

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 17 de março de 2023 às 07h57
Seleção de Notícias

Economia & Negócios - Estadão | BR

Marco regulatório | INPI

Modess volta às prateleiras depois de 15 anos fora do mercado	3
--	----------

ECONOMIA E NEGÓCIOS | MÁRCIA DE CHIARA

Época Negócios - Online | BR

17 de março de 2023 | Propriedade Intelectual

O controle de dois insumos críticos explica o poder das Big Techs	5
--	----------

DORA KAUFMAN

Terra - Notícias | BR

Direitos Autorais

Imagens produzidas por IA não serão protegidas por direitos autorais nos EUA	8
---	----------

IGOR ALMENARA

17 de março de 2023 | Pirataria

Ações da Anatel contra pirataria acabarão com "gatonet" no Brasil?	9
---	----------

Convergência Digital | BR

Direitos Autorais

Em tempos de ChatGPT, governo dos EUA exige declaração sobre uso de IA para direito autoral	12
--	-----------

CONVERGENCIADIGITAL

Migalhas | BR

Direitos Autorais

"No Bad Days": STJ nega pedido de proteção autoral contra a Marisa	13
---	-----------

Modess volta às prateleiras depois de 15 anos fora do mercado

ECONOMIA E NEGÓCIOS

A quase centenária marca Modess, sinônimo de absorvente higiênico e primeiro descartável do item produzido no País, está de volta. A Ever Green, fabricante nacional de produtos descartáveis de cuidados pessoais, relançou a marca em todo o território nacional. Modess vai batizar a linha de absorventes premium da companhia, que já tem produtos de linha econômica e preço intermediário, com as marcas De-finity e Naturalmente, respectivamente.

A marca Modess volta depois de 15 anos fora do mercado. Originalmente, o nome era da multinacional Johnson & Johnson. A Ever Green não detalha como passou a ter domínio da marca. A área jurídica da companhia limita-se a informar que, em 2019, solicitou o registro ao **Instituto** Nacional de Propriedade Industrial (**INPI**). No ano passado, Modess foi concedida à empresa, que passou a ter o direito de uso exclusivo no País.

Na prática, o retorno de Modess ocorre pela via jurídica da caducidade, usada também por outras empresas para obter o domínio de marcas icônicas. No ano passado, esse movimento aconteceu, por exemplo, com o sabonete Gessy. A marca era da multinacional Unilever e voltou ao mercado, após um período inativa, pelas mãos da brasileira Clariq.

De acordo com a Lei de Propriedade Industrial (9279/1996), depois de registrada, a marca tem até cinco anos para ser colocada em uso. Passado esse período, precisa ser usada ininterruptamente. Se a marca não for usada por cinco anos, poderá ser alvo de processo de caducidade.

Segundo advogados especializados em propriedade intelectual e **patentes**, qualquer pessoa pode requisitar a caducidade de uma marca ao **INPI**, mediante processo, desde que comprove que ela não está ativa. E, com isso, obter o registro de domínio da mar-

ca.

Procurada, a Johnson & Johnson informa, por meio de nota que "não possui a marca Modess em seu portfólio e, atualmente, atua no mercado com a marca Sempre Livre". Segundo a empresa, desde a chegada de Sempre Livre no Brasil, em setembro de 1974, a marca é pioneira em diversos lançamentos que consolidaram a sua importância e tradição no País, como na introdução dos absorventes com abas, absorventes noturnos, na tecnologia neutralizadora de odores e no formato anatômico. A companhia diz que a marca trouxe para a sociedade discussões relevantes, como a importância da dignidade menstrual.

Modess tem forte lembrança

Apesar de estar desde 2008 fora do mercado, Modess resiste na memória das brasileiras. Pesquisa feita pela Ever Green mostrou que Modess ocupa a quarta posição na lembrança das consumidoras, atrás de marcas de multinacionais Sempre Livre, da Johnson & Johnson; Always, da Procter & Gamble, e Intimus, da Kimberly-Clark.

