

*Brasília, 25 de maio de 2026*

---

Seleção

---

# Sumário

## Estado de Minas - Online

Sábado, 23 de maio de 2026 | Propriedade Intelectual

**Produtor rural foi preso e multado em mais de 1.8 milhão após plantar e ainda vend...** ..... 3

## Metrópoles Online

Sexta-feira, 22 de maio de 2026 | Direitos Autorais

**Processo contra Xuxa por plágio pode chegar ao fim após 26 anos** ..... 5

## Migalhas

Sexta-feira, 22 de maio de 2026 | ABPI | Câmara de Mediação

**CAMES promove webinar sobre arbitragem nos 30 anos da lei 9.307/96** ..... 6

Sexta-feira, 22 de maio de 2026 | Marco regulatório | INPI

**Disputa de domínio** ..... 7

Sexta-feira, 22 de maio de 2026 | Propriedade Intelectual

**A sina da autoria na era da IA: Limites da criação e responsabilidade** ..... 13

## O Globo Online

Sexta-feira, 22 de maio de 2026 | Direitos Autorais

**'Charlie Brown' processa empresas e governo dos EUA por uso de canções sem a...** ..... 17

Sexta-feira, 22 de maio de 2026 | Marco regulatório | INPI

**Atitude de Virginia Fonseca com nomes dos filhos gera debate na web** ..... 19

## Produtor rural foi preso e multado em mais de 1.8 milhão após plantar e ainda vender fruta sem permissão



Um produtor rural da Espanha foi detido e enfrenta multa superior a R\$ 1,8 milhão por cultivar cerca de 5.000 árvores de uma nectarina protegida por patente sem pagar royalties à empresa detentora. A prova que selou o caso foi o DNA das próprias plantas. O episódio não é uma curiosidade europeia: no Brasil, a Lei de Cultivares existe desde 1997 e prevê as mesmas obrigações para quem produz ou comercializa variedades vegetais protegidas sem autorização.

O que aconteceu com o produtor de Lleida e por que ele foi detido?

O agricultor da província de Lleida, na Espanha, utilizou técnicas de enxertia para multiplicar clandestinamente árvores da nectarina Nectadiva, cultivar premium desenvolvida pela empresa francesa Agreo Selections Fruit e protegida por patente que garante ao criador o direito exclusivo de exploração comercial por até 30 anos. A multiplicação e comercialização de mudas ou frutos sem licença configura crime contra a **propriedade industrial** no direito espanhol.

A investigação, conduzida pela Guarda Civil espanhola, coletou amostras de três propriedades diferentes e submeteu o material a testes de DNA. O resultado genômico confirmou que todas as árvores eram geneticamente idênticas à cultivar patenteada. O produtor responde em liberdade, mas enfrenta pena de até 3 anos de prisão e multa administrativa de até €288.000, além de eventual indenização civil à empresa detentora da patente.

Como funciona a proteção de cultivares e o que são royalties vegetais?

Uma cultivar protegida é uma variedade vegetal desenvolvida por melhoramento genético que passou por critérios técnicos rigorosos de distinção, homogeneidade e estabilidade. Quem investe nesse desenvolvimento tem direito a registrar a cultivar e cobrar pela sua utilização comercial, exatamente como acontece com patentes de produtos industriais. O pagamento por esse uso chama-se royalties, e pode ser cobrado por muda adquirida, por tonelada produzida ou por área plantada, conforme o contrato de licença.

O sistema existe para proteger o investimento em pesquisa e garantir que empresas e institutos continuem desenvolvendo variedades mais produtivas, resistentes e adaptadas. Sem essa proteção, não haveria incentivo financeiro para o melhoramento genético vegetal em escala comercial.

O Brasil tem lei equivalente e quais são as penalidades para quem descumpre?

Sim. A Lei nº 9.456/1997, conhecida como Lei de Proteção de Cultivares, estabelece que a produção comercial, a venda e a comercialização de material de propagação de cultivar protegida sem autorização do titular são proibidas durante todo o prazo de proteção. Para árvores frutíferas e florestais, esse prazo é de 18 anos. O órgão responsável pelo registro e fiscalização é o Serviço de Proteção de Cultivares (SNPC), vinculado ao Ministério da Agricultura.

Quem descumpre a lei no Brasil fica sujeito a multas administrativas, apreensão das plantas e produção, indenização civil ao titular da patente e eventual responsabilização penal por violação de **propriedade intelectual**. A lei prevê exceções apenas para pequenos produtores rurais em programas específicos e para uso próprio sem fins comerciais.

Quais cuidados o produtor rural brasileiro deve ter ao comprar mudas ou sementes?

O erro mais comum é adquirir material de propagação de fontes informais sem verificar se a cultivar é protegida e se o fornecedor tem licença para comercializá-la. Antes de comprar qualquer muda ou semente, o produtor pode consultar o cadastro público do SNPC para verificar quais variedades têm proteção ativa no Brasil. Os principais cuidados são:

Consultar o SNPC antes de comprar: o cadastro nacional lista todas as cultivares com proteção vigente e os respectivos titulares

o cadastro nacional lista todas as cultivares com proteção vigente e os respectivos titulares Exigir nota fiscal e certificado de origem: fornecedores legalizados emitem documentação que comprova a origem e a licença do material

fornecedores legalizados emitem documentação que comprova a origem e a licença do material Verificar se há contrato de royalties: variedades protegidas comercialmente exigem contrato formal com o titular ou distribuidor autorizado

variedades protegidas comercialmente exigem contrato formal com o titular ou distribuidor autorizado Não multiplicar por conta própria para venda: a reprodução de mudas de cultivar protegida para comercialização sem licença é infração mesmo que o produtor tenha comprado o material original legal-

mente

O DNA das plantas virou prova irrefutável contra a pirataria vegetal?

O caso espanhol mostrou que sim. A análise genômica eliminou qualquer margem de defesa: se as plantas compartilham o mesmo perfil genético da cultivar patenteada, a infração está provada independentemente do que o produtor alegar sobre a origem do material. Essa tecnologia está disponível também no Brasil e tem sido usada em fiscalizações do Ministério da Agricultura para combater a pirataria de sementes, especialmente em culturas como soja, milho e cana-de-açúcar.

