

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 06 de outubro de 2025 às 08h01
Seleção de Notícias

05 de outubro de 2025

CNBC Brasil Online | BR-SP

Sam Altman e o risco do Sora, app de vídeos por IA da OpenAI: "Espero que a Nintendo não nos processe"	3
<small>REDAÇÃO CNBC</small>	

Migalhas | BR

Símbolo a ativo:Como o registro de marca gera receita para associações	5
---	----------

06 de outubro de 2025

O Estado de S. Paulo | BR

Coluna do Estadão	9
<small>COLUNA DO ESTADÃO ROSEANN KENNEDY</small>	

Sam Altman e o risco do Sora, app de vídeos por IA da OpenAI: "Espero que a Nintendo não nos processe"



A OpenAI lançou nesta semana o Sora, aplicativo de IA generativa que cria vídeos curtos a partir de comandos de texto. Desde então, usuários têm inundado a plataforma com clipes envolvendo marcas e personagens animados populares.

Especialistas disseram à CNBC que a startup pode em breve enfrentar uma enxurrada de processos por violação de **direitos** autorais. "Muitos dos vídeos que as pessoas vão gerar com esses personagens de desenho animado vão infringir **direitos** autorais", afirmou Mark Lemley, professor da Faculdade de Direito de Stanford. "A OpenAI está se expondo a um grande número de ações judiciais de **copyright** ao fazer isso."

O Sora permite que os usuários criem vídeos curtos gratuitamente digitando apenas um comando de texto. O aplicativo está disponível apenas para dispositivos iOS e funciona mediante convite - ou seja, é necessário um código para acessá-lo.

Desde o lançamento na terça-feira, o Sora já alcançou o topo da App Store da Apple.

Logotipo do Sora

A CNBC teve acesso ao Sora na quarta-feira e visualizou vídeos que incluíam personagens de séries como Bob Esponja, Rick and Morty e South Park, além de filmes como Meu Malvado Favorito.

Um dos vídeos mostrava o CEO da OpenAI, Sam Altman, em um campo ao lado de vários Pokémon, dizendo: "Espero que a Nintendo não processe a gente." Outro mostrava o palhaço Ronald McDonald, mascote do McDonald's, fugindo da polícia em um carro em formato de hambúrguer.

A CNBC também conseguiu gerar, de forma independente, diversos personagens e logotipos, incluindo Ronald McDonald, Patrick Estrela (Bob Esponja), Pikachu (franquia Pokémon), um copo de café do Starbucks e personagens de Os Simpsons.

Capturas de tela de vídeos gerados por IA da plataforma de geração Sora. Imagens: Cortesia: Kiera canghe666 troyi via Sora via CNBC

O McDonald's preferiu não comentar. As demais empresas responsáveis pelos personagens e logotipos não responderam aos pedidos de comentário da CNBC.

"As pessoas querem interagir com seus familiares e amigos por meio de suas próprias imaginações, bem como com histórias, personagens e mundos que amam, e vemos novas oportunidades para criadores aprofundarem sua conexão com os fãs", disse Varun Shetty, chefe de parcerias de mídia da OpenAI, em comunicado à CNBC. "Trabalharemos com os detentores de direitos para bloquear personagens no Sora a pedido deles e responderemos a solicitações de remoção."

Disputas judiciais

Continuação: Sam Altman e o risco do Sora, app de vídeos por IA da OpenAI: "Espero que a Nintendo não nos processe"

À medida que startups de IA transformam rapidamente a forma como o público interage com conteúdo online, empresas de mídia e outras marcas iniciaram uma nova leva de disputas judiciais para proteger sua **propriedade** intelectual.

Disney e Universal processaram o criador de imagens por IA Midjourney, alegando que a empresa usou e distribuiu indevidamente personagens de seus filmes. A Disney também enviou, na semana passada, uma notificação de cessar e desistir à Character.AI, exigindo que a startup pare de usar seus personagens protegidos por **direitos** autorais sem autorização.

