



Universidades Lusíada

Cordeiro, Pedro João Fialho da Costa, 1956-

Press clipping

<http://hdl.handle.net/11067/1692>

<https://doi.org/10.34628/j42c-v265>

Metadados

Data de Publicação	2015-10-27
Palavras Chave	Recortes de imprensa, Direitos de autor - Portugal
Tipo	article
Revisão de Pares	Não
Coleções	[ULL-FD] LD, s. 2, n. 12 (2014)

Esta página foi gerada automaticamente em 2024-07-18T20:19:07Z com informação proveniente do Repositório

PRESS CLIPPING ¹

Pedro Cordeiro ²

Sumário: I – Introdução; II – *Press Clipping*. O problema; III – *Press Clipping* e Direito de Autor; A) Os Direitos das Empresas Jornalísticas; B) Os Direitos dos Autores de Obras Literárias e Artísticas inseridas nos Jornais; IV – A Actividade das Empresas de *Clipping* e os Direitos de Autor Individuais; V – Conclusões.

Palavras-chave: *Press clipping*; Direito de Autor; Empresas jornalísticas; Jornais e Direito de Autor.

Abstract: I – Introduction; II – *Press Clipping*. The Problem; III – *Press Clipping* and Copyright; A) the rights of media companies; B) The rights of authors of literary and artistic works inserted in the papers; V - Conclusions.

Key-words: *Press Clipping*; Copyright; Media companies; Newspaper's and Copyright.

I – Introdução

1. O tema que nos propomos tratar é, como se sabe, o *Clipping*.

Vamos, desde já, acrescentar ao título uma palavra que nos ajuda a compreender o objecto deste trabalho: “*press*”

O que vamos abordar é por conseguinte, o *press clipping* e não o *vídeo clipping* ou outras realidades que nos aparecem referidas quando fazemos uma busca baseados unicamente na expressão *clipping*.

2. Temos de proceder ainda a algumas distinções ulteriores de modo a delimitarmos adequadamente aquilo sobre que vai incidir o nosso estudo.

O *press clipping* é espécie de um género normalmente designado por “*derived*

¹ Palestra proferida na Faculdade de Direito de Lisboa, no XI Curso de Verão de Direito da Sociedade da Informação, organizado pela FDL e pela APDI.

² Professor na Faculdade Direito da Universidade Lusíada de Lisboa.

information services".

Estes, por sua vez, podem referir-se a conteúdos da imprensa escrita – o nosso *press clipping* – ou materiais cuja fonte seja a rádio ou a televisão, conhecidos por "*broadcast monitors*". O *press clipping* deve ser ainda diferenciado de outros serviços de informação derivados como os portais ou motores de busca (como o Google) e os *news "webs"* (como o IBLnews, ou o PeriodistaDigital.es).

3. Feita esta delimitação negativa, sabemos, pois, o que vai centrar a nossa atenção:

O *press clipping* – que consiste, genericamente, no trabalho de leitura, selecção, resumo e compilações de conteúdo dos vários jornais ou outras publicações periódicas fornecendo aos diferentes clientes, de forma condensada, os elementos essenciais da informação veiculada pelos órgãos de comunicação social escrita para a sua actividade.

O *press clipping* consiste, na feliz metáfora de um ilustre Professor da Universidade Complutense de Madrid, "num complexo vitamínico para aqueles que não podem ou não querem comer de forma adequada"³.

4. Sabendo, portanto, qual o objectivo da nossa investigação e alertando, desde já, que as conclusões a que chegarmos nos parecem adaptáveis com as necessárias modificações a outros modelos de serviços de informação derivada, nomeadamente aos *broadcast monitors*, debruçemo-nos então sobre as questões que o *press clipping* implica.

II – *Press Clipping* – O problema

1. Contrariamente ao que se poderia supor – já que só recentemente o *press clipping* ganhou enorme actualidade e é fonte de discussão acesa – a figura que nos ocupa tem largas dezenas de anos.

