

# abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual  
Clipping da imprensa

*Brasília, 18 de setembro de 2023 às 08h12*  
*Seleção de Notícias*

## O Estado de S. Paulo | BR

Direitos Autorais

'O mundo está observando a regulamentação do Brasil' ..... 3

POLÍTICA

## Migalhas | BR

16 de setembro de 2023 | Direitos Autorais | Direito de Imagem

Estamos prontos para regular o deepfake e a IA nas propagandas? ..... 5

# 'O mundo está observando a regulamentação do Brasil'

POLÍTICA

Anya Schiffrin

\_Especialista americana defende regras para as big techs, e diz que empresas 'passaram do limite'

ENTREVISTA

Professora, é diretora de Tecnologia, Mídia e Comunicações da Escola de Assuntos Públicos e Internacionais da Universidade Columbia

JULIA AFFONSO FRANCISCO LEALI

BRASÍLIA

Referência internacional no debate sobre regulamentação das big techs, a professora Anya Schiffrin, da Universidade Columbia (EUA), afirmou em entrevista ao Estadão que o mundo está observando se as empresas de tecnologia serão regulamentadas no Brasil.

A Câmara discute dois projetos de lei que criam regras para as big techs. O PL 2630/2020, de relatoria do deputado Orlando Silva (PCdoB-SP), pretende instituir diretrizes gerais sobre fake news e administração de conteúdo nas redes sociais. Já o Projeto de Lei 2370/2019, relatado pelo deputado Elmar Nascimento (União Brasil-BA), estabelece novas regras para remuneração de conteúdo jornalístico pelas big techs, para **direitos** autorais e para publicidade online.

Anya Schiffrin dá aulas sobre mídia global, inovação e direitos humanos e é diretora da área de Tecnologia, Mídia e Comunicações da Escola de Assuntos Públicos e Internacionais da Universidade Columbia. Ela esteve em Brasília a convite da embaixada dos Estados Unidos. A seguir, os principais trechos da entrevista.

Qual é a responsabilidade das big techs na disseminação da desinformação? São corresponsáveis ou uma avenida por onde passam as fake news?

Há um consenso de que estamos falando sobre volume de informação, enorme e rápida. Há um constante bombardeio e reforço. O discurso se espalha até que todos repitam.

A sra. acredita que é necessário criar uma regulamentação com diretrizes gerais para as big techs? Críticos do projeto de lei brasileiro afirmam que a proposta ameaça a liberdade de expressão.

A proposta (*brasileira*) tem muito em comum com a Lei dos Serviços Digitais da União Européia. Não creio que isso seja uma ameaça à liberdade de expressão em particular. Pedir às empresas que se autopoliciem com uma supervisão externa é o que os bancos fazem. Você não pode olhar cada parte do conteúdo para tomar uma decisão que faça funcionar um sistema coerente com a regulamentação global sobre a liberdade de expressão.

No Brasil, as big techs afirmam entender a discussão sobre a criação de uma regulamentação para elas, mas dizem ser necessário debater o projeto de lei de forma mais aprofundada. Elas sempre dizem isso. É um pouco como as empresas de carbono. Primeiro disseram que não havia aquecimento global. Depois falaram: "Claro, faremos algumas mudanças. Nós precisamos de tempo para nos adaptar". É o que eles sempre falam: "Nós queremos regulação, mas essa não é a correta". A quantidade de dinheiro que elas gastam em lobby mostra que o discurso de que querem regulamentação é falso.

A sra. acha que essa atuação é legítima ou passou do ponto?

Continuação: 'O mundo está observando a regulamentação do Brasil'

Passaram do limite. Acho que todas essas táticas de lobby são absolutamente exageradas, mas, infelizmente, é assim que funcionam. As big techs agem exatamente como estão dizendo que não estão. Se estivessem certas, por que precisariam fazer todas essas coisas?

A sra. acredita que as big techs reclamam da regulação porque terão prejuízo?

Acho que é parcialmente lucro, elas não querem fazer nada que prejudique suas receitas. E também um tipo de pensamento antirregulamentação americano. Há muitas pessoas bastante libertárias no Vale do Silício. Não gostam de interferência do governo. Acho que é uma mistura de ideologia e lucro.

Um projeto de lei que tramita na Câmara dos Deputados prevê que as big techs paguem pelo conteúdo jornalístico publicado em suas plataformas. Esse pagamento é importante? Sim. Em todo o mundo, plataformas como Google e Facebook ganharam muito dinheiro com notícias e se tornaram tão grandes e poderosas que agora a maioria das pessoas recebe notícias a partir delas. Elas não compartilharam os lucros que ganharam, não pagaram muitos impostos e têm sido muito boas em uma espécie de evasão fiscal legalizada. Em muitos lugares, se recusam a pagar taxas de licenciamento de **direitos** autorais. Elas criam alguns fundos parajornalistas, mas muito pequenos. Então, sim, acho que elas devem dinheiro ao jor-

nalismo no mundo. Muitos países tentaram de formas diferentes, e a Austrália teve sucesso. Acho que o mundo está observando o Brasil para ver o que acontece aqui.

Qual a importância do Brasil globalmente para esta discussão?

O Brasil é conhecido como uma espécie de líder. O Marco Civil foi muito importante, e o Brasil é um país grande. Outro ponto é que, depois da Austrália, estamos nos perguntando quais outros países fariam isso. Acho que a Nova Zelândia está perto. Os Estados Unidos têm projetos que não saíram do lugar. Se o Brasil aprovar essa legislação, será o terceiro país do mundo e o maior.

O setor de inteligência artificial também precisa de regulação?

