

CONSIDERAȚII PRIVIND DREPTURILE DE PROPRIETATE INTELECTUALĂ ÎN ȘTIINȚĂ, TEHNICĂ ȘI ARTĂ SAU ÎNTRE „CREAȚIE” ȘI „PLAGIAT”

Maria-Elena OSICEANU
lect. dr. Universitatea Tehnică de Construcții București

Abstract: The purpose of this article is to highlight the relationship between the terms of the triad: creativity - originality – plagiarism, seen in the perspective of intellectual property rights, in various domains of activity. Any discussion of plagiarism must involve the current questions regarding "fair use" and copyright. It is no accident that public debates about plagiarism have coincided with efforts to limit access to copyrighted material: on the one hand, we face the exponential increase in readily available information from the Web, and, on the other, threats of property-rights litigation and increasingly limited access to this material.

Key words: Intellectual Property, Copyright, Creativity, Plagiarism, Originality.

1. Introducere

La ora actuală problematica plagiatului a devenit un „subiect la modă” atât în mediile academice, intelectuale, cât și în cele politice, în presa scrisă și televizată, în dezbaterile de pe forumuri, dar și „în piața publică”, astfel încât reluarea lui excesivă, într-un mod incorect, incomplet și nevizat, riscă să ducă subiectul în cauză, altminteri extrem de serios și important, în desuetudine. De prea multe ori, discuțiile și întrebările legate de plagiat sunt formulate în termeni subiectivi, reducătorii, care creează puțin spațiu pentru a înțelege complexitatea unor expresii de genul „atribuirea textului”, „permisiunea autorului”, „dreptul de autor” sau „dreptul de proprietate intelectuală”...

Prezentul articol își propune să abordeze această tematică pornind de la argumentul central că orice discuție despre plagiat trebuie să implice întrebări referitoare la: „utilizarea corectă” și, respectiv, „drepturile de proprietate intelectuală”. Nu este un fapt accidental că, dezbaterile publice cu privire la plagiat au coincis cu eforturile de a limita accesul la materialele cu drepturi de autor. Se constă că, în egală măsură, ne confruntăm atât cu creșterea exponențială a informațiilor disponibile de pe site-urile Web, dar și cu accesul tot mai limitat la aceste materiale sau cu amenințări și litigii legate de drepturile de proprietate intelectuală.

În mod frecvent, se consideră că legile moderne cu privire la drepturile de proprietate intelectuală ar putea reprezenta un echilibru între două categorii de interese aflate în conflict: pe de o parte, drepturile economice ale unui autor asupra propriilor creații intelectuale și, pe de altă parte, accesul la libera informație într-o societate deschisă. La aceasta se adaugă realizările din domeniul tehnologiei digitale constituie reale provocări pentru menținerea acestui echilibru.

2. Dreptul de proprietate intelectuală – cadru conceptual

Dreptul de proprietate intelectuală este un concept juridic și se referă la ansamblul drepturilor exclusive pe care o persoană, în calitate de autor, le deține asupra propriilor creații intelectuale (lucrări muzicale, literare și artistice; descoperiri și invenții; desene și modele industriale, baze de date etc.). Sub incidența drepturilor de proprietate intelectuală, pot intra, în egală măsură, ceea ce este cunoscut în limbajul de specialitate sub denumirea de „intangibile” sau „bunuri spirituale”, cum ar fi: idei, simboluri, cuvinte, fraze sau expresii. Dreptul de proprietate intelectuală presupune și drepturi morale (care nu pot fi moștenite și nici evaluate financiar), exclusiv atașate de autorul unei opere, perpetue și inalienabile, aplicându-se și *post-mortem*, chiar și atunci când opera, devenită „bun comun” aparține publicului larg. Dreptul de proprietate intelectuală protejează o operă în forma sa finală, dar nu și ideile sau informațiile care se află la originea sa. Astfel, „rezumatul” unei opere scrise sau citarea unui titlu într-o bibliografie, nu constituie un „împrumut” și nici nu sunt

protejate prin drepturi de autor. Valabilitatea dreptului de proprietate intelectuală are o durată variabilă (între 50-70 de ani de la moartea autorului).

În Europa, cele mai cunoscute forme de proprietate intelectuală se referă la: dreptul de autor (care corespunde în mare *copyright*-ului), brevetul de invenție, mărcile înregistrate, desenele și modelele industriale, secretul industrial, drepturi morale.

Statele Unite ale Americii recunosc trei metode de protejare a proprietății intelectuale, mai mult sau mai puțin echivalente omologelor lor europene: *copyright*-ul, asociat drepturilor de autor, *trademark*, pentru marca înregistrată și *patentul*, în cazul brevetului de invenție.

În Franța, proprietatea intelectuală comportă două componente: 1) proprietatea literară și artistică care vizează lucrările considerate produse ale creației spirituale („opere ale spiritului”) și se referă la drepturile de autor; 2) proprietatea intelectuală, care regrupează o parte a creațiilor cu caracter utilitar, cum ar fi brevetul de invenție, mărcile înregistrate, desene și modele industriale, denumiri originale sau nume de domenii.

