

ÍNDICE

AVISO LEGAL	5
PREFÁCIO	7
INTRODUÇÃO	17
PARTE I	
IA, PRINCÍPIOS JURÍDICOS E BASES CONTRATUAIS DA FOTOGRAFIA	21
CAPÍTULO 1	
A IA COMO ALIADA DO FOTÓGRAFO: METODOLOGIA E FERRAMENTAS	23
1. Introdução à IA generativa: consciência e potencial para o setor fotográfico	24
2. Quadros mentais essenciais para o uso da IA no apoio contratual	25
3. Limitações e riscos na utilização de LLM em contexto jurídico	26
3.1. Alucinações e fiabilidade da informação	27
3.2. Viés nos dados de treino	32
3.3. Confidencialidade e segurança dos dados	34
3.4. Ausência de atualização legislativa em tempo real e discricionariedade humana	37
3.5. Responsabilidade	39
4. Cuidados essenciais no uso de ferramentas de IA	41
4.1. Verificação e validação humana da informação	42
4.2. Proteção da confidencialidade e da privacidade dos dados	42
4.3. Pensamento crítico e julgamento profissional	43
4.4. Atualização contínua sobre os modelos de IA e o enquadramento jurídico	44

5. Técnicas de <i>prompting</i> : otimizar a interação com os LLM	44
5.1. Técnicas gerais de <i>prompting</i>	45
5.1.1. <i>Zero-shot prompting</i> (uso geral)	46
5.1.2. <i>Few-shot prompting</i> (uso geral)	47
5.1.3. <i>Chain-of-thought prompting</i> (uso geral)	48
5.1.4. <i>Prompting</i> por decomposição e recolha de informação (uso geral)	50
5.2. Boas práticas e técnicas específicas de <i>prompts</i> para questões jurídicas	53
5.2.1. <i>Zero-shot prompting</i> (uso jurídico)	54
5.2.2. <i>Few-shot prompting</i> (uso jurídico)	57
5.2.3. <i>Chain-of-thought prompting</i> (uso jurídico)	59
5.2.4. <i>Prompting</i> por decomposição e recolha de informação (uso jurídico)	60
5.2.5. Documento autónomo com o histórico dos <i>prompts</i>	61
5.2.6. Abordagem comparativa de <i>prompts</i> em modelos de linguagem	63
6. Ferramentas de IA disponíveis e o seu potencial	64
6.1. Aspectos comuns das ferramentas de IA	64
6.2. Especificidades das ferramentas de IA: ChatGPT, Claude, Copilot, Gemini, NotebookLM, Perplexity	64
6.3. LIA: Assistente digital do Diário da República	73

CAPÍTULO 2

OS ALICERCES DO CONTRATO FOTOGRÁFICO:

TEORIA E PRESSUPOSTOS LEGAIS	75
7. A natureza do contrato na fotografia: a prestação de serviços como base	76
8. Princípios contratuais fundamentais	77
8.1. Liberdade contratual	77
8.2. Princípio da boa-fé	79
8.3. Força vinculativa dos contratos	81
9. Elementos e pressupostos de validade do contrato	82
9.1. Elementos do contrato	83
9.1.1. Elementos essenciais	83
9.1.1.1. Sujeitos	84
9.1.1.2. Objeto	84
9.1.1.3. Preço	85
9.1.1.4. Condições de pagamento	86
9.1.2. Elementos acidentais ou acessórios	87

9.2. Pressupostos do contrato	90
9.2.1. Pressupostos subjetivos	91
9.2.1.1. Capacidade jurídica	91
9.2.1.2. Legitimidade	93
9.2.2. Pressupostos objetivos	94
9.2.2.1. Possibilidade	94
9.2.2.2. Licidade	95
9.2.2.3. Determinabilidade	95
CAPÍTULO 3	
O CONTRATO EM AÇÃO: DA NEGOCIAÇÃO AO ACORDO	97
10. O rigor nas comunicações iniciais com o cliente	97
11. A proposta como documento pré-contratual	102
12. A elaboração do contrato de prestação de serviços	106
13. Direitos de imagem das pessoas retratadas e autorização de uso	112
14. Direitos de autor e fotografia: especificidades	116
14.1. O direito de paternidade e a menção do nome do fotógrafo	117
14.2. Fotografia por encomenda ou no âmbito do contrato de trabalho	120
14.2.1. Fotografia por encomenda (trabalhador independente / <i>freelancer</i>)	121
14.2.2. Fotografia no âmbito de contrato de trabalho (trabalhador por conta de outrem)	122
14.3. O retrato e o direito à imagem	124
14.4. A venda do negativo ou do ficheiro original	126
15. Proteção de dados pessoais na fase pré-contratual	129
16. O fotógrafo e os direitos do cliente: deveres e precauções	133
16.1. Dever de informação pré-contratual e direito de livre resolução	134
16.2. Garantias legais, informação e assistência: proteção do cliente nos serviços e bens fotográficos	139
16.2.1. Fundamento legal e princípios estruturantes	139
16.2.2. Garantia de conformidade dos bens e serviços	141
16.2.3. Bens móveis (álbuns, impressões, suportes digitais)	141
16.2.4. Serviços e conteúdos digitais (sessão fotográfica, edição, entrega digital)	142
16.2.5. Conteúdos ou serviços digitais de fornecimento contínuo	143
16.2.6. Assistência pós-venda e responsabilidade	143
16.2.7. Síntese dos prazos e direitos	144
16.3. Assegurar conformidade para vendas <i>online</i> (T&C para <i>websites</i>)	146