De facto, todos sabemos e muitos experienciámos que no seio de diversas empresas existia um funcionário ou um serviço de secretariado (nas de maior dimensão) que se ocupava de fazer, muitas vezes diariamente, aquilo que se designava por "*revista de imprensa*" – que mais não era do que a extracção e compilação das notícias dos jornais – que nunca ninguém questionou nem pareceu suscitar qualquer tipo de preocupação.

2. Pergunta-se então: porque ganha agora o *press clipping* tamanha atenção geradora de acesos debates e de fracturantes tomadas de posição.

A resposta é ao mesmo tempo simples e complexa.

Simple porque, se quisermos ser sucintos, ela pode ser reduzida a duas palavras.

Complexa porque a nova realidade do *press clipping* implica a troca de argumentos de diversa índole e o esgrimir de posições jurídicas (que é, no nosso

³ A metáfora é LORETO CORREDOIRA y ALFONSO, in "*press clipping in the digital age*", pág.3.

âmbito, o que nos importa) que supõe um estudo aprofundado de diversas matérias.

3. Começando no que a resposta tem de simples dissemos que ela pode ser sintetizada em duas palavras: digital e dinheiro.

Digital porque enquanto o *press clipping* teve carácter rudimentar e operou no seio de cada empresa podia ser feito de forma diríamos artesanal.

Mas com a chegada da dita Sociedade da Informação e com a massificação desta que a mesma implicou, a quantidade de material informativo relevante disparou exponencialmente levando à criação de empresas cuja actividade exclusiva é precisamente a busca e compilação dos diferentes materiais informativos e posterior fornecimento dos mesmos aos respectivos clientes, muitas vezes sectorialmente, divididos segundo a sua área de actividade⁴.

Dinheiro porque ao verem florescer estas empresas de *press clipping* e os lucros que elas geram os titulares de direitos de autor, mormente os editores jornalísticos pretendem participar dos mesmos, sendo o Direito de Autor invocado instrumentalmente na busca desse desiderato.

A questão coloca-se, portanto, no debate entre o direito de acesso à informação e o direito dos editores de jornais ou de outras publicações periódicas e dos autores.

Como certamente assinala Dreier, os titulares das empresas de *clipping* tendem a entender que o acesso e divulgação do conteúdo dos jornais é livre.

Os editores – e é fundamentalmente relativamente a eles que a questão se coloca – preocupados com a distribuição do conteúdo dos seus jornais sem qualquer tipo de remuneração, querem limitar ou bloquear o mercado impedindo qualquer tipo daquilo que consideram ser reproduções das suas obras⁵.

III – *Press Clipping* e Direito de Autor

1. Vimos no ponto anterior o cerne da questão. Temos de averiguar até onde e em que medida as empresas de *clipping* **são livres de utilizar o material que retiram do que é publicado nos jornais ou** noutras publicações periódicas⁶, ou se ao fazê-lo estão a violar os direitos de autor do editor ou dos autores individuais cujos contributos estão inseridos na obra jornalística. É este o ponto central da nossa investigação.

2. Do modo como acabámos de equacionar a questão facilmente se retira

⁴ Note-se que entre as actividades de *press clipping* podem-se incluir diferentes serviços tais como, alertas, emails com novos títulos, resumos reproduzidos em papel ou electronicamente, reedições e usos subsequentes do material compilado, etc...

⁵ THOMAS DREIER “Overview of legal aspects in the EU Institute for Information Law”

⁶ A partir daqui, e por economia de expressão, usaremos apenas a expressão jornais utilizando-a em sentido amplo e de modo abrangente incluindo nela os outros tipos de publicações periódicas que não são comumente designados por jornais.

que teremos de confrontar a liberdade de informação das empresas de *clipping* com dois direitos autorais – o das empresas editoras e o dos autores individuais, vendo, a final, até que ponto se entrecruzam ou interligam.