2.1. Proprietatea literară și artistică

2.1.1. Drepturile de autor. Drepturile de autor reprezintă ansamblul prerogativelor exclusive de care dispune un creator asupra unei producții intelectuale originale. Drepturile de autor protejează forma unei lucrări expresive originale (literare, artistice sau tehnice). Se compune din drepturi patrimoniale și din drepturi morale. Drepturile patrimoniale permit autorului să fie remunerat ori de câte ori lucrarea sa este expusă publicului. Aceste drepturi se acordă pentru o perioadă de timp limitată, care variază în funcție de țară și de natura lucrării. Odată ce perioada de protecție se încheie, opera intră în domeniul public și poate fi utilizată de toți membrii societății. Drepturile de autor permit alegerea exclusivă a modalităților de publicare, reproducere, adaptare și traducere a lucrărilor pe o perioadă determinată. Rolul lor fundamental este acela de a permite autorului, dacă dorește acest lucru, să fie remunerat pentru munca sa, protejând copierea neautorizată a lucrărilor sale, mai ales de activitatea de piraterie. Scopul larg al drepturilor de autor este acela de a promova cunoașterea prin încurajarea autorilor de a crea și difuza operele pe care le realizează. Drepturile morale sunt în principal legate de personalitatea autorului și reunesc: dreptul de a revendica paternitatea operei, dreptul de a decide momentul și modalitățile publicării sale („dreptul de divulgare”), dreptul de a se opune oricărei deformări și alterări a operei („respectul operei”), dreptul de a se opune oricărei utilizări ce ar putea afecta reputația sau onoarea autorului (J. Hofman, 2009). Contrar drepturilor patrimoniale, drepturile morale sunt inalienabile și imprescriptibile: nu expiră, un autor nu le poate ceda și este imposibilă renunțarea la ele.

2.1.2. Copyright-ul. *Copyright*-ul [în traducere literală: „dreptul de copie¹”] aplicat în țările anglofone (common law), reprezintă din punct de vedere conceptual echivalentul „dreptului de autor”. Spre deosebire de dreptul de autor, *copyright*-ul este mai strâns legat de protecția drepturilor financiare, decât a celor morale. Totuși, odată cu *Convenția de la Berna* cu privire la drepturile de autor (convenție la care au aderat peste 165 de țări), dreptul de autor și *copyright*-ul au fost în mare parte armonizate, iar înregistrarea operei la o organizație autorizată, în general nu mai este necesară pentru a beneficia de o protecție juridică. Abia în 1989, când semnează *Convenția de la Berna*, și SUA vor recunoaște dimensiunea morală a drepturilor de autor. Aceste drepturi sunt, de altfel, încă sever criticate de editorii americani, care consideră că limitează capacitatea autorilor și editorilor de a stabili contracte în mod liber, făcând să planeze un risc asupra oricărei editări. O analiză simplistă a distincției clasice făcute între dreptul de autor și *copyright*, evidențiază că dreptul de autor face ca dimensiunea juridică să primeze asupra economicului, în timp ce *copyright*-ul asigură o mai mare importanță imperativelor economice asupra componentei juridice. Cu toate acestea este falsă opoziția acestor concepții, cu atât mai mult cu cât, în prezent, ele tind să se armonizeze (în unele state americane dreptul moral este integrat în *copyright* și joacă un rol din ce în ce mai important în deciziile juridice, în timp ce unele țări europene, cum ar fi Franța, tind tot mai mult să reglementeze domeniul de aplicare al drepturilor morale, pentru a-l face mai flexibil din punct de vedere economic).

¹ „Copiile” sunt lucruri tangibile (cărți, CD-uri, dischete, statui etc.), în care o lucrare este „fixată” în formă permanentă. Prin urmare, a copia o operă înseamnă a face o copie: cineva copiază o operă atunci când o reproduce într-o formă fixă, tangibilă. Aceasta se poate întâmpla atunci când se face o copie textuală sau când creează o nouă lucrare care conține expresii preluate din altă lucrare.

2.2. Proprietatea industrială

2.2.1. Brevetul de invenție sau patentul este un titlu de proprietate industrială care conferă titularului său dreptul exclusiv de a exploata o invenție brevetată pe o perioadă de timp determinată și pe un teritoriu delimitat. În SUA, de exemplu, brevetul oferă protecție autorului pe o perioadă de 20 de ani (cf. J. Litman, 2006). Brevetul protejează soluții sau idei originale. În schimb, invenția trebuie divulgată publicului. Scopul brevetului este de a evita recurgerea la secretul industrial: în aceste condiții, inventatorul păstrează secretul absolut al invenției sale (de exemplu, formula exactă a unui produs) și dispune de un monopol atâta vreme cât un potențial concurent nu ajunge la aceeași invenție. Spre deosebire de secretul industrial, brevetul permite solicitantului să se protejeze împotriva exploatării aceleiași invenții de un terț, în schimbul divulgării acestei invenții. Brevetul reprezintă, deci, un mod de arbitraj: monopolul temporar acordat titularului său îi furnizează stimulările necesare pentru o nouă inovație, în timp ce obligația de divulgare prezervă capacitatea societății să ia rapid parte la invenția brevetată. Monopolul este conferit de lege și reproducerea invenției în vederea exploatării sale de către un terț, neautorizată de titularul brevetului, constituie contrafacere. Legislația din cele mai multe țări postulează că orice invenție trebuie să respecte trei criterii: noutatea, inventivitatea, aplicabilitatea (să poată fi folosită în afaceri și în industrie). Ideile care nu satisfac acest test nu pot fi brevetate (de exemplu, în multe țări nu este permisă acordarea de brevete pentru teorii științifice sau metode matematice).

