



O EURO 2024, A CONTRAFACÇÃO E A CAMPANHA “FAIR PLAY”

O Dia Mundial Anti Contrafacção, celebrado todos os anos a 5 de Junho, tem como objectivo alertar para os efeitos negativos da contrafacção e da pirataria, e dos danos causados por estas práticas ilícitas.

Este ano, com o início do Europeu de Futebol na Alemanha, a EUIPO (European Union Intellectual Property Organization) lançou uma **campanha sob o mote “Play Fair”**, com o intuito de consciencializar os adeptos para os efeitos negativos da contrafacção, levando-os a optar pelas transmissões oficiais e pela compra de produtos autorizados.

De acordo com um estudo da EUIPO, “8% dos jovens portugueses, com idades compreendidas entre os 15 e os 24 anos, admite ter comprado intencionalmente equipamento desportivo falso. Por outro lado, 7% dos jovens consumidores nacionais compraram artigos contrafeitos inadvertidamente”.

A contrafacção tem efeitos prejudiciais em diversas perspectivas da nossa vida: saúde, segurança, economia, sociedade e ambiente, bem como os riscos que o acesso a conteúdo ilegal online pode colocar ao nível da cibersegurança.

A contrafacção é o acto de “reproduzir ou imitar fraudulentamente uma coisa, em prejuízo do autor ou do inventor”.

Normalmente, nas situações de contrafacção, além da reprodução do produto em si, há também reprodução da marca/logotipo que os acompanha.

ENQUADRAMENTO LEGAL

Determina o **Código do Direito de Autor e Direitos Conexos**, nos artigos 196.º e 197.º, que “*comete crime de contrafacção quem utilizar como sendo criação ou prestação sua, obra, prestação de artista, fonograma, videograma ou emissão de radiodifusão que seja mera reprodução total ou parcial de obra ou prestação alheia, divulgada ou não divulgada, ou por tal modo semelhante que não tenha individualidade própria*”, sendo punido com “*pena de prisão até três anos e multa de 150 a 250 dias, de acordo com a gravidade da infracção, agravadas uma e outra para o dobro em caso de reincidência, se o facto constitutivo da infracção não tipificar crime punível com pena mais grave*”, sendo “*a negligência é punível com multa de 50 a 150 dias*”.

Por outro lado, no que se refere aos direitos de propriedade industrial, nomeadamente quanto às marcas, estipula o **Código da Propriedade Industrial**, no artigo 320.º, que é punido com pena de prisão até três anos ou com pena de multa até 360 dias quem, sem consentimento do titular do direito:

a) Fabricar, importar, adquirir ou guardar, para si ou para outrem, com qualquer das

finalidades referidas nas alíneas seguintes, quaisquer suportes que reproduzam ou imitem uma marca registada, no todo ou em algumas das suas partes características;

- b) Usar, nos seus produtos ou respetivas embalagens, marcas contrafeitas ou imitadas;
- c) Oferecer ou prestar serviços sob marcas contrafeitas ou imitadas;
- d) Importar, exportar, distribuir, colocar no mercado ou armazenar com essas finalidades, produtos com marcas contrafeitas ou imitadas;
- e) Usar reprodução ou imitação de marca registada como firma ou denominação social;
- f) Usar, no exercício das atividades referidas nas alíneas b) a e), marcas contrafeitas ou imitadas em documentos comerciais ou em publicidade;
- g) Usar, contrafazer ou imitar marcas notórias cujos registos já tenham sido requeridos em Portugal;
- h) Usar, ainda que em produtos ou serviços sem identidade ou afinidade, marcas que constituam tradução ou sejam iguais ou semelhantes a marcas anteriores cujo registo tenha sido requerido e que gozem de prestígio em Portugal, ou na União Europeia se forem marcas da União Europeia, sempre que o uso da marca posterior procure, sem justo motivo, tirar partido indevido do carácter distintivo ou

do prestígio das anteriores ou possa prejudicá-las;

- i) Usar, nos seus produtos, serviços, estabelecimento ou empresa, embalagens, dísticos ou quaisquer outros suportes com marcas registadas legitimamente apostas.

NOTAS FINAIS

A contrafacção representa, por um lado, um enorme risco para a segurança e saúde, e por outro lado, um enorme prejuízo para as empresas e autores e/ou titulares de direitos.

Para além das perdas de receitas e da destruição de postos de trabalho, conforme demonstrado por outro recente estudo do EUIPO sobre o impacto económico da contrafacção nos sectores do vestuário, dos

cosméticos e dos brinquedos na UE, as empresas sofrem danos reputacionais devido a cópias de menor qualidade.

No que ao desporto diz respeito, temos várias estrelas do futebol que recorrem à proteção da propriedade intelectual para alavancar a sua popularidade, tais como Kylian Mbappé, Cristiano Ronaldo, Vinícius Júnior ou Lionel Messi.

Em matéria de design, temos a maior parte do calçado, dos equipamentos oficiais e das bolas como designs comunitários registados.

Vanessa Gaspar
v.gaspar@caldeirapires.pt

Notas: a autora escreve de acordo com o antigo acordo ortográfico