O caso de Lleida é um aviso claro: a pirataria vegetal deixou de ser um risco difuso e passou a ser um crime com prova técnica disponível e multas milionárias. Produtor rural que não conhece a origem legal de suas mudas está exposto a um risco que pode destruir anos de trabalho em uma única fiscalização. Compartilhe com quem trabalha no campo e ainda não sabe que uma fruta pode gerar uma dívida maior do que uma colheita inteira.

## Processo contra Xuxa por plágio pode chegar ao fim após 26 anos



A Justiça marcou a última audiência do processo movido pelo publicitário Leonardo Soltz contra a Xuxa Promoções e Produções Artísticas

Xuxa Meneghel está prestes a enfrentar um novo capítulo de uma batalha judicial que já dura mais de 20 anos. A Justiça marcou para o próximo dia 9 de junho a última audiência do processo movido pelo publicitário Leonardo Soltz, criador da Turma do Cabralzinho, contra a Xuxa Promoções e Produções Artísticas, em um caso envolvendo acusação de plágio.

O imbróglio judicial se arrasta há 26 anos e pode terminar com uma indenização milionária. Segundo informações da Veja, a audiência será decisiva para definir se haverá ou não a correção do valor da indenização, que pode chegar à casa dos R\$ 50 milhões.

Ainda de acordo com o site, a palavra final deverá ser dada pela ministra Nancy Andrichi, da 3ª Turma

do Superior Tribunal de Justiça (STJ), em Brasília. O colegiado é composto pelos ministros Humberto Martins, Nancy Andrichi, Villas Bôas Cueva, Moura Ribeiro e Daniela Teixeira. Atualmente, a votação está empatada, e o voto da ministra será responsável por desempatar o julgamento.

7 imagens Fechar modal. 1 de 7 Xuxa Reprodução/Instagram 2 de 7 A apresentadora Xuxa Meneghel Reprodução/Redes sociais 3 de 7 Xuxa Meneghel Reprodução/redes sociais. 4 de 7 Xuxa Meneghel Reprodução/Instagram 5 de 7 Xuxa Meneghel Reprodução/[Internet](#). 6 de 7 Xuxa Meneghel Reprodução/[Internet](#). 7 de 7 Xuxa Meneghel Reprodução

O processo teve início em 2000, quando Leonardo Soltz acusou a empresa de Xuxa de utilizar indevidamente elementos criados por ele na obra Turma do Cabralzinho. Segundo o publicitário e ilustrador, no fim da década de 1990 ele desenvolveu o projeto para celebrar os 500 anos do Descobrimento do Brasil e chegou a apresentar a ideia à equipe da apresentadora.

De acordo com Soltz, a proposta teria sido recusada inicialmente. No entanto, pouco tempo depois, foi lançada a Turma da Xuxinha, projeto que, segundo ele, apresentava temática semelhante à sua criação, motivando assim a ação judicial por [direitos autorais](#).

Leonardo Soltz já venceu a disputa em duas instâncias e possui direito a receber indenização milionária. Agora, a discussão gira em torno da atualização e correção do valor que poderá ser pago.

## CAMES promove webinar sobre arbitragem nos 30 anos da lei 9.307/96

Online, Evento promove webinar sobre arbitragem nos 30 anos da lei 9.307/96 O evento online reúne especialistas para debater arbitragem comercial e administração pública no dia 26/5, às 18h. sexta-feira, 22 de maio de 2026

Atualizado às 09:22

A Escola CAMES, da CAMES, realizará no dia 26/5, terça-feira, às 18h, o webinar: "Arbitragem comercial e arbitragem com administração pública nos 30 anos da Lei 9.307/96", com transmissão ao vivo pelo canal do YouTube Brasil.

Palestrantes:

Daniel Brantes Ferreira, doutor em Direito e sócio fundador do DBFLaw. Atua como editor-chefe da RBADR - Revista Brasileira de Alternative Dispute Resolution e coeditor-chefe do IJLCW - International Journal of Law in Changing World. Daniel é Fellow do CIARB - Chartered Institute of Arbitrators, advogado, contador e árbitro de instituições domésticas e internacionais.

Cristina Leitão, doutora e mestre em Direito (UFPR). Procuradora do Estado do Paraná. Professora de Direito Processual Civil, Negociação, Mediação e Arbitragem da FAE Centro Universitário. Coach da Equipe de Arbitragem da FAE. Presidente da Comissão de Arbitragem e da **Câmara de Mediação** e Arbitragem da Ordem dos Advogados do Brasil, Seccional do Paraná. Membro do Conselho Administrativo da ARBITAC. Árbitra. Autora dos livros Arbitragem coletiva: direitos individuais homogêneos e Arbitragem com o setor público.

Assista ao evento pelo canal do YouTube da Câmara. (Imagem: Divulgação)

Serviço:

Webinar: "Arbitragem comercial e arbitragem com administração pública nos 30 anos da Lei 9.307/96"

Data: 26/5

Horário: 18h

A transmissão será realizada pelo YouTube da Brasil e pode ser acessado clicando aqui.

## Disputa de domínio



Disputa de domínio Gutenberg do Monte Amorim  
A titularidade e o uso de um nome de domínio são mais que simples questões técnicas; representam ativos valiosos para a identidade empresarial. sexta-feira, 22 de maio de 2026

Atualizado às 17:31

Quando uma empresa percebe que um nome de domínio vinculado à sua marca está registrado, mantido ou utilizado por terceiro de forma incompatível com sua operação, o problema quase nunca é apenas "digital". Na prática, pode haver risco de confusão de mercado, desvio de clientela, perda de autoridade comercial, uso indevido de sinal distintivo e dano reputacional. No Brasil, a resposta jurídica passa por uma combinação entre prova documental, proteção marcária no **INPI**, medidas extrajudiciais, procedimento administrativo no SACI-Adm e, em certos casos, ação judicial. A lei da **propriedade industrial** protege os direitos relativos à **propriedade industrial** e inclui a repressão à concorrência desleal; já o SACI-Adm existe justamente para solucionar litígios sobre legitimidade de registros de domínios ".br".