2.2.2. Marca înregistrată. Conform codului proprietății intelectuale „marca de fabrică, de comerț sau de serviciu este un semn susceptibil de reprezentare grafică care servește pentru a distinge produsele sau serviciile, de o persoană fizică”. Marca înregistrată protejează modul de identificare a unui producător, asigurându-i un drept exclusiv în ceea ce privește denumirea produselor. Mărcile înregistrate sunt cele care permit comercializarea produselor. Acest drept are o durată limitată, ce poate fi reînnoită pe o perioadă nedeterminată prin achitarea unor taxe. Oferind recunoaștere, recompense financiare și beneficii comerciale celui ce le deține, mărcile stimulează creația și spiritul antreprenorial în condiții de legalitate, favorizând comerțul internațional. Pentru a fi înregistrate, mărcile trebuie să fie reprezentate de litere sau de cifre. De asemenea, pot fi compusă din simboluri, forme, semnale auditive, parfumuri sau culori, concepute într-un mod particular, distinctiv. Pentru a fi validă o marcă trebuie să respecte trei criterii: trebuie să fie distinctivă, să nu contravină legii, să nu aducă prejudicii drepturilor anterioare. Perioada de protecție oferită de marcă este de 10 ani de la data solicitării (perioada în care solicitantul deține monopol absolut de utilizare). Această protecție poate fi reînnoită pe o perioadă nedefinită.

2.2.3. Desenele și modelele industriale. Un desen sau model industrial exprimă dimensiunea „ornamentală” sau estetică a unui produs. Poate fi tridimensional, desemnând atunci „textura” sau forma produsului, sau bidimensional, precizând, de exemplu, culoarea, motivele sau chiar liniile. Produsele, obiectele industriale sau artisanale reprezentate de desene sau modele industriale sunt extrem de diverse. Este vorba de aparate electrice sau electrocasnice, textile, articole de lux, produse tehnice sau chiar medicale. Pentru a fi protejate, desenul sau modelul industrial trebuie să prezinte caracteristicile de noutate și originalitate, în raport cu ceea ce există în prezent. Nu se ia în considerare aspectul tehnic al invenției. Motivând creativitatea în domenii industriale, desenul sau modelul industrial contribuie în egală măsură, la dezvoltarea economică și favorizează exportul produselor naționale. Pentru a fi protejate în mod legal, desenul sau modelul industrial trebuie să fie înregistrat. Caracteristicile de „noutate” și „originalitate” sunt indispensabile. Durata protecției variază în funcție de legislație, fiind în general de 5 ani, și poate fi reînnoită de maxim trei ori. În mod similar, în funcție de tipul de desen sau model, acesta poate fi înregistrat și protejat în calitate de operă de artă. În funcție de legislație, aceste forme de protecție au un caracter adițional sau sunt incompatibile.

2.2.4. Bazele de date. În Europa, bazele de date au protecție juridică proprie, cu un caracter dual, adică, pe de o parte, bazele de date sunt protejate ca opere „spirituale”, prin dreptul de autor și, pe de altă parte, în calitate de bun informațional de un nou tip, prin dreptul *sui generis* al celui care produce baza de date. Prin baza de date se înțelege „orice culegere de informație sub formă electronică sau nu, accesibilă în mod individual”. Această definiție este foarte largă și acoperă în plan practic, atât băncile de date, dar și site-urile de internet. Prima formă de protecție, conform definiției dreptului de autor, se referă doar la forma de bază, la arhitectura sa și, ca orice operă, trebuie să aibă un caracter original. Baza de date trebuie să aibă o alegere de indexare originală, pentru a fi protejată prin legea drepturilor de autor. Cea de-a doua protecție, specifică bazelor de date, se referă la informația conținută în baza de date. În acest caz, nu originalitatea este importantă, ci valoarea economică: baza de date trebuie să fii fost obiectul unei investiții substanțiale din punct de vedere cantitativ și calitativ. Protecția durează 15 ani. Trebuie subliniat că nu este important dacă

baza este sau nu, publică (datele publice rămân publice și gratuite, dar ceea ce este protejat este asamblarea lor într-o schemă specifică).