Personagens são protegidos por **copyright** - o que significa que terceiros não podem utilizá-los sem permissão - e o Sora pode se tornar um novo terreno fértil para disputas de violação.

Se uma empresa perde o controle sobre o que seus personagens dizem ou fazem em vídeos gerados por usuários, isso se torna um problema, afirmou Lemley.

"Dá pra imaginar por que Taylor Swift não gostaria - mesmo que pornografia esteja fora de questão - de ver vídeos dela dizendo coisas que nunca disse", comentou. "Acho que o mesmo vai valer para personagens de desenho animado."

A OpenAI afirmou que respeita solicitações de remoção enviadas por meio de seu formulário "**Copyright** Disputes", que permite que donos de conteúdo sinalizem material específico. Usuários também podem denunciar vídeos por violação de **direitos** autorais ou de marca registrada diretamente pelo aplicativo.

Segundo a empresa, essas ações permitem um controle detalhado, personagem por personagem, diferente de um bloqueio geral. O Wall Street Journal informou que a OpenAI teria oferecido a algumas

agências e estúdios a opção de se excluir do Sora e impedir o uso de seu material protegido antes do lançamento do app.

Esse tipo de acordo seria incomum, segundo Jason Bloom, sócio e chefe do grupo de litígios de **propriedade** intelectual do escritório Haynes Boone. Normalmente, terceiros precisam obter permissão explícita para usar uma obra protegida.

"Você não pode simplesmente publicar um aviso dizendo ao público que vai usar o trabalho de todo mundo, a menos que alguém peça para não fazê-lo", explicou Bloom. "Não é assim que o **direito** autoral funciona."

A OpenAI afirmou ter adotado medidas para lidar com possíveis preocupações de segurança no Sora, incluindo dar aos usuários controle explícito sobre como sua imagem é usada na plataforma.

Os usuários podem criar um "cameo" de si mesmos para inserir em vídeos, e têm controle direto sobre quem pode acessá-lo. Na prática, isso significa que não é possível gerar vídeos de outra pessoa ou de uma figura pública sem permissão explícita.

Em uma postagem no blog na noite de sexta-feira, Altman disse que controles semelhantes e mais detalhados serão implementados para detentores de **direitos** autorais.

"Partimos do princípio de que diferentes pessoas vão tentar abordagens diferentes e descobrir o que funciona para elas", escreveu Altman. "Mas queremos aplicar o mesmo padrão a todos e deixar que os detentores de direitos decidam como proceder - nosso objetivo, claro, é tornar o produto tão atraente que muitos queiram participar."

Símbolo a ativo: Como o registro de marca gera receita para associações



Não lucrativa, mas estratégica: Registrar e licenciar marcas pode sustentar associações, gerar receita recorrente e fortalecer sua identidade institucional.

De símbolo a ativo: Como o registro de marca gera receita para associações Caroline Vaz de Melo Mattos Abreu Não lucrativa, mas estratégica: Registrar e licenciar marcas pode sustentar associações, gerar receita recorrente e fortalecer sua identidade institucional. domingo, 5 de outubro de 2025 Atualizado em 3 de outubro de 2025 14:19 Compartilhar ComentarSiga-nos no A A

O papel do terceiro setor

O chamado terceiro setor é formado por entidades privadas sem fins lucrativos, como associações, fundações e organizações sociais, que têm como missão atender interesses coletivos, culturais, educacionais ou de classe. Diferentemente das empresas, o objetivo central não é a distribuição de lucros, mas a promoção de causas de impacto social. Ainda assim, essas instituições precisam de sustentabilidade financeira para manter suas atividades, e é nesse ponto que a gestão estratégica da marca surge como uma

abpi.empauta.com

ferramenta valiosa: ela permite captar recursos, reforçar a identidade institucional e ampliar o alcance da missão, sem comprometer o caráter não lucrativo da associação. Em um mundo cada vez mais competitivo, muitas dessas entidades encontram na marca institucional um ativo de valor estratégico.