PARTE II

GESTÃO CONTRATUAL: MINUTAS E CASOS PRÁTICOS 151

CAPÍTULO 4

MINUTAS FUNDAMENTAIS PARA A PRÁTICA FOTOGRÁFICA 153

17. Acordos de autorização e consentimento	153
17.1. Uso de imagem de modelo maior de idade	154
17.2. Uso de imagem de modelo menor de idade	159
17.3. Uso de imagem de modelo maior de idade, em regime de maior acompanhado	168
17.4. Uso de propriedade	176
17.5. Uso de obra protegida por direitos de autor	183
18. Contratos de prestação de serviços fotográficos	190
18.1. Serviços de fotografia em geral	190
18.2. Fotografia de casamento	208
18.3. Fotografia de eventos escolares	228
18.4. Fotografia de eventos religiosos	246
19. Acordos de colaboração e parceria	257
19.1. <i>Time For Print</i> (TFP) ou Fotos por Tempo	257
19.2. Parceria comercial	266
19.3. Prestação de serviços em equipa	273
19.4. Parceria para eventos e <i>workshops</i>	281
19.5. Parceria de patrocínio ou mecenato	290
20. Acordos de disposição dos direitos do fotógrafo	299
20.1. Cessão de direitos de autor	300
20.2. Licenciamento de uso de obra fotográfica (licença padrão)	311
20.3. Licenciamento <i>Royalty-Free</i> (RF)	322
20.4. Licenciamento <i>Rights-Managed</i> (RM)	328
20.5. Licenciamento para uso editorial	340
20.6. Licenciamento para uso publicitário/comercial	349

CAPÍTULO 5

A GESTÃO CONTRATUAL PÓS-EXECUÇÃO:

DIREITOS E DEVERES DO FOTÓGRAFO	361
21. Comunicação de entrega e fecho do projeto	362
22. Gestão do <i>feedback</i> e questões pós-entrega	365
22.1. O valor do <i>feedback</i>	366
22.2. Gestão de questões pós-entrega	366

23. Licenciamento adicional de imagens	370
23.1. Identificação de oportunidades e iniciativa	370
23.2. Negociação dos termos do licenciamento adicional	371
23.3. Formalização e implicações legais	372
24. Comunicações em defesa do trabalho: uso indevido de imagens	377
24.1. Identificação do problema	377
24.2. Abordagem inicial	380
24.3. Determinação da compensação e cenários de uso indevido	380
24.4. Próximos passos e prevenção	382
24.5. Denúncia à IGAC	384
25. Gestão pós-contratual	385
25.1. Arquivo de imagens	385
25.2. Gestão de dados pessoais recolhidos	386
25.3. Eliminação de imagens e dados pessoais	388
26. Resolução de litígios e gestão de reclamações	392
26.1. O livro de reclamações (físico e eletrónico)	393
26.1.1. Obrigatoriedade e funcionamento	394
26.1.2. Implicações e resposta do fotógrafo	394
26.2. Mecanismos extrajudiciais: mediação e arbitragem de consumo	397
26.3. A ação judicial como último recurso	404
26.3.1. O papel incontornável do advogado	404
26.3.2. A relevância da preparação prévia	405
26.3.3. Tribunais e riscos	406
26.3.4. Organização da documentação para o advogado	409
CAPÍTULO 6	
DESCOMPLICAR COM A IA – ENTENDER DOCUMENTOS	
E CONTEÚDOS	411
27. Análise de um contrato de prestação de serviços fotográficos	416
28. O consentimento tácito visto pelo Supremo Tribunal de Justiça	429
29. O uso de fotografias de uma figura pública – o caso António Variações	436
30. Liberdade de imprensa, privacidade e poderes das autoridades policiais	443
CAPÍTULO 7	
A “ARQUITETURA LEGAL” DO SUCESSO FOTOGRÁFICO –	
SÍNTESE E CONCLUSÃO	453