3. Creativitate/ creație, originalitate, plagiat

3.1. Creativitate/ creație

În diverse limbi, există o multitudine de definiții ale creativității. De exemplu, în limba engleză, creativitatea și inovația, datorită caracteristicilor comune, sunt frecvent confundate, termenii fiind folosiți intersanjabil sau alternativ. Spre deosebire de creativitate, termenul de inovație subliniază că o persoană poate să producă idei noi, chiar dacă acestea nu sunt neapărat de valoare.

În limba poloneză, se constată o suprapunere între cele două noțiuni. Potrivit autoarei poloneze Kwasniewska, termenul de creativitate este folosit în domeniul artistic, pentru a descrie mai ales activitatea creatoare a unui individ și nu atât potențialul său creativ. În acest sens, este mult mai importantă că „un lucru prinde viață”, decât faptul că respectivul lucru este unic sau nou. Însă, în concepția oamenilor de știință, creativitatea trebuie să fie raportată întotdeauna la nou și la valoare. Se constată că, chiar și atunci când definițiile se apropie foarte mult, există variații referitoare la modul în care diversele dimensiuni conceptuale sunt evaluate sau ierarhizate. Dintr-o perspectivă finalistă, pragmatică, putem aprecia că, în timp ce creativitatea echivalează cu generarea de idei și obiecte noi, inovația este procesul prin care ideile noi sunt transpuse în practici cognitive și comportamentale, cum ar fi: stiluri, moduri de organizare, convenții, modele, etc.

Privită dintr-o perspectivă ceva mai îngustă și specific psihologică, creativitatea apare în patru accepțiuni importante (Zlate, 2000, p. 278): 1. produs; 2. proces; 3. disponibilitate, potențialitate general umană; 4. dimensiune complexă a personalității.

În ceea ce privește relația creativitate-creație, precizăm că trebuie făcută următoarea distincție: *creativitatea* este definită ca ansamblu al predispozițiilor caracteriale și afective care se pot cultiva dacă nu la toți indivizii, oricum la cei mai mulți, și; *creația* reprezintă invenția sau compoziția unei opere de știință, respectiv de artă, care răspunde la două criterii: 1. aduce ceva nou; 2. este recunoscută de un public.

Ca o concluzie putem afirma: majoritatea psihologilor susțin că, în general, a fi creativ înseamnă a aduce ceva nou, original și adecvat realității, definitorii pentru creativitate fiind *noutatea* și *originalitatea*. Creativ este cel care se caracterizează prin *originalitate* și *expresivitate*, este imaginativ, generativ, deschizător de drumuri, inventiv, inovativ.

O problemă importantă ce se apare, vizează felul în care legea dreptului de autor se raportează la termenul creativitate. Important de reținut este că această lege a respins abordarea subiectivă a creativității (folosirea termenului la nivelul simțului comun!). Abordarea subiectivă se referă la faptul că - un lucru va fi protejat, atunci când evaluatorii de specialitate cred că este cu adevărat creativ, dar un alt lucru nu va fi protejat, deoarece critici nu-l consideră a fi foarte creativ.

Creativitatea în domeniul *copyright*-ului are un înțeles foarte specializat. Astfel, nefast pentru relația *copyright* – creativitate este faptul că termenul creativitate este folosit într-un mod foarte diferit în *copyright*, în raport cu utilizarea sa la nivelul limbajului comun (W. Patry, 2011).

Creativitatea este frecvent definită prin sinonime, cum ar fi imaginație, inspirație, ingeniozitate, inventivitate și noutate. Un termen definit printr-un set de analogii difuze, nu poate sta la baza elaborării politicilor bazate pe evidențe, pe care le presupune *copyright*-ul. Mai grav, factorii legislativi pot folosi creativitatea pentru a se referi tipuri de comportament foarte diferite: unele aflate sub incidența drepturilor de autor, altele acoperite de legi pentru brevete și, în fine, cele care nu sunt acoperite de niciuna dintre aceste forme de protecție. Ori, creativitatea științifică nu este același lucru cu creativitatea muzicală. Creativitatea pentru a realiza codul unui software, diferă în mod fundamental de creativitatea pe care o presupune realizarea unui film artistic.

De exemplu, în muzică, deși pare destul de „originală”, *Simfonia I* de Brahms împrumută o serie de „frazele muzicale” din *Simfonia a IX-a* de Beethoven. De asemenea, când compune introducerea la cea de-a treia simfonie, Mahler preia o temă majoră din simfonia pe care Brahms o luase la rândul său de la Beethoven, convertind-o în mod minor, dar păstrând structura melodică intactă. Când cineva i-a atras atenția lui Mahler cu privire la faptul că aceste două piese sunt atât de

asemănătoare, el a cedat afirmând: „Orice prost poate auzi asta!” Elemente din cea *Simfonia a IX-a* de Beethoven pot fi regăsite la Mendelssohn, precum și o mare parte din corpul de operă a lui Wagner. Acest tip de „împrumut” muzical a continuat până în secolul XX și se întâlnește practic și în prezent (cf. K. McLeod, 2007).