"O recall de Modess é impressionante, existe uma lembrança afetiva muito forte entre as mulheres com mais de 30 anos", diz o CEO da Ever Green, Amauri Hong. Ele conta que a meta da companhia é, em dois anos, ter 10% do mercado de absorventes higiênicos com Modess e as duas marcas da empresa que estão no mercado, e que a Modess seja a número um do mercado. A venda de absorventes gira R\$ 4 bilhões por ano.

Para concretizar o plano, a empresa, que também fabrica fralda infantil e geriátrica e lenço umedecido, vai investir, até 2025, R\$ 35 milhões na ampliação da capacidade de produção e capacitação. A marca Mo-

dess vai absorver um terço dos recursos.

Hong não revela o faturamento atual da empresa familiar, que está há 36 anos no mercado. As três fábricas da companhia - duas instaladas em São Bernardo do Campo, no ABC Paulista, e uma em Maracanaú (CE) - têm capacidade total de produção de 200 milhões de tiras por mês, de todos os itens que a empresa produz. Segundo o executivo, a meta é que a receita da companhia atinja R\$ 500 milhões até 2025 e que a marca Modess responda por 20% dessa cifra. "Nosso plano é ambicioso."

A médio prazo, a companhia também pretende expandir a marca Modess para outras categorias de descartáveis como fraldas para incontinência urinária, protetores de seios, sabonete íntimo, por exemplo. "Mas, neste ano, vamos fincar bandeira em mensuração", diz Hong.

Ele destaca a preocupação da marca Modess, com a sustentabilidade e o meio ambiente. Por isso, criou uma calcinha absorvente reutilizável, mas barata e sem uso de plástico. "As pessoas não querem usar um produto descartável." Além disso, todo o time que trabalha na reconstrução da marca é formado por mulheres, para estar mais próximo das suas demandas.

Continuação: Modess volta às prateleiras depois de 15 anos fora do mercado

Recall da marca não é tudo

Cecília Romano Troiano, sócia da consultoria especializada em marcas TroianoBranding, diz que a empresa terá grandes desafios para recolocar a marca no mercado e ser bem-sucedida. "Pelos iniciativas tomadas pelas outras marcas - Intimus, Sempre Livre e Always -, hoje o mercado de absorventes é bem diferente da época em que a marca Modess existia, porque as mulheres são diferentes", observa.

Segundo a especialista, as marcas hoje falam de pobreza menstrual e da questão do empoderamento feminino, além das evoluções tecnológicas do próprio produto. "Tenho uma visão que recall não é tudo", diz Cecília.

Na sua avaliação, a memória da marca é apenas uma das dimensões. Ela pondera que, embora não tenha uma pesquisa, acredita que a empresa terá de reverter a imagem de uma marca mais antiga, embora seja também uma marca de confiança. E o investimento nesse sentido deverá ser grande, porque os concorrentes são multinacionais de peso.

O controle de dois insumos críticos explica o poder das Big Techs

- Foto: via BBC News

Em fevereiro de 2023, o Google foi o "buscador" preferido de 93,37% da população mundial e de 96,83% dos brasileiros (entre 2009 e agosto de 2021, o market share global se manteve acima de 89%). No final de 2022, o navegador Google Chrome tinha 65,84% de participação de mercado e o Safari, da Apple, 18,7%; a AWS (Amazon Web Services) controlava 32% dos serviços de infraestrutura em nuvem, seguida da Microsoft Azure, com 23%, e do Google Cloud, com 10%. Os sistemas operacionais Android, do Google, e iOS, da Apple, dominam o mercado de telefonia móvel na proporção de 70% e 30%. Aproximadamente 3,51 bilhões de pessoas usam mensalmente pelo menos um dos principais produtos da Meta - Facebook, WhatsApp, Instagram e Messenger -, ou seja, cerca de 44,5% da população mundial. Ao dominar a infraestrutura digital, as cinco gigantes de tecnologia - Alphabet/Google, Apple, Meta/Facebook, Amazon e Microsoft - têm acesso a uma quantidade extraordinária de dados. Consequentemente, controlam o mercado e a inovação.