Por que a disputa de domínio é um tema estratégico para empresas

O domínio muitas vezes funciona como extensão da própria identidade empresarial. Ele concentra tráfego,

confiança do público, geração de leads, e-mails corporativos e reconhecimento da marca. Quando esse ativo fica em nome de ex-parceiro, distribuidor, representante, agência, prestador de serviço ou terceiro oportunista, a empresa pode perder controle sobre um ponto sensível da sua presença comercial. O regulamento do SACI-Adm deixa claro que o sistema foi criado para litígios entre o titular do domínio ".br" e terceiro que conteste a legitimidade desse registro, podendo resultar em manutenção, transferência ou cancelamento do domínio.

Em quais situações a empresa deve acender o alerta

Alguns cenários merecem reação imediata:

O domínio contém marca idêntica ou muito semelhante à da empresa;

O registro foi feito por representante comercial, distribuidor, franqueado ou parceiro durante a relação negocial;

A relação comercial terminou, mas o domínio continuou sendo usado;

O site mantém aparência de canal oficial da marca;

Há redirecionamento de clientes, coleta de contatos ou uso de e-mails vinculados ao domínio;

A empresa descobre que nunca teve o domínio em sua própria titularidade.

Juridicamente, esses cenários podem tocar tanto a disciplina da marca quanto a repressão à concorrência desleal, ambas previstas na lei 9.279/1996.

O papel do **INPI** nessa estratégia

Aqui vale um ajuste importante de terminologia: o órgão correto é **INPI**, e não "NPI". O **INPI** é a autarquia federal responsável, entre outros serviços, pelo sistema de marcas no Brasil, disponibilizando guia básico, busca de processos, peticionamento e material de apoio para registro e acompanhamento de marcas. Ter marca registrada não resolve sozinho toda disputa de domínio, mas normalmente fortalece muito a posição jurídica da empresa, porque ajuda a demonstrar legitimidade sobre o sinal distintivo e a anterioridade da proteção no



país.

O que o SACI-Adm resolve

O SACI-Adm é o sistema administrativo de conflitos relativos a nomes de domínio sob ".br". Ele não substitui toda e qualquer pretensão judicial, mas pode ser uma ferramenta extremamente eficiente para atacar o problema da titularidade ou do uso indevido do domínio, sobretudo quando a empresa quer transferência ou cancelamento do registro. Pelo regulamento, o procedimento é voltado à discussão da legitimidade do domínio e limita-se a determinar a manutenção, transferência ou cancelamento.

O que a empresa precisa provar

Em disputas desse tipo, a tese jurídica quase sempre depende de uma boa narrativa probatória. Não basta alegar que "o domínio é meu" ou que "a marca é conhecida". É preciso construir, com documentos, uma linha lógica que mostre por que a empresa tem melhor direito do que o titular atual do domínio.

Os pilares probatórios mais relevantes costumam ser estes.

#### 1. Prova da existência e legitimidade da marca

A empresa deve reunir tudo o que comprove seu vínculo legítimo com o sinal distintivo:

Certificado de registro da marca no **INPI**, se houver;

Número do processo de pedido, se ainda estiver em andamento;

Comprovantes de uso da marca no Brasil;

Catálogos, embalagens, campanhas, contratos e materiais institucionais;

Histórico de atuação comercial vinculado ao nome.

O **INPI** disponibiliza busca de processos, guia de pedido e manual de marcas, que servem como base de consulta e acompanhamento da proteção marcária.

#### 2. Prova da anterioridade de uso

Mesmo quando a marca ainda não está concedida, a organização da prova de uso anterior pode ser decisiva para a estratégia. Isso inclui:

Primeiras notas fiscais com a marca;

Campanhas de lançamento;

Domínio institucional antigo;

Presença em redes sociais;

Contratos com clientes;

Propostas comerciais;

Participação em feiras e eventos.

#### 3. Prova da relação comercial com quem registrou ou operou o domínio

Esse ponto é central quando o conflito envolve ex-representante, distribuidor, parceiro local, agência ou franqueado. A empresa deve localizar:

Contrato de representação, distribuição, franquia, licença ou agência;

Aditivos;

E-mails de autorização;

Cláusulas sobre uso de marca;

Cláusulas sobre ativos digitais;

Regras de transição no encerramento.

Se o domínio foi criado durante a parceria, esse detalhe temporal pode ser decisivo na construção da tese.

#### 4. Prova do encerramento da autorização

Uma das viradas mais importantes do caso ocorre quando a autorização para uso da marca e do domínio deixa de existir. Por isso, devem ser separados:

Distrato;

Notificação de rescisão;

E-mails formais de encerramento;

Documentos da ação de término da relação comercial;

Cláusulas que disciplinem o pós-contrato.

#### 5. Prova de má-fé, confusão ou desvio de clientela

Aqui entram os elementos que mostram por que a manutenção do domínio passou a ser abusiva:

Prints do site;

Uso do logotipo;

Menção a "representante oficial" sem autorização;

Captação de leads;

Vendas ou anúncios ativos;

Mensagens de clientes confundidos;

Uso de e-mails no domínio;



Tentativa de cobrar pela transferência do domínio.

Quais leis amparam a reação da empresa

A base legal principal é a lei da **propriedade industrial** (lei 9.279/1996), que regula direitos e obrigações relativos à **propriedade industrial** e inclui a proteção dos sinais distintivos e a repressão à concorrência desleal. O próprio texto legal, em suas disposições gerais, já mostra que o sistema brasileiro protege a **propriedade industrial** considerando o interesse social, o desenvolvimento econômico e a concorrência leal.

Em paralelo, a estratégia de marca passa pelo **INPI**, que é o órgão oficial para pedido, acompanhamento e manutenção do registro marcário no Brasil. O Manual de Marcas e o Guia Básico do **INPI** são referências relevantes para organizar a proteção e o acompanhamento administrativo da marca.

Já para domínios ".br", o regramento específico vem do Registro.br/NIC.br, inclusive com regulamento próprio do SACI-Adm e contrato de registro de domínio sob ".br".

Passo a passo para empresas que enfrentam disputa de domínio

Passo 1: Congelar a prova o quanto antes

O primeiro erro de muitas empresas é discutir o caso antes de preservar a evidência. O ideal é reunir imediatamente:

Prints completos do site;

Páginas internas;

Formulários de contato;

Rodapé com identificação do operador;

Registros de e-mails;

Captura da home em datas diferentes;

Consulta cadastral do domínio;

Histórico de funcionamento.