Uma das coisas que eu tenho falado é que será necessária uma compensação pelo conteúdo jornalístico usado pelos grandes modelos de linguagem. Acho que as empresas de inteligência artificial precisam pagar por isso. Eu encorajaria os donos de jornais brasileiros a negociar coletivamente porque acho que o conteúdo de alta qualidade vai render dinheiro para essas empresas (*de tecnologia*).

## Estamos prontos para regular o deepfake e a IA nas propagandas?

Estamos prontos para regular o deepfake e a IA nas propagandas? Ulisses Simões e Maria Carolina Chiaccherini A tecnologia hoje permeia os mais variados aspectos de nossa vida e avança em velocidade exponencial que as leis escritas não conseguem acompanhar, o que exige a atuação fundamental dos operadores do Direito no enfrentamento de questões até então desconhecidas, o que, muitas vezes, pode se dar a partir da aplicação dos princípios constitucionais e normativos já existentes, sem a necessidade de criar uma nova lei a cada nova situação.

sábado, 16 de setembro de 2023 Atualizado em 15 de setembro de 2023 14:45 Compartilhar Comentar Siga-nos no A A

O conselho de ética do Conar, arquivou no final de agosto o processo que estava em andamento para avaliar se uma campanha lançada em julho com o uso de inteligência artificial, que retratava a cantora Elis Regina, feria de alguma forma o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária.

A propaganda em questão utilizou uma técnica conhecida como deepfake, tecnologia que utiliza inteligência artificial para incluir de forma realista o rosto, a voz ou outras características de pessoas em cenas e contextos dos quais a pessoa nunca participou. No comercial citado, a cantora, falecida em 1982, aparecia dirigindo um carro ao lado do veículo da filha, a também cantora Maria Rita, como se aquele momento fosse captado no presente. Para compreender melhor os questionamentos que publicidades como essa podem gerar, é preciso primeiro ter em mente que, uma vez que a pessoa faleça, os direitos de imagem dela passam para os herdeiros que, por sua vez, poderão dispor destes direitos.

Ou seja, cabe aos herdeiros a administração da imagem e dos materiais deixados em vida pela pessoa. Essa foi, inclusive, a justificativa do Conar para o arquivamento da ação, afinal o anúncio foi feito me-

diante consentimento da família da cantora. Porém, como qualquer direito em nosso ordenamento, o **direito** de imagem transmitido aos herdeiros não é ir-restrito. Quando houver abuso ou excesso no exercício deste direito, os herdeiros podem ser responsabilizados por eventuais danos causados a terceiros. Da mesma forma, a depender do caso concreto, é possível que esse exercício individual do direito seja limitado em prol de outros interesses sociais ou coletivos preponderantes. No caso da propaganda em questão, o Conar também observou esses pontos e julgou que a imagem de Elis apareceu de forma não danosa, "fazendo algo que a cantora fazia em vida" (cantando), sendo que, segundo o órgão, o uso da ferramenta tecnológica seria evidente.

A decisão a nosso ver foi acertada e acende um alerta para diversos pontos a serem considerados para futuras publicidades que utilizem o mesmo mecanismo de deepfake.

Para além de ferir somente a imagem e a reputação da pessoa falecida, o que já seria danoso e se enquadraria fora dos limites que comentamos acima, se no uso dessa imagem, houver dano causado a algum consumidor, quem responderia por isso? A marca, os herdeiros ou ambos? O consumidor poderia pleitear danos por esse uso abusivo de imagem? E em casos de publicidade lesiva a algum bem social ou coletivo, quem responderia pelos danos e quem teria legitimidade para pleitear isso?

Há dois recentes PL em trâmite na Câmara dos Deputados (PL 3608/23) e no Senado Federal (PL 2338/23), propondo a regulamentação do uso de deepfake pós-morte prevendo, dentre outros pontos, a necessidade de informação prévia quanto a quaisquer interações humanas com sistemas de inteligência artificial e a exigência de que se coloque uma identificação no comercial de que há inteligência artificial naquela publicidade, para que a

Continuação: Estamos prontos para regular o deepfake e a IA nas propagandas?

pessoa que assiste não se sinta enganada.

Mas, será que os PLs são necessários ou as normas atuais e a atuação dos órgãos fiscalizatórios (como o Conar) já não são suficientes para regular o uso da deepfake em comerciais e propagandas? Seria o caso, talvez, da criação de um órgão fiscalizatório específico para tratar do uso da IA?

Essa problemática deve se tornar ainda mais complexa em um futuro próximo, se levarmos em conta que estamos em uma nova realidade, de um mundo cada vez mais conectado. A IA, seja ela de texto, como o ChatGPT, ou, de imagens, como o deepfake, já é uma realidade e, em breve, processos como esse do comercial com a Elis Regina serão cada vez mais frequentes.

A tecnologia hoje permeia os mais variados aspectos de nossa vida e avança em velocidade exponencial que as leis escritas não conseguem acompanhar, o que exige a atuação fundamental dos operadores do Direito no enfrentamento de questões até então desconhecidas, o que, muitas vezes, pode se dar a partir da aplicação dos princípios constitucionais e normativos já existentes, sem a necessidade de criar uma nova lei a cada nova situação.

Ulisses Simões Sócio na área de Solução de Disputas no L.O. Baptista. L.O. Baptista Advogados Maria Carolina Chiacherini Advogada na área de Solução de Disputas no L.O. Baptista. L.O. Baptista Advogados

## Índice remissivo de assuntos

**Direitos Autorais**

3

**Direitos Autorais | Direito de Imagem**

5