Estas empresas constroem não produtos e serviços, mas ecossistemas formados por várias plataformas interligadas conectando desenvolvedores, usuários, fornecedores, consumidores, investidores, entre outros segmentos. As big techs controlam dois insumos críticos da economia digital ou economia de dados: os dados e as interconexões e, a partir dessa posição privilegiada, vigiam e monitoram o mercado, identificam e antecipam padrões, tendências e ameaças emergentes dentro e fora de seus ecossistemas ("nowcasting radars" ou "radares de previsão").

Ariel Ezrachi e Maurice E. Stucke no livro "How Big-Tech Barons smash innovation and how to strike back" (2022), fundamentados em pesquisas, analisam o poder das big techs em favorecer as inovações alinhadas aos seus interesses e esmagar as

inovações que as ameaçam. A Apple Store e o Google Play Store determinam a "vida ou morte" dos aplicativos ao definir as regras de engajamento e selecionar os aplicativos que entram ou não em suas lojas. Entre 2017 e 2019, por exemplo, a Apple revisou anualmente cerca de cinco milhões de aplicativos, rejeitando de 33 a 36% (importante observar que, nesse caso, não existe recurso a agências reguladoras nem a tribunais).

Com base no conhecimento privilegiado, as big techs podem optar por:

a) excluir a startup não alinhada aos seus interesses do seu ecossistema ou, simplesmente, reduzir sua visibilidade. O motor de busca do Google, por exemplo, pode ajustar seus algoritmos para deslocar uma empresa, produto ou serviço para a página 2 ou 3 dos resultados de pesquisa, reduzindo drasticamente a visibilidade e, dessa forma, se protegendo de potenciais sanções regulatórias - os dez primeiros resultados de pesquisa recebem aproximadamente 95% dos cliques, o primeiro resultado da página 2 cai para 1% dos cliques;

b) reduzir a interoperabilidade, o que reduz automaticamente as oportunidades de sinergias;

c) copiar a inovação, ou seja, canibalizar inovações de terceiros; as leis de **propriedade** intelectual oferecem proteção limitada - nem tudo é passível de ser patenteado e/ou de ter o direito protegido. Além disso, os processos costumam ser longos e caros, incompatíveis com a capacidade financeira da maioria das startups.

Outra estratégia não mencionada por Ezrachi e Stucke é adquirir a startup: nas duas últimas décadas, Google, Amazon, Facebook, Apple e Microsoft compraram mais de 700 empresas (Facebook, 63 empresas; Alphabet, no mínimo 260;

Continuação: O controle de dois insumos críticos explica o poder das Big Techs

Amazon, 100; Apple, cerca de 120; e Microsoft, cerca de 167). Por que as autoridades regulatórias não aplicam as leis antitruste para frear o poder das big techs?

Em 27 de julho de 2020, os CEOs de Google, Apple, Facebook e Amazon testemunharam perante o Congresso americano como parte de uma investigação antitruste iniciada em junho de 2019 pelo Comitê Judiciário da Câmara. Os quatro CEOs reconheceram que as leis e as políticas atuais dos EUA fomentam o empreendedorismo, pré-condição para o sucesso de suas respectivas organizações, ou, visto de outra perspectiva, reconheceram explicitamente a ineficiência das leis antitruste.

No ano seguinte, o presidente Joe Biden escolheu Lina Khan, professora de direito na Columbia Law School e crítica implacável do poder das gigantes de tecnologia, para presidir a FTC (Federal Trade Commission), órgão responsável por proteger os consumidores e a concorrência. Sua nomeação, a mais jovem a ocupar essa função (32 anos), deveu-se a suas contribuições -- em especial o artigo sobre a Amazon publicado no *The Yale Law Journal* (tema da coluna "Lina Khan é a nova presidente do FTC: ameaça vigorosa ao poder das gigantes de tecnologia").

Alinhada com Tim Wu, Khan questiona a capacidade do atual arcabouço regulatório antitruste de enfrentar as práticas anticompetitivas das grandes plataformas de tecnologia. No livro "The Curse of Bigness: antitrust in the new gilded age" (2018), Wu pondera que os níveis extremos de concentração de mercado são incompatíveis com a premissa de igualdade, com a liberdade industrial e com a própria democracia, e alerta que "existe muito poder privado concentrado em poucas mãos, com muita influência sobre o governo e nossas vidas". Ela reivindica uma nova lei antitruste, com sistemas de controle atualizados sobre a concentração privada do poder econômico. Em suas análises, contudo, tanto Lina Khan quanto Tim Wu não abordam diretamente os modelos de negócio "data-driven" - centrados em extrair informações úteis

de grandes conjuntos de dados usando sistemas de inteligência artificial -, essência dos ecossistemas das big techs.