Sem isso, a empresa pode perder o retrato exato da infração.

Passo 2: Mapear quem é o verdadeiro titular do ativo

Depois, é preciso responder a perguntas objetivas:

Quem registrou o domínio;

Em nome de quem ele está hoje;

Quem paga;

Quem renova;

Quem usa;

Quando foi registrado;

Em qual contexto contratual isso ocorreu.

A resposta jurídica muda muito se o domínio foi registrado por prestador técnico por conta da empresa, por parceiro em nome próprio, ou por terceiro completamente estranho à operação.

Passo 3: Auditar a situação da marca no **INPI**

Antes de qualquer medida mais agressiva, a empresa deve revisar:

Se a marca está registrada;

Se o pedido está em andamento;

Em quais classes;

Se o titular formal está correto;

Se há necessidade de novas classes ou reforço de portfólio.

O próprio portal do **INPI** centraliza busca, peticionamento e orientações para marcas.

Passo 4: Organizar a linha do tempo do caso

Uma boa linha do tempo normalmente decide a clareza da tese. Ela deve mostrar:

Início do uso da marca;

Início da parceria comercial;

Registro do domínio;

Momento em que o domínio passou a ser relevante para a operação;

Encerramento da relação;

Início do uso indevido ou resistência à transferência.

Passo 5: Enviar notificação extrajudicial estratégica

A notificação é importante porque delimita a controvérsia, formaliza a ciência da outra parte e pode gerar prova útil para as etapas seguintes. Ela deve apontar:

A titularidade ou legitimidade da empresa sobre a marca;

A relação contratual anterior;

O término da autorização;

O uso indevido do domínio;

O risco de confusão e desvio de clientela;

O prazo para cessação ou transferência.

#### Passo 6: Avaliar o cabimento do SACI-Adm

Se o domínio for ".br", a empresa deve considerar seriamente o SACI-Adm. O sistema foi desenhado exatamente para litígios dessa natureza, com regulamento próprio e instituições credenciadas para processamento e decisão.

#### Passo 7: Definir se o caso também exige ação judicial

O SACI-Adm pode ser muito eficiente para tratar do domínio, mas nem sempre resolve todo o conflito empresarial. A ação judicial pode ser necessária quando a empresa também precisa de:

Tutela de urgência para cessar uso da marca;

Retirada imediata de conteúdo enganoso;

Obrigação de não fazer;

Abstenção de contato com clientes como canal oficial;

Indenização;

Produção probatória mais ampla.

Quais documentos não podem faltar

Para que a tese seja robusta, a empresa deve priorizar os seguintes conjuntos documentais:

Documentos societários

Contrato social, estatuto, CNPJ, documentos de representação.

Documentos de marca

Certificado, pedido, classes, apostilas, material de uso, histórico no **INPI**.

Documentos da relação comercial

Contrato, aditivos, e-mails, políticas de uso da marca, manuais, aprovações.

Documentos do domínio

Consulta cadastral, comprovantes de registro e renovação, faturas, histórico de hospedagem, acessos administrativos.

Documentos do encerramento

Distrato, notificação, mensagens formais, petições e decisões da ação de encerramento contratual.

Documentos do uso indevido

Prints, anúncios, páginas institucionais, captação de leads, mensagens de clientes, reclamações, redireci-

onamentos.

#### O erro mais comum das empresas

O erro mais recorrente é tratar o domínio como detalhe técnico, quando ele é um ativo jurídico e comercial. Muitas empresas deixam o registro em nome de terceiros por conveniência operacional e só percebem o risco quando a relação azeda. Nessa hora, a ausência de contratos claros, políticas de titularidade digital e rotina de auditoria documental fragiliza a reação.

Como a organização probatória muda o resultado

Em disputas de domínio, a diferença entre um caso "discutível" e um caso "forte" normalmente está na organização da prova. Quando a empresa consegue demonstrar:

Legitimidade sobre a marca;

Anterioridade de uso;

Relação contratual que contextualiza o domínio;

Fim da autorização;

Uso atual gerador de confusão ou vantagem indevida,

a estratégia ganha densidade tanto no campo administrativo quanto no judicial.

A importância estratégica do domínio para o negócio e os prejuízos concretos da omissão

Em disputas dessa natureza, é um erro tratar o nome de domínio como simples detalhe técnico ou ativo secundário da operação. Na prática, o domínio representa um dos pontos mais sensíveis da presença empresarial no ambiente digital, porque ele concentra identidade, autoridade de marca, confiança do consumidor, tráfego qualificado, relacionamento comercial e percepção de legitimidade no mercado. Em muitos casos, o domínio é o primeiro contato do cliente com a empresa e funciona como verdadeira extensão do próprio nome empresarial ou da marca perante o público.

Por isso, quando a empresa deixa de controlar diretamente esse ativo - ou tolera que ele permaneça em nome de terceiro, especialmente alguém do mesmo segmento ou que já integrou sua cadeia comercial - o risco ultrapassa a esfera documental e passa a atingir o núcleo estratégico do negócio. Isso porque o domínio pode ser utilizado para interceptar clientes, capturar oportunidades comerciais, esvaziar investimentos em marketing, gerar confusão quanto à

origem dos produtos ou serviços e enfraquecer a autoridade da marca perante o mercado.

O problema se agrava ainda mais quando o titular atual atua no mesmo segmento econômico, pois a semelhança entre públicos, canais de venda e oferta comercial amplia o potencial de confusão e torna muito mais difícil separar, aos olhos do consumidor, quem efetivamente detém legitimidade para explorar aquele sinal distintivo. Nessa hipótese, o prejuízo não é apenas jurídico: ele pode se refletir em perda de conversão, desvio de clientela, erosão reputacional, enfraquecimento da presença digital e vantagem competitiva indevida em favor de quem se apropria da autoridade já construída pela empresa.

Há ainda um aspecto silencioso, mas extremamente relevante: quanto mais tempo a empresa permite a permanência dessa situação sem reação estruturada, maior o risco de consolidação prática da confusão no mercado. Com o passar do tempo, clientes, fornecedores e parceiros podem começar a associar o domínio indevido ao canal oficial da marca, criando uma realidade comercial distorcida que depois exige custo muito maior para ser desfeita. Em outras palavras, a inércia não apenas mantém o problema - ela pode ampliá-lo.