Diga-se, desde já, que o nosso estudo se cingirá ao direito português, já que a busca de lugares paralelos mesmo no seio da U.E. se revela para efeitos da presente exposição de interesse muito relativo.

De facto, as soluções, por motivos diversos, são muito díspares até porque os direitos a serem tidos em conta e os seus titulares são diversificados de sistema jurídico para sistema jurídico.

Concentremo-nos, por conseguinte, no nosso direito.

A – Os Direitos das Empresas Jornalísticas

3. Os jornais têm um regime particular em sede de Direito de Autor. Eles são obras colectivas.

A qualificação não oferece dúvidas.

O art.º 16.º, n.º 1, alínea b) do CDADC esclarece que a obra é colectiva “quando organizada por iniciativa de entidade singular ou colectiva e divulgada ou publicada em seu nome”.

E a titularidade do direito de autor sobre a obra colectiva é da entidade singular ou colectiva que tiver organizado e dirigido a sua criação e em nome de quem tiver sido divulgada ou publicada, como decorre do n.º 1, do art.º 19.º do CDADC, acrescentando o n.º 3, do mesmo art.º 19.º que “os jornais e outras publicações periódicas presumem-se obras colectivas, pertencendo às respectivas empresas o direito de autor sobre os mesmos”.

Atrever-nos-íamos a dizer que é uma verdadeira presunção “*juris et de jure*”...

Não restam, pois, quaisquer dúvidas quanto à natureza da obra jornalística – **é uma obra colectiva** – e do direito que é outorgado a título originário à empresa – é um direito de autor.

O n.º 2 do citado art.º 19.º é também de ter em linha de conta porque desde logo nos permite compreender que o direito de autor sobre a obra colectiva não preclui os direitos individuais dos autores de obras nela incluídas.

Quer dizer, na obra colectiva há que compaginar o direito de autor sobre a mesma e os direitos individuais dos autores que nela tenham participado.

É nitidamente um caso de contitularidade e que demonstra que numa obra jornalística se podem incluir obras literárias e artísticas que não se confundem nem diluem na obra colectiva⁷.

4. Mas os jornais não são só um conjunto de obras. Diríamos até que,

⁷ Não é, aliás, uma situação única no nosso direito. A obra em colaboração, a conexão de obras e obra compósita são outros exemplos eloquentes de contitularidade de direitos de autor ainda que de índole diversificada.

na esmagadora maioria dos casos, o conteúdo da obra colectiva é de natureza meramente noticiosa que escapa a qualquer tutela jus-autoral, tratam-se de meras narrativas informativas sem qualquer tipo de criatividade e que, por isso mesmo, são excluídas de protecção nos termos do art.º 7.º do CDADC, na esteira do art.º 2º, n.º 8 da Convenção de Berna⁸.

5. Interessa, contudo, frisar um aspecto que é essencial para a nossa investigação: o direito de autor da empresa editora é relativo ao jornal, à obra colectiva como um todo e não a aspectos parcelares desta, salvo nos casos, pouco comuns e que teremos ocasião de analisar, de lhe terem sido atribuídos, por via legal ou negocial, direitos patrimoniais dos autores individuais⁹.

O editor goza, assim, do exclusivo de exploração económica da obra jornalística genericamente estabelecido no art.º 67.º, n.º 2 do CDADC e que se consubstanciará, fundamentalmente, na reprodução e distribuição dos diversos exemplares actuais ou passados ou na elaboração de colecções dos mesmos.

Goza ainda do direito de autorizar ou proibir durante um período de três meses a exploração autónoma que o autor da obra incluída no jornal pretenda fazer – art.º 174.º, n.º 2 do CDADC e 7.º B, n.º 5 do Estatuto do Jornalista (Lei n.º 1/99, de 13 de Janeiro, na redacção que lhe foi dada pela Lei n.º 64/2007, de 6 de Novembro) e de, no caso de o autor estar vinculado por contrato de trabalho, explorar a obra para fins informativos e pelo período de 30 dias contados da sua primeira disponibilização ao **público, em cada um dos órgãos de comunicação social e respectivos sítios electrónicos, detidos pela empresa ou grupo económico a que os jornalistas se encontrem contratualmente vinculados** (art.º 7.º B, n.º 3 do Estatuto do Jornalista).