Singurul termen care face legătură între legea dreptului de autor și creativitate este acela de *originalitate*.

3.2 Originalitate

Legea dreptului de autor subliniază că „originalitatea” semnifică în mod fundamental faptul că o lucrare provine din inspirația autorului și că nu a fost copiată din altă sursă. Prin urmare, „original” este folosit în sensul de *originar*, în scopul de a *identifica sursa în care o lucrare își are originea*.

Originalitatea presupune, fără doar și poate, creativitate. Originalitatea poate fi ușor întâlnită în opere literare, muzicale și de artă, în fotografie sau programe de calculator. Putem vorbi de originalitate chiar și atunci când ne referim la prezentarea inedită a unor fapte sau informații deja existente. Descoperirile și evenimentele științifice, prin ele însele nu intră sub incidența drepturilor de autor, dar forma exprimării lor, cum ar fi dispunerea într-un tabel sau prezentarea lor în text, poate fi protejată prin lege. (K. D. Crews, 2006). Pe baza acestui principiu, conținutul și formatul celor mai multe site-uri sunt cu siguranță sub incidența copyright-ului. Text, imagini și alte elemente din conținutul site-urilor sunt de multe ori opere originale. Deciziile cu privire la amplasarea unui text și a fotografiilor, selecția informațiilor de pe un site și modul în care utilizatorii vor accesa site-ul ar putea fi cu ușurință considerate originale, făcând site-ul protejabil în temeiul legii.

Standardele minimale ce trebuie aplicate pentru a stabili dacă o lucrare este sau nu „originală”, sunt foarte vagi și contradictorii. Frecvent (și mai ales în plan juridic!), se consideră că nu ideile trebuie să fie originale, ci modul de exprimare a acestora, felul în care sunt prezentate verbal sau în scris. Legile mai vechi ale copyright-ului (*Copyright Act*, 1911, în S. Stokes, *Art and Copyright*, 2001) nu impun ca exprimarea, forma de prezentare a lucrării să fie nouă și originală, ci să nu fie copiată din altă lucrare. Cu alte cuvinte să-și aibă „originea”, în sensul de „proveniență”, la autor. Chiar dacă o lucrare își are originea într-o sursă comună (cum ar fi tradițiile sau folclorul) și va conține idei sau expresii din alte lucrări, ea trebuie să reflecte implicarea personală a autorului, să poarte amprenta sa și prin aceasta să se distingă de alte lucrări cu un caracter similar. Un alt lucru de adăugat este acela că, chiar și atunci o lucrare este „inspirată” dintr-o sursă, autorul trebuie să dovedească o anumită „calificare și pricepere” (înfrumusețarea sau modificarea textului), pentru o rezultatul să nu fie pur și simplu o „copie servilă” a sursei de origine. În plus, publicul cărui i se adresează activitatea artistică este mult mai larg și mai relevant, comparativ cu situațiile în care avem de a face cu desene de inginerie când ceea ce contează în planul originalității, este dacă noua lucrare este semnificativă din punct de vedere grafic pentru un specialist, nu și pentru un profan.

În consecință, originalitatea nu trebuie să vizeze ideile conținute într-o lucrare, acestea fiind libere să circule, ci modul lor de exprimare, maniera în care ele sunt comunicate publicului. Originalitatea ideilor exprimate sau valoarea științifică a operei nu interesează din punctul de vedere al dreptului de autor. Trebuie subliniat că dreptul de autor nu protejează ideile, oricât de originale, geniale sau unice ar fi ele. De exemplu, relația: $E = mc^2$ este în domeniul public.

În mod similar, poemele epice lui Homer nu ar fi putut avea niciun fel de protecție juridică în conformitate cu legile din Grecia antică, dar o nouă traducere poate constitui o lucrare „originală”, intrând sub protecția legii copyright-ului în calitate de „creație derivată” (K. D. Crews, 2006). De exemplu, *Iliada* și alte creații derivate din aceasta - cum ar fi traducerea într-o altă limbă, o imagine în mișcare, o scenă, o partitură muzicală sau chiar un site web, pot conține elemente originale. Un alt exemplu: studiourile cinematografice pot realiza *Troia* într-o exprimare inedită, protejabilă prin lege, în timp ce lucrarea originală aparține domeniului public, fiind un bun comun.

Având în vedere gama largă a lucrărilor - începând de la opere literare, lucrări „pictoriale” sau „grafice” (incluzând hărți, diagrame și imagini vizuale), realizări de tip mass-media și terminând cu programele de calculator - dar, și a domeniului de aplicare, practic nelimitat, a

termenului de originalitate, se poate constata că rezultă o plajă vastă de categorii de creații ce intră sub incidența drepturilor de autor.

Din legislația cu privire la drepturile de autor, conceptual de originalitate este, probabil, cel mai dificil de definit. *Convenția de la Berna* nu este de prea mare ajutor în această privință, întrucât se referă la originalitate, doar tangențial.

