

Z Twittera usuwają awatary z logo MŚ w Piłce Nożnej

7 lipca 2014

Jeśli opublikujesz logo mistrzostw w serwisie społecznościowym, może ono zostać niebawem usunięte. FIFA do tego stopnia dba o swoje znaki.

Duże imprezy sportowe nie są już tylko „świętem kibiców”. To przede wszystkim komercyjne imprezy, w czasie których wytwarzana jest „własność intelektualna”. Organizatorzy mistrzostw uparcie tej własności bronią, co jest szczególnie widoczne w czasie trwających Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej.

FIFA jeszcze przed mistrzostwami wydała dokument opisujący zasady wykorzystania oficjalnych znaków mistrzostw. W tym dokumencie wspomniano m.in., że zabronione jest używanie oficjalnych logotypów i symboli na „jakiegokolwiek platformie społecznościowej”. FIFA obawia się, że mogłoby to wyrządzić niepowetowane szkody dla integralności przekazu z mistrzostw. Zdaniem organizacji mogłyby na tym ucierpieć nie tylko mistrzostwa oraz ich program marketingowy, ale nawet... cała społeczność piłkarska.

Wynika z tego, że nie powinniśmy wstawiać sobie logo mistrzostw do awatara w social media. Ucierpi na tym cały świat piłki nożnej! Pytanie tylko, czy FIFA jest w stanie egzekwować te zasady? Okazuje się, że tak. Dowód na to znajdziemy w serwisie Chilling Effects, który zajmuje się zbieraniem danych na temat wniosków o usunięcie treści z różnych serwisów (serwis jest prowadzony m.in. przez fundację Electronic Frontier).

W „Chilling Effects” znajdziemy wniosek o usunięcie danych z Twittera przesłany przez FIFA w dniu 17 czerwca. FIFA domagała się usunięcia znaków mistrzostw z awatarów wskazanych użytkowników. Chodziło m.in. o oficjalne logo mistrzostw, w

którym ludzie dopatrują się gestu „facepalm”.

Najwyraźniej obrazki należące do FIFA zostały usunięte z awatarów. W większości przypadku konta wykorzystujące te obrazki należały do osób relacjonujących wydarzenia piłkarskie. W takim przypadku działanie FIFA można zrozumieć. We wniosku Twittera wymieniono jednak i takie konto, które najwyraźniej należy do „zwykłego użytkownika”.

Już wcześniej Dziennik Internautów wspominał, że FIFA przed mistrzostwami zażądała od serwisów streamingowych monitorowania treści (nie wiadomo na jakiej podstawie). FIFA zażądała nawet udostępnienia narzędzi, dzięki któremu firma NetResult (współpracująca z FIFA) miałaby możliwość natychmiastowego usuwania z tych serwisów treści uznanych za pirackie (sic!).

Oczywiście organizatorzy mistrzostw mają prawo bronić swojej własności intelektualnej. Zawsze jednak dojdziemy do absurdu, gdy własność jest chroniona zbyt ostro, a dotyczy ogólnoswiatowego wydarzenia, o którym wszyscy chcą mówić. Przykładowo w czasie Igrzysk Olimpijskich w Londynie organizator zabronił nabywcom biletów publikowania zdjęć z imprezy w serwisach społecznościowych. W XXI wieku to trochę tak, jakby zabronić pokazywania zdjęć znajomym.

Wytyczne FIFA pozwalają na używanie znaków w mediach w celach informacyjnych. Sądzę zatem, że mam prawo użyć tej grafiki powyżej. Czy podobne prawo miałyby jakiś bloger, który nie pracuje jako zawodowy dziennikarz? Nie jestem pewien, bo czym właściwie są dziś media? Nie wiadomo. Czy konto na Twitterze nie może być traktowane jako medium, które publikuje treści w celach informacyjnych? W XXI wieku trudno wskazać wyraźne granice.

Autor: Marcin Maj

Źródło: [Dziennik Internautów](#)