B – Os Direitos dos Autores de Obras Literárias e Artísticas inseridas nos Jornais

1. Como anteriormente sublinhámos, quando referimos o n.º 2 do art.º 19.º do CDADC, os direitos dos autores individuais inseridos na obra colectiva – jornal não são prejudicados pela tutela desta¹⁰.

Recorde-se, mais uma vez, que as simples notícias e relatos de acontecimentos diversos com carácter de simples informação, escapam à qualificação como obras e, consequentemente, à tutela do Direito de Autor, como resulta inequivocamente, do art.º 7.º, n.º 1, alínea a) do CDADC e é reafirmada pelo art.º 7.º A, n.º 1 do Estatuto do Jornalista.

2. No que toca às obras intelectuais teremos de partir de uma distinção fundamental: a que se estabelece entre as obras criadas pelos jornalistas que não têm um vínculo laboral com a empresa jornalística – os ditos “*free-lancers*” – e

⁸ De igual modo e por maioria de razão, meros colaboradores na composição do jornal – v.g., impressores, paginadores, revisores – não merecem qualquer protecção em sede de Direito de Autor.

⁹ Adiante elucidaremos as situações a que nos referimos.

¹⁰ Ainda que sofram limitações que procuram salvaguardar a exploração da obra jornalística.

aqueles que o têm.

Esta distinção resulta e é-nos imposta pelos art.^{os} 173.^o e 174.^o do CDADC.

Para compreendermos as situações jurídicas que correspondem aos dois tipos de jornalistas teremos de operar uma conjugação criteriosa entre as normas do CDADC e as do Estatuto do Jornalista (mais concretamente entre os art.^o 173.^o do CDADC e o art.^o 7.^o A do Estatuto do Jornalista e o art.^o 174.^o do CDADC e o art.^o 7.^o B do Estatuto do Jornalista, respectivamente).

No que respeita aos “*free-lancers*” o art.^o 173.^o esclarece, numa tautologia dispensável, que o direito de autor sobre a sua obra lhe pertence bem como o direito de assinar as suas obras em consonância com o que é estabelecido nos n.os 1 e 2 do art.^o 7.^o A do Estatuto do Jornalista.

Os direitos pessoais (ditos morais) à menção da designação à paternidade e à integridade, **são enfatizadas nos** n.os 2 e 3 deste último preceito, ainda que os jornalistas não se possam opor a alterações derivadas de problemas de redimensionamento ou correcção linguística, caso em que o jornalista apenas pode reagir recusando a associação do seu nome à peça publicada (n.^o 4, mesmo art.^o 7.^o A)¹¹.

Finalmente o n.^o 5, do art.^o 7.^o A permite a transmissão total ou parcial (oneração) do direito de autor (necessariamente do direito patrimonial) sobre obras futuras que venham a ser realizadas no prazo máximo de cinco anos¹².

3. Por sua vez, como já se disse, os jornalistas adstritos a contrato de trabalho vêem a sua situação regulada nos art.os 174.^o CDADC e 7.^o B do Estatuto do Jornalista¹³.

O art.^o 174.^o do CDADC outorga-lhes o direito de autor sobre trabalhos que comportem a sua identificação por assinatura ou outro meio.

Esta questão da identificação é determinante. De facto, por força do n.^o 4, do mesmo art.^o 174.^o, se o autor não for identificado, o seu direito passa para a titularidade da empresa jornalística¹⁴.