Sob a ótica estratégica, portanto, discutir a titularidade e o uso do domínio não é mero capricho jurídico nem providência acessória. Trata-se de medida de proteção do próprio posicionamento empresarial, da coerência da operação digital e do valor competitivo da marca no mercado. Empresas que negligenciam esse ponto muitas vezes só percebem a gravidade quando o ativo já está sendo usado como instrumento de disputa comercial, retenção de clientela ou pressão negocial. E, nesse estágio, a reação costuma ser mais onerosa, mais demorada e mais sensível sob o ponto de vista reputacional.

A empresa que enfrenta disputa de domínio não deve agir apenas para "recuperar um endereço na internet". O que está em jogo é a preservação da marca, da clientela, da autoridade comercial e da segurança da operação no Brasil. A resposta mais eficiente normalmente combina três frentes: regularização da posição marcária no **INPI**, organização rigorosa da prova e escolha da via adequada entre notificação, SACI-Adm e ação judicial. O sistema brasileiro oferece instrumentos concretos para isso, tanto na lei da **propriedade industrial** quanto no regramento do registro.br para domínios ".br".

Se sua empresa descobriu que um domínio vinculado à sua marca está em nome de terceiro, sendo usado por ex-parceiro ou causando confusão no mercado, a análise deve começar imediatamente.

Quanto mais cedo a prova for organizada e a estratégia definida, maior a chance de preservar a titularidade, reduzir danos e recuperar o controle do ativo digital.

Gutemberg do Monte Amorim Advogado especialista em Previdenciário, Consumidor, Saúde, Trabalhista e Fraudes Bancárias. Fundador do Gutemberg Amorim Sociedade Individual de Advocacia. Formado pela PUC-GO, com LL.M pela FGV.

## A sina da autoria na era da IA: Limites da criação e responsabilidade



A sina da autoria na era da inteligência artificial: Limites da criação automatizada e responsabilidade jurídica Vanessa Kruschewsky e Maria Clara Teles Entre vozes sintéticas e direitos autorais, o uso da IA na música expõe dilemas sobre autoria, autenticidade e proteção jurídica. sexta-feira, 22 de maio de 2026

Atualizado em 21 de maio de 2026 18:23

A difusão de conteúdos produzidos por IA - inteligência artificial, especialmente no campo musical, tem provocado discussões relevantes sobre os limites da proteção jurídica das criações intelectuais. A tecnologia ampliou as possibilidades de criação, adaptação e circulação de obras, mas também tornou mais complexa a identificação de quem cria, quem se apropria, quem monetiza e quem deve responder pelos efeitos jurídicos desses conteúdos.

Entre os exemplos recentes mais expressivos, destaca-se o fenômeno "Sina de Ofélia", versão brasileira gerada por inteligência artificial a partir de "The Fate of Ophelia", de Taylor Swift. O caso chamou atenção não apenas pela repercussão nas plataformas digitais, mas pela forma como condensou, em um único episódio, debates sobre direito autoral, voz sintética, direitos da personalidade, monetização de conteúdos e autenticidade no ambiente digital.

Desde dezembro de 2025, passaram a circular no Spotify e no YouTube diversas versões da música, algumas com clipes integralmente gerados por inteligência artificial. A primeira, de autoria desconhecida, adaptou a obra ao contexto brasileiro, com elementos de samba e funk, além de substituir o vocal original por vozes que imitavam Luísa Sonza e Dilsinho, em grau de verossimilhança capaz de levar parte do público a crer que se tratava de lançamento oficial.

A partir daí, o fenômeno se multiplicou, com versões em diferentes gêneros, muitas produzidas por IA e atribuídas a perfis anônimos. Em seguida, artistas reais aderiram ao movimento, gravando vocais próprios, mas preservando elementos melódicos, estruturais e estéticos das versões artificiais, formando uma cadeia criativa complexa entre obra original, versões artificiais e reutilizações humanas.

Esse cenário revela problema que vai além da titularidade formal da obra, pois envolve a erosão da percepção humana como critério de autenticidade. Quando vozes, estilos e performances são reproduzidos artificialmente com alta precisão, torna-se difícil distinguir o original, o autorizado e o simulado, deslocando a discussão dos direitos autorais para uma questão estrutural de confiança no ambiente digital.

Há, contudo, um ponto que não pode ser obscurecido pelo fascínio tecnológico. A inteligência artificial não decide sozinha. Ela não escolhe a obra de referência, não define o estilo musical, não seleciona as vozes a serem imitadas, nem estabelece os parâmetros técnicos de criação. Esses elementos decorrem de escolhas humanas orientadas a um resultado específico.

No caso de "Sina de Ofélia", alguém selecionou a música original, definiu a adaptação para o português, optou por replicar vozes identificáveis e ajustou os elementos necessários para alcançar um produto final com aparência de autenticidade. A IA, nesse contexto, atua como ferramenta de execução, e não como sujeito criador. A sofisticação do instrumento não desloca a responsabilidade de quem o

utiliza.

Essa distinção tem consequências jurídicas diretas. O debate não deve tratar a máquina como autora autônoma, mas identificar os agentes humanos que orientaram o resultado, disponibilizaram o conteúdo e se beneficiaram de sua circulação, pois é nesse polo que se concentram a autoria relevante e a responsabilidade pela criação automatizada.

Essa compreensão também se reflete no plano legislativo, a exemplo do PL 2.721/24, que busca explicitar que a autoria de obras elaboradas com auxílio de inteligência artificial permanece atribuída à pessoa física criadora.

A proposta reafirma o elemento humano no processo criativo e evita a dissociação entre criação, autoria e responsabilidade. Mais do que definir quem pode ser considerado autor, revela a necessidade de impedir que a sofisticação tecnológica produza zonas de irresponsabilidade jurídica.

Sob a perspectiva normativa vigente, o ponto de partida permanece sendo a lei 9.610/1998, que reconhece como autor a pessoa física criadora de obra literária, artística ou científica. Os direitos morais e patrimoniais decorrem da criação humana, de modo que a inteligência artificial não é titular de direitos autorais, nem pode ser considerada autora. Assim, versões geradas por IA a partir de obras protegidas, quando não autorizadas, tendem a se inserir em um regime de exploração irregular, independentemente da tecnologia utilizada.

