

Brasília, 02 de setembro de 2026

Seleção

Sumário

Folha.com

Terça-feira, 01 de setembro de 2026 | Direitos Autorais

Músicos como Jason Isbell processam a IA Suno por imitar vozes sem autorização 3

G1 - Globo

Terça-feira, 01 de setembro de 2026 | Direitos Autorais

Artistas processam plataforma de IA Suno por clonar vozes e estilos musicais sem... 5

O Globo Online

Terça-feira, 01 de setembro de 2026 | Marco regulatório | INPI

Tradição garante 1ª indicação geográfica de cerveja do país 6

R7

Terça-feira, 01 de setembro de 2026 | Marco regulatório | INPI

Manifesto contra pirataria reúne 40 assinaturas de entidades; crime causou R\$ 470... 8

Veja.com

Terça-feira, 01 de setembro de 2026 | Marco regulatório | Anvisa

Dez novas canetas depois, a guerra do Ozempic está só começando no Brasil 9

Músicos como Jason Isbell processam a IA Suno por imitar vozes sem autorização



OUTRO LADO: Empresa nega irregularidades e afirma que vai contestar as acusações

Processo coletivo diz que plataforma contorna bloqueios a nomes de artistas

Quatro músicos, entre eles o aclamado cantor e compositor independente Jason Isbell, processaram na segunda-feira a empresa de inteligência artificial musical Suno, acusando-a de imitar suas vozes e estilos característicos sem autorização.

Os músicos que moveram a ação - entre eles também Guy Forsyth, Eduardo Calle e David Lowery, um defensor atuante dos direitos dos artistas na era digital - pediram ao tribunal que o processo fosse reconhecido como ação coletiva.

Fundada em 2022, a Suno é uma das várias plataformas que permitem a usuários online, sejam músicos profissionais ou completos amadores, criar canções inserindo algumas palavras ou frases descritivas em uma caixa de texto.

Em minutos, ou até segundos, a Suno gera uma música com base no comando do usuário. Em um mercado concorrido de música feita por IA, a Suno tornou-se líder, com investidores avaliando a empresa em US\$ 5,4 bilhões, muito mais do que qualquer concorrente independente.

Mas, assim como outras empresas de música por IA, a Suno tem enfrentado uma série de processos da indústria musical relacionados à forma como seu modelo de aprendizado de máquina foi treinado. Gravadoras e editoras musicais afirmam que a

empresa violou **direitos autorais** em larga escala ao usar milhões de músicas sem autorização.

Em documentos judiciais, a Suno defendeu seu modelo alegando que esse treinamento é permitido pela doutrina do uso justo, princípio jurídico que, em circunstâncias limitadas, pode servir de defesa contra acusações de violação de **direitos autorais**.

A ação mais recente, protocolada no Tribunal Distrital dos Estados Unidos em Massachusetts, abre uma nova frente jurídica contra a Suno, concentrando-se não nos **direitos autorais**, mas no que os autores do processo classificam como imitação ilegal dos estilos pessoais e das vozes de artistas específicos.

Segundo a queixa dos músicos, a Suno "incorporou as identidades de músicos a seu modelo de IA para criar seu produto comercial sem consentimento e agora explora essas identidades ao usar publicamente os nomes dos músicos em considerável benefício comercial próprio".

Eles citaram leis estaduais de privacidade e de direito à exploração da própria imagem em mais de uma dezena de estados, entre eles Massachusetts, Nova York, Tennessee, Califórnia e Texas. (Isbell, como observa o processo, mora no Tennessee; os demais autores, segundo a ação, residem na Geórgia, no Texas e na Flórida.) O processo pede indenização em valor não especificado.

Algumas grandes empresas do setor musical, em uma tentativa de estabelecer condições comerciais e lucrar com licenciamentos, chegaram a acordos em seus processos contra empresas de IA.