As leis antitruste estão obsoletas se confrontadas com a natureza e dinâmica da economia digital. Para Ezrachi e Stucke, a atual estrutura antitruste geralmente funciona a favor das big techs (denominadas por eles de "Tech Barons"), função do foco a) no que é quantificável (preço e produção) em vez do que é essencial na economia digital (inovação, qualidade e privacidade); b) em mercados definidos, e não em ecossistemas; e c) em práticas anticompetitivas passadas, em vez de atuais e futuras. Das cerca de 700 aquisições nos últimos 20 anos, antes de 2021 nenhuma foi bloqueada pelas autoridades antitruste, muito poucas foram investigadas e menos ainda receberam algum condicionante.

Uma das variáveis-chave da avaliação antitruste é se o monopolista em questão pode impor um aumento de preço na magnitude de 5% a 10% para um produto ou serviço específico. O controle de preço, contudo, não se aplica para serviços e produtos gratuitos, como do Google Search, do Facebook e tantos outros disponíveis nos ecossistemas das big techs (o ganho financeiro advém da monetização dos dados dos usuários). Ezrachi e Stucke alertam para o atual paradoxo econômico: o que é quantificável - impacto de fusões e conduta sobre preços e produção -, não é essencial, e o essencial - impactos de fusões e conduta sobre inovação, qualidade e privacidade - não é quantificável.

Comentando sobre o conservadorismo das agências reguladoras, a OCDE (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico) observa que "levantar preocupações sobre a aquisição de startups com produtos inovadores arriscados, mas potencialmente importantes, teria sido visto como especulativo, propenso ao risco de aplicação excessiva (e contestação judicial) e, pior, poderia ter projetado uma imagem da agência como um obstáculo à inovação", o que gerou um viés sistemático

Continuação: O controle de dois insumos críticos explica o poder das Big Techs

contra o questionamento de fusões. Ainda segundo a OCDE, essa visão começou a mudar quando, em 2018, pesquisas na indústria farmacêutica identificaram uma tendência de compra de startups não para adotar o produto inovador, mas para descontinuá-lo, rotuladas de "aquisições matadoras" (Start-ups, Killer Acquisitions and Merger Control - OECD, 10-12 junho de 2020).

O ambiente de negócios que tem como tecnologia de propósito geral a inteligência artificial não é trivial de regulamentar nem de fiscalizar, a começar pela lacuna de conhecimento dos legisladores (visível no ci-

tado depoimento de Mark Zuckerberg no Congresso americano). O desafio é identificar caminhos de superação.

*Dora Kaufman é professora do TIDD PUC - SP, pós-doutora COPPE-UFRJ e TIDD PUC-SP, doutora ECA-USP com período na Université Paris - Sorbonne IV. Autora dos livros "A inteligência artificial irá suplantar a inteligência humana?" e "Desmistificando a inteligência artificial".

Imagens produzidas por IA não serão protegidas por direitos autorais nos EUA

Órgão de **direitos** autorais dos EUA entendeu que é necessária participação significativa de um humano para conceder **direitos** autorais

O Escritório de Direitos Autorais dos Estados Unidos (USCO) decidiu que imagens produzidas por inteligência artificial não podem ser protegidas por **direitos** autorais. Em nova orientação publicada no Federal Register (Diário Oficial do Governo dos EUA), a entidade reconheceu que a obra é construída pela tecnologia, não pela pessoa que inseriu as instruções.