O caso também envolve tutela autônoma dos direitos da personalidade, pois imitação de vozes de artistas identificáveis, sem autorização, pode configurar violação de direitos da personalidade, ainda que mediada por sistemas algorítmicos. O ilícito, nessa hipótese, decorre também da apropriação de atributos individualizadores de artistas reais, capazes de gerar confusão no público e exploração econômica indevida. Ou seja, a tecnologia não neutraliza a ilicitude, apenas altera o meio de sua prática.

A resposta prática a esse fenômeno já começa a aparecer no âmbito das plataformas digitais. Diretrizes de serviços de streaming, como o Spotify, passaram a prever a remoção de conteúdos que imitem ou clonem a voz de artistas reais sem autorização. Ainda assim, a lógica de funcionamento dessas plataformas revela um problema adicional, já que, em muitos casos, a verificação da irregulari-

dade depende de provocação do titular, o que evidencia um modelo predominantemente reativo.

Esse modelo tende a ser mais eficaz quando envolve artistas já consolidados, cuja notoriedade facilita a identificação da violação e a adoção de providências. Para criadores de menor expressão, o cenário é substancialmente mais gravoso, pois suas vozes, estilos e identidades podem ser replicados e explorados comercialmente sem que existam mecanismos efetivos de detecção, reação ou compensação. A violação, nesses casos, pode permanecer invisível por mais tempo, inserida em um ciclo de monetização do qual o próprio titular é excluído.

Surge, então, o chamado "vácuo autoral". Quando não há autoria humana formalmente identificada, torna-se mais difícil localizar o responsável direto pela criação, definir a titularidade sobre o conteúdo gerado e promover a responsabilização imediata. Isso, contudo, não significa ausência de exploração econômica. Enquanto não removidos ou desmonetizados, conteúdos dessa natureza podem gerar engajamento, visualizações e receitas no ecossistema das plataformas, ainda que sua origem e licitude permaneçam controvertidas.

O resultado é um deslocamento do ganho econômico. Quem efetivamente criou, interpretou, inspirou ou teve seus atributos reproduzidos pode não receber qualquer remuneração, enquanto usuários intermediários e plataformas capturam valor a partir da circulação do conteúdo.

Portanto, sob a perspectiva econômica, o cenário reflete um alinhamento estrutural de incentivos, pois plataformas digitais operam por métricas de retenção, engajamento e receita, o que pode reduzir o estímulo à restrição proativa de conteúdos gerados por inteligência artificial, ainda que existam diretrizes formais contra tais práticas.

Esse enquadramento desloca o foco para questão mais sensível, pois a discussão não deve se limitar à qualidade estética das criações por inteligência artificial ou ao impacto cultural de versões virais, mas alcançar a forma como esses sistemas são treinados, alimentados e disponibilizados.

Muitas ferramentas de IA generativa são desenvolvidas a partir de grandes volumes de dados que podem incluir obras protegidas por direitos autorais, nem sempre com transparência suficiente quanto à origem, ao licenciamento ou às condições



de uso desses repertórios. Trata-se de um uso massivo de conteúdos criativos que, em muitos casos, constituem a base de funcionamento das tecnologias capazes de gerar novas músicas, imagens, textos e vozes sintéticas.

Nesse contexto, a controvérsia não se limita às criações derivadas que circulam nas plataformas. Ela antecede o próprio resultado. Quando o processo de treinamento se apoia em repertórios cuja utilização

não foi claramente autorizada, a discussão sobre eventual ilicitude no output torna-se, em certa medida, tardia. O problema não surge apenas na superfície visível das obras geradas, mas na infraestrutura opaca sobre a qual elas são construídas.

Há, ainda, uma crise de confiança que precisa ser enfrentada. A inteligência artificial rompe a associação intuitiva entre aparência e realidade. Ver, ouvir ou ler já não basta para crer. A prova digital, quando dissociada de mecanismos de validação, aproxima-se mais de uma narrativa tecnicamente manipulável do que de um elemento confiável por si só.

Nesse ambiente, desloca-se o eixo da confiança jurídica. Deixa de ser suficiente analisar o conteúdo isoladamente, tornando-se essencial compreender como ele foi produzido, preservado, disponibilizado e validado. A autenticidade deixa de ser apenas perceptiva e passa a depender de mecanismos institucionais de confirmação.

É nesse ponto que se revela a renovada importância da ata notarial, prevista no art. 384 do CPC, como instrumento capaz de documentar conteúdos digitais, registrando sua existência, forma de apresentação, autoria aparente, data de acesso, URL, contexto de circulação e demais elementos perceptíveis ao notário. À luz do art. 6º, III, da lei 8.935/94, o notário atua como agente de autenticação de fatos juridicamente relevantes, inserindo-os em uma cadeia de confiança dotada de presunção de veracidade.

Em um ambiente marcado por deepfakes, vozes sintéticas e conteúdos manipuláveis, a fé pública assume função estrutural. A inteligência artificial pode simular vozes, imagens e documentos, mas não pode atribuir responsabilidade, imputabilidade ou presunção jurídica. Essa diferença não é tecnológica, mas institucional.

Isso não significa negar que a inteligência artificial possa funcionar como ferramenta legítima de criação, ampliar o acesso a recursos técnicos e facilitar processos criativos. O problema não está na utilização da tecnologia em si, mas na tentativa de transformar a novidade tecnológica em justificativa para flexibilizar, sem critério, parâmetros jurídicos consolidados. Inovações com impacto estrutural não prescindem de escrutínio.

A pergunta central, portanto, deve ser até que ponto se pode admitir que a inteligência artificial seja utilizada à custa da apropriação de atributos alheios. Quando obras, vozes e estilos são incorporados a sistemas e explorados economicamente sem transparência, autorização ou mecanismos adequados de rastreabilidade, o que está em jogo não é apenas eficiência tecnológica, mas a integridade de direitos diretamente ligados à pessoa e à criação humana.

Casos como da música "Sina de Ofélia" indicam que a tensão entre inovação tecnológica e proteção jurídica não será resolvida por simples extensão automática de categorias existentes, mas por sua reinterpretação crítica.