No ano passado, a Warner Music fechou acordos com a Suno e outra empresa de IA, a Udio, e afirmou estar trabalhando com ambas para desenvolver novos modelos licenciados. Muitos artistas, porém, têm se mostrado céticos em relação à IA e manifestado preocupação com um futuro no qual músicas feitas principalmente por seres humanos terão de competir com um enorme volume de canções geradas por IA.

"Sem Suno para mim, obrigado", escreveu Isbell, artista de Americana vencedor de seis prêmios Grammy, nas redes sociais em julho.

Um representante da Suno disse que a empresa considerava as alegações "sem fundamento e pretendemos nos defender delas", e indicou uma publicação recente no blog de Mikey Shulman, cofundador e CEO da empresa. No texto, Shulman afirmou que a empresa "nunca permitiu comandos que mencionassem artistas específicos ou obras protegidas por **direitos autorais**".

O processo observa que a Suno afirma impedir os usuários de empregar nomes específicos em seus comandos, mas diz que isso é falso. Segundo a ação, quando o nome "Jason Isbell" foi inserido no sistema, ele produziu "uma canção de Americana chamada 'Paper Bell', imitando os característicos vocais masculinos límpidos e o sotaque country de Isbell".

A ação afirma que a Suno também consegue imitar músicas de grandes estrelas, como Taylor Swift e Bruno Mars, se os usuários simplesmente digitarem os nomes desses artistas com espaços entre cada

letra ("t a y l o r s w i f t"). O processo poderá testar exatamente qual grau de semelhança com a voz ou o estilo de um artista é aceitável e quando se ultrapassa o limite para a imitação ilegal.

Em um teste recente do serviço feito pelo The New York Times, um pedido de "uma balada folk-rock dos anos 1970 no estilo de Neil Young " fez surgir uma mensagem que dizia: "Não fazemos referência direta a artistas, por isso substituímos seu comando por estilos semelhantes de que você talvez goste".

Em sua publicação no blog, Shulman disse que a empresa empregava determinadas "estratégias de treinamento" para reduzir o risco de o sistema gerar "reproduções não autorizadas".

"Por exemplo", continuou ele, "optamos deliberadamente por não usar nomes de artistas nos metadados de treinamento, porque nosso objetivo é ajudar as pessoas a criar canções originais - e não músicas que soem como as de artistas existentes".

The screenshot displays the Spotify mobile app interface. At the top, there's a navigation bar with the Spotify logo and a search icon. Below this, there are several recommendation cards. The first row includes '3000 Pops', 'Taps', 'World Culture', and 'Mark Ronson'. The second row is titled 'Staff Picks' and features a grid of album covers including 'R.E.M. - Live Through This', 'The Weeknd - After Hours', 'Lil Nas X - MONtero', 'Beyoncé - The Lion King: The Gift', 'Drake - Way 2 Sexy', 'Cardi B - Bodyslam', 'J. Cole - The Offshore', 'Lil Nas X - MONtero', 'Cardi B - Bodyslam', 'J. Cole - The Offshore', 'Lil Nas X - MONtero', 'Cardi B - Bodyslam', 'J. Cole - The Offshore'. The bottom section is titled 'New Songs' and shows a row of new music releases, including 'The Weeknd - After Hours', 'Lil Nas X - MONtero', 'Cardi B - Bodyslam', 'J. Cole - The Offshore', 'Lil Nas X - MONtero', 'Cardi B - Bodyslam', 'J. Cole - The Offshore'.

Ao contrário da maioria dos processos judiciais do setor musical movidos por gravadoras, que tratam

Os músicos solicitam uma indenização financeira de valor não revelado e uma ordem judicial para impedir a Suno de continuar usando suas identidades e estilos.