O órgão entende que, para ser protegido por **direitos** autorais, uma peça precisa ser construída com significativo impacto da criatividade humana - o que não necessariamente acontece com projetos criados por IA. "Com base no entendimento do Escritório sobre as tecnologias de IA generativas atualmente disponíveis, os usuários não exercem controle criativo final sobre como esses sistemas interpretam prompts e geram material", pontuou a entidade. "Quando um modelo de inteligência artificial recebe uma sequência de comandos de um humano e produz trabalhos escritos, visuais ou musicais complexos, os 'elementos tradicionais de autoria' são determinados e executados pela tecnologia, não pelo usuário humano", pontuou a entidade.

Essa regra não vale para projetos que em sua composição também contam com material gerado por inteligência artificial. Nesse caso, a entidade avaliará se a obra é resultado de "reprodução mecânica" (gerado por comandos do usuário) ou se representam a "concepção mental" do autor.

"A resposta dependerá das circunstâncias, par-

ticularmente de como a ferramenta de IA opera e como foi usada para criar o trabalho final. Esta é necessariamente uma investigação caso a caso. Se os elementos tradicionais de autoria de uma obra foram produzidos por uma máquina, a obra carece de autoria humana e o Escritório não vai registrá-lo", explicou a entidade.

Discussão antiga

Em fevereiro do ano passado, essa mesma discussão foi levantada pela USCO. Na época, o órgão rejeitou um pedido de **direitos** autorais para uma obra de arte gerada por uma inteligência artificial. O motivo foi semelhante ao da justificativa apresentada agora: não houve presença significativa de algum elemento de "autoria humana" no projeto.

Naquele momento, o USCO afirmou que as imagens geradas pelo app Midjourney usadas na história em quadrinhos Zarya of the Dawn não poderiam ser protegidas por **direitos** autorais. Para o órgão, havia muita "distância" entre as entradas da autora da obra, Kris Kashtanova, e o projeto final feito por IA.

Aprofundando o debate

A pedido do Congresso dos EUA e do público, o USCO iniciou uma campanha para explorar mais o tópico da lei de **direitos** autorais e questões políticas acerca do uso de IA. Ao longo dos debates, é possível que o entendimento do órgão quanto as obras produzidas com participação de modelos generativos se torne mais consistente.

Trending no Canaltech:

Ações da Anatel contra pirataria acabarão com "gatonet" no Brasil?

Foto: André Borges/Estadão Conteúdo

O Brasil tem atualmente de 5 milhões a 7 milhões de **aparelhos** clandestinos de sinal de TV por assinatura, segundo a **Agência** Nacional de Telecomunicações (Anatel). É um problema antigo, mas nas últimas semanas recebeu um de seus maiores golpes, com a ordem da agência para cortar o acesso de clandestinas, ou "", ao sinal pirata dos canais pagos.

O plano conta com a colaboração da Receita Federal, Polícia Federal, Polícia Rodoviária Federal e outros órgãos fiscalizadores federais e estaduais. A ação deverá ter algum impacto sobre a **pirataria** de TV no Brasil, mas o efeito a longo prazo ainda é incerto, segundo fontes a **Byte**.

A estratégia da Anatel consiste em exigir às prestadoras de serviços de telecomunicações que cortem o acesso ou o redirecionamento do conteúdo ilegal de TV. Também manda bloquear as chaves de criptografia do Serviço de Acesso Condicionado -- que consiste em pacotes de canais por diversos meios eletrônicos e protocolos de comunicação.

A agência repassa às operadoras de comunicação uma lista com os endereços IPs (protocolo de internet, em inglês) dos servidores responsáveis por piratear o conteúdo para os modelos de TV boxes que não possuem homologação junto à Anatel.

Estes IPs, portanto, são bloqueados com o intuito de enfraquecer a cadeia do serviço ilícito sem atingir legalmente o usuário. Até o momento, a agência tem informado que parte do público já sente a queda dos canais consumidos dessa forma.

As ações contam ainda com a apreensão e retirada de circulação de milhões de unidades desses aparelhos considerados ilegais.

Desde 2018, com a criação do Plano de Ação de Combate à **Pirataria** (PACP) foram retirados mais de 6,5 milhões de equipamentos não certificados de circulação, dos quais 1,4 milhão estavam relacionados à **pirataria** de conteúdo audiovisual.

O que muda?