Marca como ativo estratégico

Registrar uma marca não é apenas uma formalidade. Para associações, ela se torna um símbolo de identidade, credibilidade e confiança, que pode ser utilizado para fortalecer o pertencimento dos associados e até gerar novas fontes de receita. É aí que entra, também, o licenciamento de marcas: uma ferramenta jurídica que permite à associação monetizar sua marca sem desvirtuar sua natureza não lucrativa.

Riscos da ausência de proteção

O desafio está em compreender que associações não podem distribuir lucros entre seu quadro diretivo e/ou seus associados, o que não significa que elas não possam gerar receita. Isso gera receio de que a exploração de uma marca, por meio de licenciamentos, possa ser vista como atividade empresarial - o que poderia levar a questionamentos jurídicos e fiscais.

Além disso, muitas associações não sabem como:

Estruturar o registro da marca junto ao **INPI**;

Proteger a marca contra usos indevidos por terceiros;

Formalizar contratos de licenciamento que garantam receita, mas respeitem o estatuto social e o caráter institucional;

Demonstrar que os valores arrecadados serão revertidos para a finalidade social da associação.

Continuação: Símbolo a ativo: Como o registro de marca gera receita para associações

Sem um caminho claro, oportunidades de fortalecimento institucional podem ser desperdiçadas.

Imagine uma associação de produtores que desenvolve uma marca que agrega valor aos produtos de seus associados no mercado. Sem registro formal, qualquer empresa poderia usar esse nome ou logotipo, inclusive com finalidade lucrativa, apropriando-se da força de uma marca construída ao longo de diversos anos. Aliás, o sonho de qualquer empresa com finalidade lucrativa é aportar dinheiro onde o retorno é garantido, ou seja, uma marca desprotegida pode ser a "menina dos olhos" de concorrentes ou terceiros oportunistas.

Ou ainda: pense em uma associação cultural que cria um selo de identidade visual reconhecido nacional ou internacionalmente. Ao deixar de licenciar sua marca, perde a chance de gerar receita para investir em projetos sociais, eventos, capacitações ou na própria divulgação.

Não se pode deixar de lado o poder do crescimento exponencial de uma marca que só é conquistado após muitos anos e muito capital humano, intelectual e financeiro investido.

A ausência de um plano claro de proteção e exploração da marca pode levar a dois cenários indesejados:

Perda de controle: terceiros se apropriam indevidamente do prestígio da marca.

Perda de oportunidade: a associação deixa de captar recursos que poderiam ser reinvestidos em suas atividades.

Assim, aquilo que deveria ser um ativo estratégico pode se transformar em um passivo, seja pelo desgosto ou pelos processos judiciais que podem advir dessa posse indevida de uma marca por terceiros.

Como licenciar sem perder o caráter não lucrativo

Associações podem registrar e licenciar suas marcas de forma legítima, desde que observem alguns passos jurídicos e estratégicos:

Registro da marca no **INPI**

A associação deve requerer o registro como titular, garantindo exclusividade sobre o uso do nome e logotipo, de preferência com um registro misto;

Pode registrar marcas de produto, de serviço, marcas coletivas (para produtos de seus associados) e até marcas de certificação.

Previsão estatutária clara

O estatuto deve prever a possibilidade de exploração da marca, deixando claro que a receita será destinada à manutenção das atividades institucionais ou de algum projeto específico.

Contratos de licenciamento

Estabelecer regras objetivas: quem pode usar a marca, por quanto tempo, mediante quais condições e valores;

Incluir cláusulas de controle de qualidade, para que a associação assegure que sua marca não seja usada de forma indevida, bem como cláusulas com penalidades específicas para eventuais descumprimentos.

Compatibilização com o caráter não lucrativo

A receita obtida com o licenciamento deve ser reinvestida na associação (eventos, programas, capacitações, infraestrutura, crescimento estrutural).