Tradição garante 1ª indicação geográfica de cerveja do país



Cidade paranaense de Guarapuava, com descendentes e alemães e produtora de cevada, concentra produtores artesanais da bebida

Tradição e reputação histórica garantiram a cervejeiros de Guarapuava, na região central do Paraná, a primeira **Indicação Geográfica** (IG) do Brasil para uma cerveja artesanal. O registro, na modalidade Indicação de Procedência (IP), concedido pelo **Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI)**, foi divulgado no início de agosto.

Orgulho: Em polo do agro em Goiás, abóboras gigantes ajudam a resgatar história da cidade
Raro fora do Japão: Wasabi fresco desponta no interior de São Paulo

- Entre os motivos para essa conquista está a forte ligação da nossa região com a cultura da cevada e do malte. Aqui, o processo vai do campo ao copo - afirma Larissa Vier, presidente da Associação das Cervejarias de Guarapuava (Guaracerva).

O município tem nove cervejarias que, juntas, produzem 100 mil litros mensais da bebida, geram cerca de 150 empregos diretos e movimentam mais de R\$ 2,5 milhões por mês.

Coco de piaçava: como o produto tradicional da Bahia ganhou espaço no mercado islâmico

- Com a IG, temos projetos para estruturar cada vez mais o turismo cervejeiro e tornar nossa presença mais forte no mercado - diz Larissa, também sócia-proprietária da Cervejaria Água do Monge.

'Matéria-prima no quintal'

A tradição cervejeira de Guarapuava tem origem na imigração europeia, especialmente de alemães, suíços e suábios do Danúbio, que levaram à região técnicas seculares de produção da bebida, orientadas pela Lei da Pureza Alemã. O município e Ponta Grossa (PR) formam a principal região produtora de cevada - a matéria-prima do malte - do país.

Juntos, têm quase 70% da área semeada na safra nacional do grão, com 105 mil hectares, conforme dados da Secretaria da Agricultura e do Abastecimento do Paraná.

Outro diferencial é a presença de duas unidades de maltaria da Cooperativa Agrária em Guarapuava, com produção de malte, maltes especiais, extratos, lúpulos, leveduras e outros ingredientes da cerveja.

Semente de Araucária: Pinhão sai da festa junina e ganha espaço na culinária e no turismo gastronômico

- Temos a vantagem competitiva de ter a matéria-prima para a cerveja no quintal de casa - diz Larissa.

Na Água do Monge são desenvolvidas cervejas especiais, no estilo saison, com processo de fabricação que inclui rótulos da bebida envelhecidos em barris de carvalho francês, adição de frutas produzidas na região e refermentação. A marca já conquistou prêmios nacionais e internacionais e seus principais mercados são Curitiba, São Paulo e Rio de Janeiro.

- Essa conquista atesta que nossa cerveja é de alta qualidade e reconhece a importância da produção artesanal, que resulta em pequenos lotes com muita diversidade - diz Ricardo de Almeida Lima, da Irmandade Cervejaria, sobre a IG.

Um minikiwi satisfaz muita gente: veja por que frutas em miniatura conquistam produtores e consumidores

A Irmandade tem 59 rótulos, vendidos no bar da própria fábrica. Há os fixos, como IPA e Pilsen, e novidades a cada temporada, como cerveja ácida

com goiaba, versão picante e até com ingredientes inusitados, como caldo de chucrute, abóbora, erva-mate e pinhão.

Segundo Heverson Miloch, consultor do Sebrae/PR, o registro reconhece a excelência e a singularidade das cervejas artesanais de Guarapuava:

- Foram anos de trabalho, pesquisa e desenvolvimento de empreendedores e instituições parceiras.

O desafio agora é a expansão para os mercados nacional e internacional. Segundo a Associação Brasileira de Cervejas Artesanais (Abracerva), cerca de 85% das 1.954 cervejarias no Brasil são de pequeno porte. O presidente da entidade, Gilberto Tarantino,

avalia que novas IGs devem surgir pelo país.