Em entrevista a **Byte**, o superintendente de Fiscalização da Anatel, Hermano Barros Tercius, afirma que ações contra a **pirataria** ocorrem no Brasil desde a criação da agência. Mas as novas medidas anunciadas em 2023 foram implementadas conforme a evolução da tecnologia, do mercado e das práticas dos fraudadores.

"Com a aprovação do Plano de Ação para Combate a Decodificadores Clandestinos do SeAC (Serviço de Acesso Condicionado, nome técnico da TV por assinatura), a Anatel passou a atuar junto àqueles equipamentos não homologados presentes nas casas dos usuários", disse.

"Importante destacar que, apesar de ser possível, não se está buscando responsabilizar legalmente ao usuário, mas sim inviabilizar o serviço de um provedor ilegal de conteúdo audiovisual", acrescentou o representante da Anatel.

Foto: Reprodução / PxHere Ações determinam o fim do gatonet no Brasil?

Questionada por **Byte** se as novas medidas dão fim à **pirataria** audiovisual, a Anatel afirmou que "o objetivo do Plano de Ação para Combate aos Decodificadores do SeAC é minimizar os riscos físicos e lógicos aos usuários e às redes de telecomunicações pelo uso de equipamentos não homologados, assim como suportar ações de combate sobre **pirataria** de conteúdo audiovisual".

Continuação: Ações da Anatel contra pirataria acabarão com "gatonet" no Brasil?

Uma reportagem do UOL revelou que "gatonets", nas favelas do Rio de Janeiro. Um dos fornecedores ilegais, que preferiu não se identificar, afirmou que tem cerca de 2.000 clientes.

Para Yuri Melo, professor e doutor em Engenharia da Computação da Universidade Federal do Ceará (UF-C), apesar de possibilidades de surgirem novas formas de **pirataria**, a estratégia da Anatel representa um importante passo.

"O propósito é permitir que provedores de grande porte possam bloquear o acesso a esses servidores, inibindo a prática da **pirataria**. Todavia, a utilização de técnicas como proxy, mudança de servidor ou VPN podem burlar essa medida, tornando difícil o rastreamento e o bloqueio de cada um dos endereços", destacou.

O advogado Jorge Bacaloni, gerente regional de **antipirataria** da Vrio Corp (empresa formada pela Directv, Sky e a plataforma de streaming DGO) ressalta que as ações da Anatel são necessárias mas devem ser associadas a outras.

"O problema da **pirataria** também tem outras arestas que devem ser enfrentadas além da fiscalização, como estratégias de longo prazo voltadas à educação e conscientização da população. Sempre por meio da união de esforços do poder público e da iniciativa privada", disse.

A Vrio Corp realiza diversas ações contra a **pirataria**, com consultorias e investigações para pesquisar, coletar e denunciar transmissões ilegais e infratores.

Bacaloni ainda destacou um estudo da consultoria Ipsos em diversos países latinos, que apontou um salto recente na oferta e consumo online de conteúdos ilegais. Um dos principais motivos para isso, diz, foi o isolamento social causado pela pandemia de covid-19.

O comércio ilegal

Em média, uma TV por assinatura custa mais de R\$ 70 por mês. No gatonet, a depender do "negócio", o cliente compra a TV box e paga uma taxa única para a liberação do sinal ilegal, que varia de R\$ 40 a R\$ 300 e inclui uma gama de 250 canais em média.

Pessoas que comercializam este aparato afirmaram a **Byte** que estão preocupadas com as novas medidas e estimam uma queda em 80% das vendas.

"Com certeza vai impactar. Eu mesmo ia comprar e desisti, porque se eles fizerem esse bloqueio do sistema, você não vai conseguir mais acessar nem na TV e nem na plataforma do aparelho", disse um comerciante, que preferiu não se identificar.

Semelhantes às boxes de algumas operadoras de celular, os aparelhos funcionam com decodificadores que abrem os sinais de satélites para acessar conteúdos pagos das empresas de mídia.

"Esse bloqueio impede que o sinal seja transmitido, todas as programações, todos os canais fechados serão impedidos, então vai ser bem impactante, as vendas vão cair tipo 80%. Até o momento, pelo que sei, não tem nada que consiga driblar o sistema, perguntei para colegas e ninguém sabe", acrescentou o vendedor.