Não pode haver distribuição de resultados aos associados.

Diferenciais estratégicos do licenciamento

Continuação: Símbolo a ativo: Como o registro de marca gera receita para associações

Fonte de caixa sustentável: gera receita recorrente para apoiar projetos institucionais;

Valorização da marca: quanto mais reconhecida, maior a percepção do valor de mercado da associação;

Controle de reputação: garante que terceiros só usem a marca de forma alinhada com os valores institucionais.

Fortalecimento dos associados: ao licenciar marcas coletivas, a associação aumenta a competitividade dos membros no mercado.

Centros de custo: Boa prática de governança

O licenciamento pode ser feito pelo próprio CNPJ da associação, sem necessidade de criar uma nova pessoa jurídica. Para dar mais transparência, é possível criar centros de custo internos (ou contas contábeis específicas), separando receitas de eventos, doações e licenciamento de marcas.

Essa prática reforça a governança, facilita auditorias, assegura ao Fisco que os recursos estão sendo reinvestidos e auxilia no planejamento estratégico, ao identificar quais iniciativas geram maior sustentabilidade.

Dessa forma, o licenciamento se torna um instrumento jurídico legítimo e seguro para geração de receita recorrente, mantendo a coerência com o caráter não lucrativo da entidade e reforçando sua sustentabilidade financeira.

Os benefícios de se adotar centros de custo internamente são inúmeros, dentre os quais podemos destacar:

Governança: facilita auditorias e aumenta a credibilidade da associação perante associados, patrocinadores e parceiros;

Controle financeiro: permite identificar a performance de cada linha de receita (ex.: licenciamento de marca x eventos);

Planejamento estratégico: ajuda a direcionar investimentos futuros, mostrando quais iniciativas geram mais sustentabilidade financeira.

Benefícios sociais de uma marca forte

É fundamental destacar que a distribuição de lucros nunca é - nem de longe - o maior incentivo para uma boa estruturação de marcas de associações. O verdadeiro valor está no crescimento da marca como patrimônio coletivo, que fortalece a credibilidade institucional e amplia o impacto social da entidade. Uma marca forte gera benefícios concretos não apenas para os associados, que ganham visibilidade e competitividade, mas também para a sociedade, já que falamos de instituições que têm atuação voltada ao interesse público e social. Assim, o fortalecimento da marca se traduz em mais confiança, mais parcerias e maior capacidade de transformar realidades. Não raras vezes, expõe o país a maior competitividade internacional em determinados segmentos e melhora sua reputação.

Tal implementação pode ser, inclusive, suscitada pelos próprios associados, visto que o aumento da receita da associação pode ocasionar a diminuição da contribuição mensal/anual que lhes é demandada, ou seja, existe um impacto financeiro positivo indireto.

Conclusão

Registrar e licenciar uma marca não desvirtua o caráter não lucrativo de uma associação. Pelo contrário: é uma forma inteligente de proteger a identidade institucional, gerar receita e fortalecer seus objetivos sociais.

Quando feito com segurança jurídica e boa governança, o licenciamento de marcas transforma a associação em um ator ainda mais relevante no

Continuação: Símbolo a ativo: Como o registro de marca gera receita para associações

mercado e garante sustentabilidade financeira para suas iniciativas.

Mais do que proteger uma logomarca, trata-se de garantir que o trabalho coletivo se traduza em legado. Uma associação com marca forte não apenas fortalece seus associados, mas eleva todo o setor que representa.

Caroline Vaz de Melo Mattos Abreu Caroline Vaz de

Melo é especializada em direito empresarial, fundadora do escritório Vaz de Melo Advocacia Empresarial, assessora empresas digitais e associações sem fins lucrativos.