Sem ferrão: Criação de abelhas vira fonte de renda nas cidades

Renato Mocellin Lopes, da Jordana Bier, espera que a IG aumente a divulgação da produção de Guarapuava, mas ressalta que o selo também exigirá um trabalho constante para manter a qualidade que garantiu a conquista.

Manifesto contra pirataria reúne 40 assinaturas de entidades; crime causou R\$ 470 bi em perdas



Receita Federal é um dos entes que assinou documento que será apresentado nesta terça-feira no fim do dia

Mais de 40 entidades, incluindo a Receita Federal, assinaram o manifesto do Movimento Brasil Legal contra a **pirataria**.

O lançamento oficial do movimento ocorrerá no Congresso Nacional, com foco na proteção de empregos e segurança dos consumidores.

Pirataria e mercado ilegal causaram perdas de R\$ 470 bilhões no Brasil, segundo o Fórum Nacional Contra a **Pirataria**.

O manifesto propõe 10 prioridades, incluindo fortalecimento do **INPI** e medidas contra **pirataria** digital.

Mais de 40 entidades e empresas de diferentes setores da economia assinaram o manifesto do Movimento Brasil Legal que será divulgado nesta terça-feira (1º) no fim do dia, entre eles a própria Receita Federal. A iniciativa criada pela Frente Parlamentar Mista em Defesa da **Propriedade Intelectual** e de Combate à **Pirataria** é uma estratégia para fortalecer o enfrentamento a prática ilegal.

O movimento será lançado oficialmente às 17h, no Salão Nobre do Congresso Nacional, em Brasília, e deve reunir representantes do setor produtivo, entidades e instituições com foco na proteção dos em-

pregos formais, da livre concorrência, da **propriedade intelectual**, da arrecadação pública e da segurança dos consumidores.

Segundo o Fórum Nacional Contra a **Pirataria** e a Ilegalidade, o mercado ilegal provocou perdas estimadas em mais de R\$ 470 bilhões em 2025 no Brasil. O presidente da Frente Parlamentar, o deputado federal Julio Lopes (PP/RJ), defende que o enfrentamento ao mercado ilegal precisa ser tratado como uma agenda estratégica e permanente.

"O mercado ilegal não prejudica apenas empresas ou setores específicos. Ele retira recursos do país, destrói empregos formais, coloca consumidores em risco e alimenta estruturas criminosas. O Movimento Brasil Legal nasce da necessidade de unir diferentes setores em torno de medidas concretas para enfrentar esse problema e fortalecer quem produz, investe e gera empregos dentro da lei", disse.

O manifesto "Compromissos pelo Brasil Legal - 10 Pactos de Estado contra o Mercado Ilegal e pela Soberania Econômica" estabelece dez prioridades para fortalecer o enfrentamento às atividades ilícitas no país.

Veja algumas medidas:

Endurecimento das punições contra o mercado ilegal, Fortalecimento dos órgãos de fiscalização e das forças de segurança, Combate à venda de produtos ilícitos na internet, Asfixia financeira do crime organizado, Reforço da fiscalização nas fronteiras, eCombate às fábricas e rotas clandestinas. O documento também defende o fortalecimento do **Instituto Nacional da Propriedade Industrial**, maior equilíbrio na tributação e fiscalização do comércio eletrônico internacional, medidas contra a **pirataria** digital e campanhas de conscientização sobre os impactos do consumo de produtos ilegais.

Search Box

Dez novas canetas depois, a guerra do Ozempic está só começando no Brasil



Fim da **patente** da semaglutida dispara corrida entre Novo Nordisk, EMS, Hypera, Sun e Lilly por um mercado que já movimenta 14,6 bilhões de reais por ano

Priorizar nos meus resultados Google

Cinco meses foram suficientes para mudar completamente o mercado criado pelo Ozempic no Brasil. Desde que a **patente** da semaglutida expirou, em 20 de março, a **Anvisa** concedeu dez novos registros de versões sintéticas da molécula. O número impressiona, mas esconde uma realidade ainda mais interessante: a verdadeira guerra das chamadas canetas emagrecedoras está apenas começando.