Isto implica uma disparidade de regimes de difícil entendimento: o *free-lancer* pode a todo o tempo reivindicar a sua autoria e com isso exercer o seu direito de autor – art.^o 7.^o A, n.^o 2 – o jornalista sujeito a um vínculo jus-laboral perde o seu direito pelo simples facto de não se identificar no momento da publicação.

Parece-nos uma discrepância injustificada que deverá levar a um repensar das soluções legais.

¹¹ Num curioso paralelismo com o que se passa na obra de arquitectura – vide art.^o 60.^o, n.^o 3 do CDADC.

¹² O que, diga-se, numa actividade como a jornalística, se nos afigura como um prazo manifestamente excessivo.

¹³ Recorde-se, mais uma vez, que só estão em causa produções jornalísticas que constituam obras literárias ou artísticas.

¹⁴ Norma que só encontra paralelo no art.^o 14, n.^o 3 do CDADC que, como se sabe, não é relativo à obra colectiva mas sim à obra por encomenda.

Retomando a análise interpretativa dos art.os 174.º e 7.º B do Estatuto do Jornalista verificamos que este último concede aos jornalistas um direito de remuneração autónoma das suas obras, sem prejuízo do estabelecido no seu n.º 3 – que adiante analisaremos em detalhe.

Acontece, porém, que o art.º 7.º B do Estatuto do Jornalista não revoga o art.º 174.º do CDADC15.

Cria-se, por isso, um complexo sistema de harmonização dos dois preceitos que exige minúcia e atenção redobrada.

Ora o n.º 2, do art.º 174.º do CDADC, proíbe aos jornalistas vinculados por contrato de trabalho, a publicação das suas obras, por um período de três meses sobre a data da publicação, salvo se para tal obtiver autorização da empresa.

Pensar-se-ia que, deste modo, ficaria salvaguardado o direito do jornalista de explorar autonomamente o seu trabalho.

Parece-nos, todavia, que este direito não passa de uma reminiscência do passado verdadeiramente inócua.

Sendo certo que o Estatuto do Jornalista não revoga o preceituado no art.º 174.º do CDADC, a verdade é que o art.º 7.º B, daquele diploma contém uma norma que lhe retira qualquer efeito útil no que tange à exploração autónoma que o jornalista venha a efectuar.

Referimo-nos, obviamente, ao n.º 3, do citado art.º 7.º B do Estatuto do Jornalista.

Recordemos o seu teor:

“Considera-se incluído no objecto do contrato de trabalho o direito de utilização da obra protegida pelo direito de autor, para fins informativos e pelo período de 30 dias contados da sua primeira disponibilização ao público, em cada um dos órgãos de comunicação social, e respectivos sítios electrónicos, detidos pela empresa, ou grupo económico a que os jornalistas se encontrem contratualmente vinculados”.

É um direito esmagador.

A empresa jornalística pode utilizar a obra não apenas para publicação, mas as vezes que pretenda durante um período de 30 dias para fins informativos.

Mais importante ainda, pode fazê-lo em todo o tipo de órgãos de comunicação social (v.g., organismos de radiodifusão) e mesmo por via electrónica¹⁶.

Mas a expansão do direito da empresa jornalista não se fica por aqui já que o seu direito é extensivo a todas as restantes empresas do grupo económico em que aquela se insira.

Acresce que o já referido n.º 5 do art.º 7.º B em apreço vem reafirmar a

¹⁵ Chega mesmo a invocar a sua aplicação com as necessárias adaptações – vide n.º 5, do art.º 7 B do Estatuto do Jornalista.

¹⁶ Todo o regime, que tinha sido pensado em função do analógico, estende-se agora ao digital.

aplicação, com as necessárias adaptações, do art.º 174.º, n.º 2 aos restantes meios de comunicação ao público das obras jornalísticas.

Só pode estar a referir-se a outras empresas ou a publicações autónomas das obras jornalísticas feitas pelo próprio autor.

Mas pergunta-se: face à massiva divulgação das obras jornalísticas individuais permitidas à empresa, quem se interessará na exploração autónoma que das mesmas seja feita?! Quem quererá uma nova publicação daquilo que há meses atrás já retirou da INTERNET?