Foto: Poder360 Riscos do gatonet

Segundo a Anatel, a **pirataria** prejudica empresas e consumidores de muitas formas. Alguns exemplos disso são a interferência nas redes de telecomunicações e os danos às empresas que oferecem TV por assinatura legalmente.

Há até mesmo o risco à segurança física e dos dados dos usuários. Aparelhos clandestinos podem ter pouca segurança em seu hardware e permitir acesso ilegal de hackers, que podem obter dados pessoais dos clientes como senha de internet e localização física

Continuação: Ações da Anatel contra pirataria acabarão com "gatonet" no Brasil?

da residência.

"Por meio da promessa de conteúdo gratuito ou a preços muito baixos e utilizando-se de equipamentos não certificados, os usuários acabam caindo nos argumentos de vendedores e, na maioria das vezes, ignoram que estão correndo riscos físicos e de seus dados", disse o superintendente da Anatel.

Como as empresas podem atuar?

Para combater a **pirataria** de conteúdo, as empresas de TV a cabo têm à disposição diversas técnicas como o uso de criptografia (uma camada extra de segurança) de sinal mais robusta. Isso impede que o sinal de TV seja capturado e distribuído ilegalmente, explicou Yuri Melo, da UFC.

"Além disso, é possível adotar sistemas de autenticação de usuário mais sofisticados, como senhas e códigos de acesso, a fim de garantir que apenas os assinantes autorizados tenham acesso ao conteúdo disponível", afirmou o engenheiro.

Perdas anuais de R\$ 15 bilhões

Segundo estimativas da Associação Brasileira de Televisão por Assinatura (ABTA), com base em dados

da Anatel e do IBGE, a **pirataria** de conteúdos de TV por assinatura provoca perdas anuais de R\$ 15 bilhões, que poderiam ser investidos no setor e gerar impostos para o estado.

"Além disso, a **pirataria** ameaça empregos, financia o crime organizado e coloca em risco a segurança cibernética dos usuários", disse a ABTA em entrevista a **Byte**. A associação tem como associados grandes empresas do ramo de TV a cabo no Brasil, como a Claro, Vivo, Sky e Net.

A entidade elogiou ressaltou as últimas ações do governo federal, como a , coordenada pelo Ministério da Justiça e por polícias civis estaduais, e que teve sua quinta fase realizada nesta terça-feira (14). Mais de 250 sites e aplicativos de conteúdo audiovisual irregular foram bloqueados, e a polícia efetuou 11 prisões em flagrante em oito estados.

+Os melhores conteúdos no seu e-mail gratuitamente. Escolha a sua Newsletter favorita do Terra. !

Em tempos de ChatGPT, governo dos EUA exige declaração sobre uso de IA para direito autoral

Na esteira de ferramentas de inteligência artificial cada vez mais sofisticadas, como ChatGPT, o Escritório de **Direitos** Autorais dos Estados Unidos publicou (em PDF) nesta quinta, 16/3, orientações para esclarecer quando o material gerado por IA pode ser protegido por **direitos** autorais.

A orientação vem depois que o Escritório de **Direitos** Autorais decidiu que um autor não poderia ter **direitos** autorais de imagens individuais de IA usadas para ilustrar uma história em quadrinhos, porque cada imagem foi gerada pelo Midjourney, o programa de inteligência artificial que cria imagens a partir de descrições textuais, e não por um artista humano.

Ao tomar sua decisão, o Copyright Office se comprometeu a defender a definição legal de longa data de que os autores de trabalhos criativos devem ser humanos para registrar trabalhos. Por causa disso, as

autoridades confirmaram que as tecnologias de IA nunca podem ser consideradas autores.