Se, por um lado, a tecnologia complexifica a identificação do autor e a delimitação da obra, por outro, torna ainda mais evidente a necessidade de preservar o princípio de que a criação intelectual não pode ser dissociada de responsabilidade e justa remuneração. Sem esse vínculo, o que se estabelece não é um novo paradigma criativo, mas um ambiente de extração sistemática de valor a partir do trabalho alheio, mediado por ferramentas sofisticadas, porém juridicamente instrumentais.

A inteligência artificial não cria em um vácuo. Ela executa comandos, opera sobre repertórios e integra cadeias econômicas específicas. É justamente nesse ponto que o Direito deve permanecer ancorado: na identificação de quem decide, quem direciona, quem se beneficia e quem deve responder pelos efeitos jurídicos da criação automatizada.

---

BRASIL. Câmara dos Deputados. Projeto de Lei nº 2.721, de 2024. Altera o art. 11 da Lei nº 9.610, de 1998, para deixar expresso que autor é apenas a pessoa física, independentemente do grau de autonomia do sistema de inteligência artificial utilizado na elaboração da obra. Autor: Deputado Jonas Donizette. Brasília, DF: Câmara dos Deputados, 2024.



Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2445849>. Acesso em: 10 de abril 2026.

CORRÊA, Daniel Marinho. A nova sina de Ofélia: quando a inteligência artificial reescreve a tragédia e desafia o direito autoral. Consultor Jurídico, 21 jan. 2026. Disponível em: <https://www.conjur.com.br/2026-jan-21/a-nova-sina-de-ofelia-quando-a-inteligencia-artificial-reescreve-a-tragedia-e-desafia-o-direito-autoral/>. Acesso em: 19 abril 2026.

DUARTE, Andrey Guimarães; BORDINI, Mauro Alexandre Barbosa. Quando a voz mente e a imagem engana: inteligência artificial, o caso A Sina de Ofélia de Taylor Swift e a reafirmação da fé pública na era digital. ANOREG/BR, 6 jan. 2026. Disponível em: <https://www.anoreg.org.br/site/artigo-quando-a-voz-mente-e-a-imagem-engana-inteligencia-artificial-o-caso-a-sina-de-ofelia-de-taylor-swift-e-a-reafirmacao-da-fe-publica-na-era-digital/>. Acesso em: 29 abril 2026.

DUTRA, Paulo Eduardo Martins; SILVA, Alexandre Gomes da. Horizontes e limitações do uso da Inteligência Artificial Generativa em artes e criatividade: uma revisão integrativa. Revista Eletrônica de Sistemas de Informação e Gestão Tecnológica, v. 15, n. 1, 2025. Disponível em: <http://periodicos.unifacf.com.br/resiget/article/view/3057>. Acesso em: 04 maio 2026.

G1. Sina de Ofélia: entenda a reviravolta da música de IA que agora é copiada por humanos. g1, 4 fev. 2026. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2026/02/04/sina-de-ofelia-entenda-a-reviravolta-da-musica-de-ia-que-agora-e-copiada-por-humanos.ghtml>. Acesso em: 07 maio 2026.

MEDINA, E. N.; FARINA, M. M. Inteligência artificial aplicada à criação artística: a emergência do

novo artífice. Manuscrita: Revista de Crítica Genética, n. 44, p. 68-81, 2021. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.2596-2477.i44p68-81>. Acesso em: 13 maio 2026.

SCOTTA, Gustavo; COSTA, Luciana Espindola da; HERMES, Pedro Henrique. O uso da voz humana criada por inteligência artificial: impactos na regulamentação de políticas públicas acerca de direitos autorais. Direito & TI, [S. l.], v. 1, n. 20, p. 1-17, 2025. DOI: 10.63451/dti.v1i20.271. Disponível em: <https://direitoeti.com.br/direitoeti/article/view/271>. Acesso em: 18 maio 2026.

Vanessa Kruschewsky Advogada, atuante na área de Concessões e Infraestrutura, integrante do Fraga & Trigo Advogados.

Fraga & Trigo Advogados Maria Clara Teles Bacharel em Humanidades e em Direito pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Advogada autônoma atuante no ramo de **Propriedade Intelectual**.

## 'Charlie Brown' processa empresas e governo dos EUA por uso de canções sem autorização



Detentor dos **direitos autorais** das músicas usadas nos desenhos animados "Peanuts" questiona uso das músicas em redes sociais e em um videogame

O detentor dos **direitos autorais** das músicas usadas nos desenhos animados "Peanuts", incluindo o clássico natalino "O Tannenbaum" e as canções de "Linus e Lucy", processou três empresas e o Departamento do Interior dos EUA nesta semana. Ele denuncia o uso não autorizado das canções tanto em postos de redes sociais quanto em um videogame.

A Lee Mendelson Film Productions entrou com as ações por violação de **direitos autorais** em tribunais federais em Nova York e Washington, D.C. As músicas fazem parte dos programas que levaram Charlie Brown, Snoopy e o resto da turma das tirinhas de Charles Schulz das páginas dos quadrinhos para as salas de estar das famílias.

Marc Jacobson, advogado da Lee Mendelson Film Productions, disse em entrevista na quinta-feira que a empresa vinha sofrendo com o uso não autorizado de suas músicas e decidiu "se manifestar e entrar com os quatro processos no mesmo dia". "Enviamos repetidas vezes cartas de notificação extrajudicial e essas quatro empresas ou não responderam, ou responderam de uma forma que indicava que realmente não se importavam com o uso indevido da música", disse ele.

Além do governo dos EUA, as três empresas acusadas são a Heritage Auctions, uma casa de leilões; a Buckle-Down Inc., uma empresa de cintos; e a Ga-

meMill Entertainment, uma editora de videogames.

Segundo Jacobson, a Lee Mendelson Film está particularmente preocupada com o uso das músicas em redes sociais. A empresa não possui nenhum acordo de licenciamento com o aplicativo de vídeos curtos TikTok, afirmou ele. Além disso, a música é permitida nos aplicativos da Meta (Instagram, Facebook e WhatsApp) apenas para uso pessoal, não para fins comerciais. "Simplesmente não queremos mais tolerar isso", disse ele.