A resposta parece-nos óbvia: NINGUÉM.

O bonito e folclórico direito do autor individual de explorar autonomamente a sua obra passados três meses da publicação, fica assim, na prática, reduzido a pó.

IV - A Actividade das Empresas de *Clipping* e os Direitos de Autor Individuais

1. Tendo visto os diversos direitos cabe agora perguntar: como é que as empresas de *clipping* os podem afectar?

Recordando pontos prévios que podemos dar por adquiridos, ficámos a saber que as meras notícias que não contenham obras escapam a qualquer protecção (art.º 7.º do CDADC e art.º 7 A do Estatuto do Jornalista); que o direito de autor da empresa jornalística incide sobre o jornal como um todo enquanto obra colectiva; que o direito da mesma empresa sobre as obras individuais só poderá ocorrer se os direitos sobre as mesmas lhe foram transmitidos (art.º 7.º B, n.º 2 do Estatuto do Jornalista) ou se as obras não identificam o autor (art.º 174, n.º 4 do CDADC).

Sendo assim, só nestes últimos casos¹⁷ ou em face da tutela dos autores individuais a actividade de *clipping* poderá estar em causa.

2. Pareceria, portanto, estarem encontradas as grandes linhas que permitiriam solucionar a questão que nos propusemos dilucidar.

Mas uma tal conclusão é manifestamente redutora.

Ao contrário do que muitos esquecem (ou pretendem esquecer) o Direito de Autor não é uma ilha no sistema jurídico e muito menos na sociedade.

Ora, no plano específico em que nos movemos, os direitos de autor eventualmente existentes têm de ser compaginados com um direito do público que merece mesmo consagração constitucional¹⁸ - o direito à liberdade de informação.

Um princípio basilar de qualquer sociedade moderna é o de que a informação é livre.

¹⁷ Em que as empresas editoras assumem a posição jurídica dos autores das obras e passam, por isso, a ter os direitos que a estes corresponderiam.

¹⁸ Vide, art.º 37.º da Constituição da República Portuguesa.

Por isso mesmo os artigos supracitados (7.º do CDADC e 7.º A do Estatuto do Jornalista) fazem escapar a qualquer tutela as meras notícias. Uma vez que entrem no circuito de comunicação ao público elas são livres.

Acontece, porém, que as obras publicadas num jornal são elas próprias notícias.

Teremos, pois, que contabilizar o direito de autor que é atribuído a estas notícias / obras com a liberdade de informação de que temos vindo a falar.

Curiosamente o legislador teve perfeita consciência deste problema¹⁹.

Partindo da fonte – a Convenção de Berna (CB) – encontramos três disposições que nos elucidam sobre o problema.

Desde logo ao art.º 10º, n.º 1 que como se sabe consagra o direito de citação e que concebe as revistas de imprensa como manifestações desse direito.

Fazendo-se eco da norma convencional o art.º 75.º, n.º 2, alínea c) do CDADC vem considerar como utilizações livres a elaboração de tais revistas de imprensa.

Subsequentemente o art.º 10.º bis, n.º 1 vem permitir aos órgãos de comunicação social a reprodução ou comunicação pública (nas suas diversas variantes), de artigos de actualidade de discussão económica, política ou religiosa (obras por excelência) publicados nos jornais ou compilações periódicas.

Finalmente, o mesmo art.º 10.º bis, mas agora no seu n.º 2, permite que sejam reproduzidas ou tornadas acessíveis ao público obras literárias ou artísticas que no decurso de relatos de acontecimentos da actualidade sejam divulgadas – pela fotografia, cinematografia ou radiodifusão – na medida em que o fim informativo o justifique.

Mais uma vez, o legislador português, apesar da fórmula mais vaga que utilizou – art.º 75.º n.º 2, alínea r) do CDADC – fez uso da permissão convencional consagrando mais uma utilização livre.