Levantamento do Radar Econômico a partir dos registros da **Anvisa** mostra que metade dessas dez autorizações está concentrada no Grupo EMS. Além do Ozivy, a companhia obteve registro para um genérico e para o Yluméc; a Germed, que pertence ao mesmo grupo, conseguiu o Semaclique e um segundo genérico. Hypera aparece com outros dois registros, por meio da Brainfarma e da Cosmed, enquanto Sun **Pharma** e Ranbaxy, ambas do mesmo grupo, receberam outros dois. Apenas o Owozy, da Ávita, fica fora desses três conglomerados. Na prática, nove dos dez novos registros estão nas mãos de apenas três grupos farmacêuticos.

Só que registro não significa produto imediatamente na prateleira. Parte dessas canetas ainda depende de definição de preço e estratégia comercial. É justamente aí que começa a segunda etapa da disputa. A EMS investiu mais de 1,2 bilhão de reais em sua plataforma de peptídeos em Hortolândia, cuja capacidade chega a 20 milhões de unidades de medica-

mentos por ano. A Hypera prepara sua entrada com o Semavy, pela Mantecorp. E outros fabricantes ainda avançam pela fila regulatória aberta após o fim da exclusividade da Novo Nordisk.

Há ainda um paradoxo importante. Apesar da avalanche de registros, nenhuma das dez novas semaglutidas sintéticas foi aprovada especificamente para o tratamento da obesidade. As autorizações concedidas até agora são para diabetes tipo 2. O território do Wegovy - a versão da semaglutida da Novo Nordisk registrada para obesidade - permanece, portanto, muito menos atacado do que sugere a multiplicação de novas marcas. A própria **Anvisa** afirma que 68% dos pedidos de registro de injetáveis para obesidade e diabetes já protocolados são de produtos sintéticos, sinal de que novas ondas de concorrentes ainda podem chegar.

A líder já começou a reagir. Nesta terça-feira, a Novo Nordisk relançou no Brasil o NovoCare Farmácia, seu canal digital de venda de Ozempic, Wegovy e Rybelsus. A mudança ocorre num momento em que a disputa deixou de ser apenas entre medicamentos e passou também para preço, fidelização do paciente e controle do canal de venda. A entrada dos fabricantes nacionais tende a aumentar justamente essa pressão.

E existe dinheiro suficiente para transformar a corrida numa das maiores disputas da indústria farmacêutica brasileira. Dados da IQVIA compilados pelo Itaú BBA mostram que o mercado formal de medicamentos GLP-1 movimentou 14,6 bilhões de reais nos doze meses encerrados em abril, avanço de 110% em um ano. Somados produtos manipulados e importados por canais não monitorados, o banco estima um mercado de aproximadamente 27 bilhões de reais. Para 2030, a projeção chega a 61 bilhões de reais.

E a próxima geração já está à vista. A Eli Lilly, dona do Mounjaro, avança globalmente com a retratada, que combina três mecanismos hormonais e deve entrar com pedido de registro nos Estados Unidos em 2027. Mesmo ainda sem aprovação em nenhum país, a substância já foi encontrada sendo

Continuação: Dez novas canetas depois, a guerra do Ozempic está só começando no Brasil

vendida ilegalmente no Brasil. Enquanto isso, Novo Nordisk, Lilly, EMS e os demais concorrentes correm para ampliar indicações, reduzir preços e

conquistar pacientes. Se a primeira fase da corrida foi dominada por Ozempic e Mounjaro, a próxima será disputada por muito mais moléculas, marcas e fabricantes.

Índice remissivo de assuntos

Denominação de Origem	4,5
Direitos Autorais	1,2,3
Marco regulatório Anvisa	7,8
Marco regulatório INPI	4,5,6
Pirataria	6
Propriedade Industrial	4,5,6
Propriedade Intelectual	6