Lee Mendelson fundou a produtora em 1963. Ele ajudou a levar o clássico natalino "Um Natal com Charlie Brown" para a televisão em 1965, seguido por vários outros sucessos. Ele faleceu em 2019, e sua empresa é a editora da Biblioteca de Músicas de Charlie Brown de Vince Guaraldi. Guaraldi compôs a música original para os especiais de "Peanuts". Sua música "tornou-se indissociavelmente ligada aos personagens e filmes de Peanuts", de acordo com um dos processos judiciais.

Segundo o processo, o Departamento do Interior usou a música "O Tannenbaum", do filme "Um Natal com Charlie Brown", em um cartão de Natal digital publicado em dezembro nas redes sociais sem autorização. Jacobson afirmou que o processo contra o departamento não tinha motivação política, mas sim "a intenção de controlar o uso de obras protegidas por **direitos autorais**".

O governo dos EUA "pegou músicas que poderiam estar disponíveis para uso individual em páginas do Facebook e as transformou em material promocional para o Departamento do Interior, e isso não é permitido", disse ele. O Departamento do Interior afirmou em comunicado enviado por e-mail na quinta-feira que não "comentará processos judiciais".

Os processos contra a Heritage Auctions e a Buckle-Down Inc. também acusam as empresas de uso indevido das músicas nas redes sociais. O processo contra a empresa de videogames alega que a música do jogo "Snoopy & The Great Mystery Club", da franquia "Peanuts", com lançamento previsto para 2025, era muito semelhante às músicas de Guaraldi.

---

Continuação: 'Charlie Brown' processa empresas e governo dos EUA por uso de canções sem autorização

Christina Rees, porta-voz da Heritage Auctions, disse que a empresa "ainda não foi notificada nem analisou a queixa". "Se e quando recebermos, analisaremos as alegações e responderemos conforme apropriado", afirmou. A Buckle-Down não respondeu a um telefonema solicitando comentários na quinta-feira, e a GameMill não respondeu a um e-mail solicitando comentários na quinta-feira.

Jacobson disse que havia uma dúzia de outras empresas que usaram o catálogo "Peanuts" sem a devida autorização e alertou que ele e seu cliente "continuariam nesse caminho de fiscalização".

"Essas cartas serão enviadas na próxima semana", disse ele.

## Atitude de Virginia Fonseca com nomes dos filhos gera debate na web



Influenciadora registrou marcas ligadas aos herdeiros no **INPI** e dividiu opiniões nas redes sociais entre críticas e mensagens de apoio

O nome dos filhos de Virgínia Fonseca voltou ao centro das discussões nas redes sociais após vir à tona a informação de que a influenciadora apresentou ao **Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI)** dezenas de pedidos de registro envolvendo os herdeiros. A notícia rapidamente dividiu opiniões entre internautas, que passaram a debater os limites entre proteção de imagem, planejamento patrimonial e exposição infantil na internet.

Kesha surpreende ao revelar regra inusitada sobre vida amorosa: 'Nunca decepçiona' Saiba: Jessie J revela que está sem câncer após tratamento contra doença



Virginia e seus filhos: Maria Alice, José Leonardo e Maria Flor - Foto: Reprodução/Instagram

Segundo informações divulgadas pela coluna GENTE, da revista "Veja", Virgínia protocolou, desde 2021, 28 pedidos de registro relacionados aos nomes dos filhos com Zé Felipe: Maria Alice, de 4 anos, Maria Flor, de 3, e José Leonardo, de 1 ano. Na época, ela afirmou que a iniciativa tinha como objetivo garantir segurança financeira e preservar

direitos futuros das crianças.

A maior parte dos pedidos foi feita em nome da primogênita, Maria Alice. Entre 2021 e 2022, foram protocoladas solicitações envolvendo diferentes segmentos comerciais, como entretenimento, representação artística, cosméticos e até produtos alimentícios. Já em relação a Maria Flor, houve apenas um pedido formal, posteriormente negado pelo **INPI** mesmo após recurso.

Embora não existam registros públicos específicos para o nome de José Leonardo, o caçula aparece citado em outras marcas ligadas à família, como o Instituto Marias e José. Também há referências indiretas aos filhos em empresas associadas ao antigo casal, caso da Maria's Baby, marca voltada para cosméticos e produtos infantis criada após o nascimento de Maria Flor.



Virginia levou os três filhos para o último ensaio de quadra da Grande Rio antes dos desfiles, - Foto: Reprodução/Instagram

O assunto repercutiu nas redes sociais e gerou uma onda de comentários divididos. Enquanto parte dos usuários defendeu a atitude de Virginia como uma forma de proteção jurídica e comercial, outros questionaram a exposição pública dos filhos desde o nascimento.

Mileide Mihaile foi uma das famosas que saiu em defesa da influenciadora. "Certíssima", escreveu. Entre os comentários publicados por internautas, opiniões divergentes chamaram atenção.

"Já imaginou encontrar produtos usando a imagem do seu filho sem autorização?", escreveu uma usuária. "Depois de expor as crianças nos quatro cantos

Continuação: Atitude de Virginia Fonseca com nomes dos filhos gera debate na web

da internet", criticou outra. "Só julga quem não teria condições de fazer o mesmo", rebateu uma terceira. "Os filhos são dela, ela faz do jeito que quiser", comentou outro perfil.



Virginia Fonseca com as filhas - Foto: Reprodução/Instagram

O **Instituto Nacional da Propriedade Industrial** é o órgão responsável pelo registro e proteção de marcas no Brasil, garantindo exclusividade comer-

cial sobre nomes e identidades visuais em diferentes categorias de mercado. O procedimento, no entanto, não implica necessariamente na abertura imediata de empresas ou produtos vinculados às marcas registradas.

Em meio à repercussão, Virgínia também já havia respondido às críticas de seguidores que a acusavam de tentar lucrar com a imagem dos filhos. Na ocasião, a empresária afirmou que os registros fazem parte de um planejamento voltado ao futuro das crianças.

"Tudo que fazemos para nossos filhos tem um peso muito maior, e essa marca é delas e para elas! Lógico, com minha administração, até elas conseguirem e quiserem tomar conta de tudo sozinhas", declarou.

# Índice remissivo de assuntos

ABPI   Câmara de Mediação .....	4
Direitos Autorais .....	3,15,16
Marco regulatório   INPI .....	5,6,7,8,9,10,17,18
Propriedade Industrial .....	1,2,5,6,7,8,9,10,17,18
Propriedade Intelectual .....	1,2,11,12,13,14