3. Temos, pois, o quadro global perfeitamente delimitado. Devemos agora perguntar como é que a actividade de *clipping* se processa.

Vimos o porquê e o pra quê do *clipping*. Interessa-nos agora verificar o como é que se “clippa”. Retomando o que atrás ficou exposto, pensamos que o *clipping* só pode operar de dois modos:

- a) Indicando por palavras suas a matéria noticiosa.
- b) Resumindo a(s) notícia(s).

Qualquer aproveitamento servil que se traduza numa mera cópia escapa, por isso, à qualificação como *clipping*.

4. Tendo visto os diversos ângulos do problema estamos, por conseguinte, habilitados a apresentar as nossas conclusões, que o mesmo é dizer, discorrer sobre eventuais direitos das empresas jornalísticas e dos autores individuais dos diversos tipos de obras relativamente às empresas de *clipping*.

¹⁹ Quer o internacional, quer o nacional, como iremos demonstrar.

V - Conclusões

1. Cabe desde logo perguntar: que tipos de obras podem estar envolvidas em toda esta questão?

A resposta não oferece **dúvidas**.

O jornal, enquanto obra colectiva, as obras literárias dos jornalistas trabalhadores e colaboradores do jornal e as obras fotográficas de autores individuais que estejam na mesma condição dos anteriores.

2. Quanto à obra colectiva/jornal ela escapa, por natureza, ao *clipping*. Ela é susceptível de cópia mas não de síntese ou resumo.

Fica, assim, dilucidado o problema central, que tem gerado toda a polémica sobre a actividade das empresas de *clipping*.

Quer isto dizer que as empresas jornalísticas não têm qualquer direito quanto ao *clipping* da sua obra colectiva - única relativamente à qual detêm um direito de autor originário.

As suas exigências podem ter origem em pretensões financeiras com o objectivo de procurarem partilhar o bolo lucrativo das empresas de *clipping*, mas não têm qualquer fundamento em sede de Direito de Autor.

Sendo assim, de um só golpe fica resolvido o problema que está no âmago de toda esta controvérsia.

Em resumo: **as empresas de *clipping* são absolutamente livres de o efectuar no que toca à obra colectiva/jornal.**

3. Só as obras individuais poderão, por conseguinte, estar em causa.

Recorde-se, mais uma vez, que as meras notícias escapam a qualquer tipo de protecção jus-autoral.

Restam, pois, os direitos dos autores individuais de obras literárias ou fotográficas inseridas no jornal.

Estas podem pertencer aos seus criadores intelectuais ou à empresa jornalística se, por lei ou contrato, lhe foram outorgados - *ex vi* art.º 174.º, n.º 4 do CDADC e art.º 7.º B, n.º 2 do Estatuto do Jornalista.

Acontece, porém, que as estas obras, são também elas notícias ou inserem-se no seu seio (caso das obras fotográficas), pelo que, a partir do momento em que são divulgadas, ficam no domínio das utilizações livres, seja qual for o modo como o *clipping* seja realizado - art.º 75.º, n.º 2, alíneas c), m) e r) do CDADC.

Escaparão quanto muito as obras artísticas, ou seja, as fotográficas se se demonstrar que a sua inclusão não cai no âmbito de aplicação do já referido art.º 75.º, n.º 2, alínea r), o que se nos afigura como a hipótese mais plausível²⁰.

Em suma, e face às várias etapas que fomos percorrendo, podemos concluir que, face ao Direito de Autor português, o designado *press clipping*, que se traduz na selecção e disponibilização de informação actualizada constante de jornais ou

²⁰ De facto, não se apresenta como verosímil que uma empresa de *clipping* proceda à reprodução de uma fotografia desinserida do contexto noticioso que justificou a sua publicação.

outras publicações periódicas, é absolutamente livre, não estando as empresas que o realizam sujeitas a qualquer restrição ou pagamento de teor jus-autoral.