Se poate spune că, o lucrare copiată dintr-o altă lucrare, cu siguranță nu este originală și nu poate sta sub incidența drepturilor de autor. Ceea ce este important în acest caz, este în fapt actul de a copia, mai degrabă decât faptul de a fi produs o lucrare similară cu altă lucrare. Doi autori care lucrează în mod independent, pot realiza simultan lucrări similare. În acest caz fiecare dintre ei pot beneficia de drepturi de autor. Această legislație funcționează în SUA și în țările Commonwealth-ului. Cei care fac evaluările conform *Convenției de la Berna* caută elemente de creativitate într-o lucrare, înainte de a constata dacă o lucrare este sau nu, originală (se constată că în această abordare, între creativitate și originalitate nu este pus un semn de echivalență!!!), considerându-se că este suficient ca „o creație să fie intelectuală”, pentru a intra sub incidența drepturilor de autor. Judecătorii Commonwealth-ului nu au urmat noua abordare a SUA. Ei acceptă că o lucrare „muncită” poate satisface nevoia de originalitate, cu condiția respectiva muncă să presupună mai mult decât simpla copiere a materialului dintr-o altă sursă.

Cu toate acestea, chiar și în Statele Unite, „dovada creativității” nu mai este necesară pentru a obține drepturi de autor. Desigur, un autor sau un artist nu trebuie să fie neapărat un „geniu” pentru a produce o muncă de creație. O operă/ lucrare este o „creație intelectuală” sau, mai precis, o *creație intelectuală personală* (K. McLeod, 2007). Armonizarea parțială a cerinței de originalitate adoptată de Uniunea Europeană este un răspuns la această idee: *opera/ lucrarea este creația intelectuală proprie unui autor*.

Legea dreptului de autor în SUA, dar și în alte țări, pornește de la principiul că nici creatorul unei lucrări de autor, nici publicul larg nu trebuie să fie în măsură să-și însușească toate beneficiile care decurg din crearea unui lucru nou, original. În cazul în care creatorii nu pot obține un beneficiu din creația lor, atunci aceștia nu mai sunt motivați să facă lucrări noi. Dacă distribuitorii, la rândul lor nu au un profit din aceleași lucrări, aceștia nu mai au nici un interes să le disemineze. Dar toți autorii folosesc materii prime din diverse surse pentru a-și construi operele. Romancierii, compozitorii, sculptorii, și programatorii toți integrează în lucrările lor, idei, expresii verbale, nuanțe lingvistice pe care prima dată le-au întâlnit în alt context. Dacă toți creatorii ar deține controlul absolut asupra fiecărui element sau opere create, este de presupus că ar rămâne extrem de puțină „materie primă” pentru autorii posibilelor creații ulterioare.

Tehnologia actuală permite deținătorilor de drepturi de autor ale unor lucrări în format electronic, să monitorizeze și să contorizeze utilizarea operelor lor. Omniprezența tehnologiei digitale în informație și divertisment, precum și pătrunderea rapidă a internetului în viața cotidiană a permis utilizarea unei mai mari cantități de informații pe bază de *pay-per-view* (vizualizare contra cost). Originalitatea constituie o problemă deosebită pentru copyright în cazul operelor colective, dar și al bazelor de date. În scopul rezolvării acestei probleme, unele țări, în special cele europene, au stabilit cerințe deosebite de originalitate, introducând o protecție specială pentru bazele de date.

3.3. Plagiatul

Plagiatul reprezintă însușirea integrală sau parțială a ideilor, expresiilor, invențiilor, metodelor, procedurilor, tehnologiilor, operelor literare, muzicale, artistice etc., sau a oricărei forme de creație intelectuală și prezentarea lor drept creație personală. Preluarea unei forme de creații intelectuale, fără specificarea corectă a sursei de proveniență, constituie un plagiat. Noțiunea de plagiat include nu numai însușirea textului, dar și a ideilor altui autor, fără a-l cita și prezentarea lor drept creații proprii.

Cuvântul plagiat provine din latinescul *plagium*, care înseamnă „a vinde altora sclavi furați sau care nu au aparținut vânzătorului”. Din punct de vedere semantic, termenul de plagiat este sinonim cu cel de furt, referindu-se la o formă de furt intelectual. Considerat din această perspectivă, plagiatul constituie o infracțiune.

Plagiatul este distinct de încălcarea drepturilor patrimoniale de autor (de exemplu, susținerea publică a unei lucrări academice cumpărate de la firme specializate în redactarea unor astfel de lucrări), dar, în opinia noastră, plagiatul contravine drepturilor morale ale autorului.

3.3.1. Plagiatul și copierea în spațiul academic. În educație și cercetare, copierea ilegală sau lipsită de etică este cunoscută sub denumirea de plagiat. În lucrarea, *Introducing Copyright. A plain language guide to copyright in the 21st century, Commonwealth of Learning* (2009), autorul Julien Hofman, consideră că ar fi mai bine să se păstreze termenul de plagiat pentru *copierea lipsită de etică*, iar copierea care încalcă drepturile morale și de autor să fie considerată *ilegală* sau *ilicită*.

