/policy/en/terms_of_service

Termos de serviço do Twitter:

<https://twitter.com/tos>

Termos de serviço do Pinterest:

<http://about.pinterest.com/terms/>

Licenças úteis

Creative Commons:

<http://creativecommons.org>

Licença padrão da Shutterstock:

www.shutterstock.com/language/en/licensing.mhtml?type=standard&hsb=1

Licença Avançada da Shutterstock:

<http://www.shutterstock.com/licensing.mhtml?type=enhanced&hsb=1>

Ferramentas úteis para monitorar seu conteúdo

Pesquisa de imagem inversa do TinEye:

<http://www.tineye.com/>

Pesquisa de imagem do Google:

<http://www.google.com/imghp>

WayBack Machine:

<http://archive.org/web/web.php>

Licenças da Shutterstock

Licenças da Shutterstock:

<http://submit.shutterstock.com/legal>

Licenças em idioma estrangeiro aceitáveis:

<http://www.shutterstock.com/buzz/acceptable-foreign-language-releases>