A orientação oferece alguns detalhes sobre o que não é elegível para **direitos** autorais quando se trata de trabalhos de IA gerados exclusivamente por prompts - sem modificações feitas - que o **Copyright** Office compara a dar "instruções a um artista comissionado". Essas obras carecem de autoria humana e, portanto, não serão registradas. Quando "a tecnologia AI recebe apenas uma solicitação de um ser humano e produz trabalhos escritos, visuais ou musicais complexos em resposta, os 'elementos tradicionais de autoria' são determinados e executados pela tecnologia - não pelo usuário humano", explica a orientação. "Com base no entendimento do Office sobre as tecnologias de IA generativas atualmente disponíveis, os usuários não exercem o controle criativo final sobre como esses sistemas interpretam prompts e geram material".

"No Bad Days": STJ nega pedido de proteção autoral contra a Marisa

Direitos autorais "No Bad Days": STJ nega pedido de proteção autoral contra a Marisa Homem recorreu de decisão que negou proteção autoral por concluir pela ausência de originalidade da expressão "No Bad Days". Da Redação quinta-feira, 16 de março de 2023 Atualizado às 15:35 CompartilharComentarSiga -nos no A A

O ministro Paulo de Tarso Sanseverino, do STJ, negou provimento a recurso de homem que alegava violação autoral de uma arte que fez e que está estampada em uma camiseta pelas Lojas Marisa.

Segundo o ministro, seria inevitável o reexame dos elementos de informação, o que é vedado pela Súmula 7 do tribunal.

O autor da ação alegou ser um renomado artista visual brasileiro que criou e publicou trabalho denominado de "No Bad Days", um pôster artístico motivacional. Segundo ele, a obra artística foi um verdadeiro sucesso, o que o levou a republicá-la em todas as suas outras redes sociais.

De acordo com ele, diante de tal reconhecimento, o criador passou a utilizar a sua obra para fins comerciais, estampando-a em diversos produtos. Em 2019, disse ter sido surpreendido com a informação enviada por diversos de seus seguidores e clientes de que a sua estava sendo comercializada pelas Lojas Marisa, como estampa de camisetas infantis.

Assim, pediu na Justiça a imediata proibição de produzir e comercializar qualquer produto que viole o seu trabalho artístico. Ele requereu, ainda, a destruição das peças ou a transmissão gratuita.

O juízo de primeiro grau negou o pedido ao considerar que a forma que o autor dotou a ideia é muito semelhante a outras formas adotadas anteriormente e "muito pouco para revelar originalidade".

O TJ/DF manteve a decisão ressaltando que a obra possui frase, disposição de letras, fonte e cores disponíveis na rede mundial de computadores, estando carente da originalidade e criatividade necessárias para a incidência da proteção dos **direitos** autorais.

Autor da imagem pediu que a Marisa não utilizasse a obra.(Imagem: Reprodução/Arte Migalhas)

Ao analisar o recurso no STJ, o ministro Paulo de Tarso Sanseverino destacou que a Corte estadual julgou fundamentadamente a matéria, expondo as razões que suficientemente levaram às suas conclusões quanto à ausência de coisa julgada e ao não reconhecimento da arte como obra original protegida por **direito** autoral.

Para o ministro, a pretensão, em verdade, traduz-se em mero inconformismo com a decisão posta, o que não revela, por si só, a existência de qualquer vício.

O ministro ainda ressaltou que, quanto às demais matérias veiculadas no recurso, a decisão de inadmissibilidade está correta ao indicar que o teor da Súmula 7 obsta o conhecimento do recurso especial.

"Isso porque seria inevitável o reexame dos elementos de informação acostados aos autos - medida vedada na via do recurso especial - para se verificar a ocorrência da alegada ofensa à coisa julgada e a concessão de proteção autoral à arte do pôster divulgada

Continuação: "No Bad Days": STJ nega pedido de proteção autoral contra a Marisa

pelo recorrente, tendo em vista que o Tribunal de origem, ao examinar o conjunto probatório, chegou a conclusão no sentido da ausência de originalidade da expressão 'No Bad Days', bem como da exteriorização da arte sob análise."

Diante disso, negou provimento ao recurso especial.

O advogado Marcelo Manoel Barbosa atua no caso.

Processo: AREsp 2.000.570

Veja a decisão.

Índice remissivo de assuntos

Marco regulatório | INPI
3

Patentes
3

Propriedade Intelectual
5

Direitos Autorais
8, 12, 13

Pirataria
9