După cum prezentam în rândurile anterioare, drepturile de autor au o durată limitată în timp, în timp ce drepturile morale sunt perpetue. În cele mai multe țări anglofone, se consideră că odată de valabilitatea drepturilor de autor a atins durata maximă, nu mai există nicio restricție privind copierea unei lucrări și nici obligația legală de a recunoaște autorul operei. Cu toate acestea, cele mai multe instituții de învățământ, aderă la un cod nescris care impune studenților, cercetătorilor și altor autori din spațiul academic să recunoască autorii lucrărilor și ideilor pe care le-au folosit, fapt considerat a fi parte integrantă din onestitatea și eticheta academică. Nerespectarea acestui fapt este considerat un plagiat și multe instituții academice au sancțiuni stricte pentru cei care plagiază.

Preocupările legate de plagiatul îi vizează cu precădere pe cei care lucrează în educație și cercetare. Este mai mult decât evident că plagiatul se referă la actul de a copia direct dintr-o altă lucrare, chiar dacă drepturile de autor au expirat, fără amintirea autorului. Plagiatul este o formă de fraudă academică, prin atribuirea lucrărilor altuia, drept lucrări personale.

În prezent, plagiatul este accentuat de Internet, de unde pot fi preluate și copiate informații, cercetări, articole, idei, imagini etc.. Ca răspuns la aceste forme de fraudă au fost produse o serie de software-uri ce pot detecta dacă un material a fost copiat de pe Internet sau din alte surse. Cu toate acestea, respectivele programe nu pot detecta încălcarea drepturilor de autor sau plagiatul, deoarece nu se poate decide dacă este vorba de o copiere legitimă, ilegală sau lipsită de etică. Doar se poate alerta un utilizator pentru posibila încălcare a drepturilor de autor sau pentru plagiat.

O altă formă de plagiat se referă la utilizarea unei idei sau expresii fără a recunoaște acest fapt. Orice studiu sau cercetare originală trebuie să pornească de la activitatea desfășurată predecesori. Problema care se pune este: în ce măsură este necesar pentru un autor sau cercetător să recunoască sursa de oricărei idei sau expresii pe care le folosește? Referințele sunt necesare atât pentru recunoașterea paternității ideilor, pentru stabilirea continuității sau discontinuității lor, dar mai ales pentru identificarea autorității unor autori, în cazul unor idei controversate. În fiecare subiect există ceva banal, comun, care „nu deranjează” și poate fi considerat „de la sine” și ceva ce este discutabil și original, ce constituie un element de referință. Nu va fi niciodată prea ușor de stabilit unde se trage linia de graniță între „obișnuit” și „original”, astfel încât, să nu apară situația în care cineva să nu fie acuzat pe nedrept, de plagiat.

3.3.2. „Furtul de idei”. Discuția cu privire la plagiat duce, fără îndoială, la problema „furtului de idei”. După cum am arătat anterior, ideile nu se bucură de protecția drepturilor de autor și a drepturilor morale. Deși nu sunt protejate de drepturi de autor, ideile pot avea o valoare economică. O persoană cu anumite aptitudini ar putea avea nevoie doar de o idee originală pentru a putea începe o afacere sau pentru a produce o operă originală de literatură sau artă. Mediul de afaceri recunoaște valoarea economică a ideilor prin solicitarea celor implicați să semneze acorduri de non-divulgare a unor idei originale. Tot în mediul de afaceri se întâlnește protecția juridică a secretelor comerciale.

În schimb, în mediul academic nu există astfel de acorduri de non-divulgare a ideilor originale. Cu toate acestea, aceste idei ar trebui să stea la baza cercetării academice. În principiu, gradele de cercetare sunt acordate numai pentru lucrări originale și pot fi publicate doar cercetări care conțin ceva original. Găsirea unei idei originale, poate fi cea mai dificilă parte a cercetării academice. Într-o anumită măsură, ideile originale sunt protejate printr-un „cod de onestitate” academică. Totuși, există situații în care cercetătorilor le sunt furate ideile.

Pe măsură ce instituțiile academice acordă o importanță tot mai mare rezultatelor cercetării individuale exprimată în mod fals în „numărul de publicații” (nu în calitatea acestora!!!) și mai puțin cercetărilor colective sau activităților de predare și mentorat, nu este exclus ca fenomenul plagiatului și al „pescuitului de idei” să atingă cote din ce în ce mai alarmante. Există și instituții care au elaborat atât politici pentru a rezolva aceste probleme, cât și proceduri administrative pentru a le pune în aplicare. Dar, aceste politici nu sunt de prea mare ajutor pentru cineva care simte că i-a fost furată o idee, pentru că, de obicei este dificil de dovedit paternitatea unei idei.