Coluna do Estadão

COLUNA DO ESTADÃO



por Kleber Sales S Malafaia

Coluna do Estadão

Aliados de Bolsonaro voltam às ruas, mas evitam competir com atos contra blindagem

O bolsonarismo volta às ruas nesta terça-feira, 7, para defender o perdão ao ex-presidente Jair Bolsonaro, mas em um ato considerado modesto. A escolha foi por uma caminhada em Brasília, em dia útil e sem protestos na Avenida Paulista, em SP, e em Copacabana, no Rio.

O motivo foi que o tamanho das manifestações contra a PEC da Blindagem e a anistia em setembro pegou de surpresa a oposição, que agora evita comparações para não passar a imagem de que reúne menos gente que a esquerda.

"Uma caminhada é diferente de uma manifestação", disse à Coluna o pastor Silas Malafaia. Segundo ele, havia pouco tempo para organizar um ato grande em um domingo, como geralmente ocorre. "Uma se-

mana para anunciar uma manifestação é muito apertado", alegou.

Corrida O governador do Paraná, Ratinho Júnior (PSD), continua em plena campanha para ocupar a vaga de candidato da direita ao Planalto em 2026. Após apostar em reuniões com o empresariado, em resultados econômicos do Estado e na pauta da segurança pública, o paranaense agora tem um novo trunfo: investimento turbinado no agro.

Números Ratinho foi o governador que mais aplicou recursos no setor no primeiro semestre deste ano. Segundo dados do Tesouro Nacional, o Paraná destinou no período R\$ 730,91 milhões ao agro, à frente do Rio Grande do Sul (R\$ 570 milhões), Santa Catarina (R\$ 534 milhões) e São Paulo (R\$ 438 milhões).

Aposta "O agronegócio é o carro-chefe da economia paranaense, responsável por cerca de 36% do PIB e, como temos nele a nossa grande vocação, nada mais justo do que valorizar esse segmento", afirma o governador.

Reparação O Tribunal Superior do Trabalho condenou o parque de diversões Beto Carrero por um acidente sofrido por uma bailarina, que lesionou o tornozelo durante um ensaio. A empresa terá de pagar uma indenização de R\$ 20 mil por danos morais, além de uma pensão mensal no valor do salário e o ressarcimento de despesas médicas.

Sentença Em decisão unânime, a 7ª Turma da Corte reconheceu o risco acentuado no emprego de bailarina, equiparando-o a atletas e carteiros. Procurada, a companhia não respondeu.

Lupa O desembargador José Pereira, do Tribunal de Justiça do Piauí, afastado do cargo por suspeita de integrar um esquema ilegal em processos agrários, já deu licença ambiental a fazendas com suspeitas de grilagem na Estação Ecológica de Uruçuí-Una, com

gestão federal. Procurada, a Corte disse ter "compromisso com a legalidade".

Esperança O setor farmacêutico comemorou sinalização do senador Renan Calheiros (MDB-AL) de que dará prioridade na Comissão de Assuntos Econômicos ao projeto que impede contingenciamento e bloqueio de verbas do **Instituto** Nacional da Propriedade Industrial, que autoriza o **registro** de patentes.

Defesa "Esses recursos são indispensáveis para a execução de programas e projetos essenciais do órgão e até para manter estrutura administrativa digna da importância do **INPI**", diz o presidente executivo do Grupo FarmaBrasil, Reginaldo Arcuri.

PRONTO, FALEI!

Carlos Fávaro

Ministro da Agricultura

"Mais um mercado para o agro brasileiro: a castanha-do-Brasil com e sem casca será exportada para a Costa Rica. É a 443ª abertura de mercado desde 2023."

CLICK

Pedro Lucas

Líder do União Brasil na Câmara

Com o governador do Maranhão, Carlos Brandão, no lançamento do programa CNH Social, destinado aos beneficiários do CadÚnico no Estado.

}

Índice remissivo de assuntos

Propriedade Intelectual
3

Direitos Autorais
3

Marco regulatório | INPI
5, 9

Patentes
9

Propriedade Industrial
9