În principiu, singura modalitate eficientă de a proteja o idee nouă este de a păstra tăcerea cu privire la o temă de cercetare, iar odată ce aceasta a fost finalizată cu succes să fie publicată cât mai repede posibil. Aceasta, desigur, înseamnă publicarea lucrării fără a beneficia de feedback de la colegi sau de la alți cercetători din domeniu. Este posibilă protejarea unei idei și obținerea unui feedback cu privire la aceasta, prin publicarea unui proiect de lucru ce conține respectiva idee. Astfel, un autor se asigură cercetare sa și orice alte creații derivate din ea, beneficiază de protecția oferită de drepturile de autor. Practica tradițională de a trimite un proiect la un coleg pentru a comenta rezultatele obținute și pentru a obține protecție prin copyright este astfel, abandonată.

Mai nou, se procedează la postarea un proiect online, întrucât este mai rapid, mai puțin costisitor și eficiența feedbackului este mai mare. Publicarea unui proiect online facilitează cunoașterea mai rapidă a lucrării și a autorului său, prin creșterea gradului de „vizibilitate”, dar în egală măsură, face cunoscute autorilor lucrări similare aflate în derulare. Din punct de vedere tehnic, postarea unui proiect online echivalează cu publicarea, iar cele mai multe reviste nu publică o lucrare care a fost deja publicată.

4. Considerații finale...

Există o varietate de justificări pentru importanța aplicării drepturilor de proprietate intelectuală. Acestea variază de la o țară la alta, deținând o pondere diferită în funcție de context. Totuși, un lucru rămâne de necontestat, și anume: opinia generală conform căreia în elaborarea și dezvoltarea legilor moderne ale dreptului de proprietate intelectuală argumentele de ordin economic și cele care țin de politicile publice sunt prevalente în legile anglo-americane, în timp ce în spațiul european, argumentele de ordin moral și elementele de drept civil, fundamentează elaborarea aceluiași legi. De asemenea, nu trebuie uitat că există o serie de creații intelectuale, care prin caracteristicile și particularitățile lor, se situează la limita a ceea ce ar putea intra, în mod normal, sub protecția drepturilor de proprietate intelectuală, considerate într-o abordare tradițională.

În final, lansăm o întrebare cu răspuns deschis: există oare o corelație între interesul crescut manifestat la ora actuală pentru problematica plagiatului și faptul că marile corporații dețin controlul absolut asupra unui număr considerabil din drepturile de proprietate intelectuală sau această coincidență stă pur și simplu sub semnul hazardului?

Bibliografie:

- [1]. ANHEIER, H.; ISAR, Y. R. (ed.) (2010). *Cultural Expression, Creativity and Innovation*, Sage, Los Angeles, London, New Delhi.
- [2]. CHARMASSON, H.; BUCHACA, J. (2008). *Patents, Copyrights & Trademarks For Dummies*, 2nd Edition, Wiley Publishing, Wiley, 2008.
- [3]. CREWS, K. D. (2006). *Copyright law for librarians and educators: creative strategies and practical solutions* (2nd ed.), American Library Association, Chicago.
- [4]. EISNER, C.; VICINUS, M. (ed.) (2008). *Originality, Imitation, and Plagiarism. Teaching Writing in the Digital Age*, The University of Michigan Press.
- [5]. GEIGER, C.; BOUYSSI-RUCHET, M.; HILTY, R. M. (sous la dir.) (2007). *Perspectives d'harmonization du droit d'auteur en Europe. Rencontres franco-allemandes*, Springer, Paris – Berlin.
- [6]. GHIDINI, G. (2010). *Innovation, Competition and Consumer Welfare in Intellectual Property Law*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham – Northampton.
- [7]. HOFMAN, J. (2009). *Introducing Copyright. A plain language guide to copyright in the 21st century*, Commonwealth of Learning, Vancouver, 2009.
- [8]. LITMAN, J. (2006). *Digital copyright*, Prometheus Books, New York.
- [9]. MAY, C. (2007). *The World Intellectual Property Organization Resurgence and the Development Agenda*, Routledge, New York.

- [11]. MCLEOD, K. (2007). *Freedom of Expression. Resistance and Repression in the Age of Intellectual Property*, University of Minnesota Press, Minneapolis – London.
- [12]. PATRY, W. (2011). *How to Fix Copyright*, Oxford University Press.
- [13]. PUGATCH, M. P. (2004). *The international political economy of intellectual property rights*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham – Northampton.
- [14]. SPINELLO, R. A.; TAVANI, H. T. (ed.) (2005). *Intellectual property rights in a networked world: theory and practice*, Information Science Publishing, Hershey - London - Melbourne - Singapore.
- [15]. STOKES, S. (2001). *Art and Copyright*, Hart Publishing, Oxford and Portland.
- [16]. ZLATE, M. (2000). *Fundamentele psihologiei*, București, Pro Humanitate.
- [17]. http://en.wikipedia.org/wiki/Intellectual_property
- [18]. http://fr.wikipedia.org/wiki/Propri%C3%A9t%C3%A9_intellectuelle
- [19]. <http://ro.wikipedia.org/wiki/Plagiat>.