

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 08 de fevereiro de 2024 às 07h54
Seleção de Notícias

Terra - Notícias | BR

Direitos Autorais

Universal X TikTok: por que a maior gravadora do mundo quer suas músicas fora da rede social?

DIVERSÃO | SABRINA LEGRAMANDI

3

Estadão.com.br - Últimas Notícias | BR

Marco regulatório | INPI

Carne de Onça, prato típico de Curitiba, busca uma Indicação Geográfica

AUTOR | MATHEUS MANS

7

Agência Senado | BR

Direitos Autorais | Direito de Imagem

Projetos buscam restringir manipulação de imagens com inteligência artificial

NOTÍCIAS

9

Universal X TikTok: por que a maior gravadora do mundo quer suas músicas fora da rede social?

DIVERSÃO

Empresa anunciou na última semana que não entrou em acordo com plataforma e já começou a remover canções de artistas como Taylor Swift e Anitta. 'Briga' representa consequências para ambos os lados

Universal X TikTok: por que a maior gravadora do mundo quer suas músicas fora da rede social?

A Universal Music, maior gravadora do mundo, surpreendeu na última semana com o anúncio de que iria retirar músicas com seu selo do TikTok. No catálogo da empresa, estão grandes nomes da música internacional, como Taylor Swift e The Weeknd, e também do Brasil, como Anitta e Jão.

Como justificativa, a gravadora alegou não ter entrado em acordos com a plataforma acerca da compensação dos artistas, do uso de inteligência artificial na rede social e da segurança online no TikTok. O Estadão entrou em contato com a Universal Music para um novo posicionamento, mas não obteve retorno. O espaço segue aberto. da carta aberta que informou a decisão da empresa abaixo.

A rede social respondeu também com uma nota pública que acusava a gravadora de "colocar sua própria ambição acima dos interesses de seus artistas e compositores" e disse que a plataforma é "um meio gratuito de promoção e descoberta de seus talentos". A reportagem contactou o TikTok para um posicionamento, que respondeu com o comunicado já divulgado. dele abaixo.

As exclusões começaram a ser feitas na última quinta, 1º, dia que marcou o fim do contrato da gravadora com o TikTok, e repercutiram com força na imprensa internacional. O New York Times chegou a classificar a ausência das faixas "como se Madonna tivesse um clipe excluído da MTV nos anos 1980?".

O anúncio representa um embate para artistas que envolve a compensação pelas canções e a divulgação das faixas. A mudança pode ser sentida negativamente até para a rede, que tem a música como ponto principal. O Estadão conversou com especialistas em **direito** autoral e distribuição musical para esclarecer o impacto e o que deve mudar para cantores, compositores e para a plataforma a partir de agora.

TikTok não é Spotify

Para começar a compreender como se dá a compensação dos artistas no TikTok é preciso entender que, apesar de conter músicas, a rede não funciona da mesma forma que plataformas de streaming como Spotify, Deezer e Apple Music. Daniel Campello, advogado de **direito** autoral com doutorado sobre plataformas de música, explica que, conforme a lei de **direitos** autorais no Brasil, o pagamento é proporcional à importância da música para o usuário.

Segundo ele, a compensação do streaming começou a ser desenhada com o surgimento do iTunes. "O Steve Jobs participou pessoalmente na questão da definição de preço no iTunes. Depois, as gravadoras acabaram impondo que elas fossem sócias de plataformas como Spotify", diz.

O advogado pontua que, apesar de ser um ponto importante para o TikTok, a música tocada na rede não paga a mesma quantia de outras plataformas de streaming. "O consumo de música é muito importante para a plataforma, mas certamente a compensação não vai ser no mesmo patamar [do que o Spotify, por exemplo], de acordo com as leis de **direito** autoral do Brasil e ao redor do mundo", comenta.

O produtor Vitor Cunha, CEO da distribuidora independente Magroove, aponta que o valor depende

Continuação: Universal X TikTok: por que a maior gravadora do mundo quer suas músicas fora da rede social?

de negociações entre cada plataforma e gravadora. "Os valores podem ser diferentes até entre similares como Spotify, Deezer e Apple Music. Cada um apresenta um esquema de remuneração diferente que deve ser levado em conta na hora de disponibilizar um catálogo", diz.

Ele explica que o TikTok, ao contrário de plataformas de streaming, atua mais como "um canal de descoberta". "Se estivéssemos falando de uma plataforma de streaming, como Spotify, [o anúncio da exclusão] seria sim bem mais problemático. [...] [O TikTok] não é um canal de receita expressivo para o artista e gravadora", avalia.

Artistas dependem do TikTok para divulgar músicas?

Enquanto a Universal Music pautou a decisão na compensação da plataforma, o TikTok respondeu alegando ser "um meio gratuito de promoção e descoberta de seus talentos". A afirmação divide especialistas: enquanto Daniel Campello enxerga um prejuízo para a divulgação das músicas, Vitor Cunha acredita que o cenário musical esteja mais "pulverizado".

O advogado dá como exemplo Anitta, que assinou um contrato com a gravadora recentemente. Em 2022, a cantora fez história ao se tornar a primeira artista latina a alcançar o Top 1 do Spotify Global. Ela conseguiu o feito com Envolver, faixa que contou com uma "ajudinha" de um desafio de dança criado no TikTok.

Para ele, o estilo da cantora, funk, deve ser um dos mais impactados com a mudança. "Como o lançamento de uma música do gênero dela vai sobreviver sem o TikTok?", questiona.

Cunha, por outro lado, julga que o papel da rede de vídeos pode ser cumprido por outras redes sociais. O produtor avalia que a **internet**, hoje, tem realmente o mesmo impacto na divulgação de músicas do que era

a MTV nos anos 1980, mas afirma que o mercado musical "está mais pulverizado".

"A promoção acontece pelo TikTok, mas também no Instagram, Youtube, Facebook, Twitter", diz. "A plataforma é um canal importante, mas certamente não tão hegemônico quanto a MTV dos anos 1980."

O anúncio dividiu artistas até da própria gravadora. O cantor Yungblud, que se apresentou no Brasil em 2023 durante o Lollapalooza, foi duro e avaliou a mudança como "idiota". "É a mesma m**** de sempre: duas companhias enormes decidindo o que acontece com a arte das pessoas. [...] Tudo pode ser tirado ao apertar um botão. No final das contas, é um grande lembrete para mim e outros artistas de que as coisas que você cria não devem ficar 'em dívida' com grandes empresas de tecnologia", declarou em um vídeo no TikTok.

@yungblud thoughts? original sound - yungblud original sound - yungblud

Já o produtor Metro Boomin apontou um impacto que a rede possui na composição de novos lançamentos. "Adoro a criatividade e o apreço que as crianças demonstram pela música no TikTok, mas não gosto da bajulação forçada de artistas e gravadoras que resulta nesses discos sem vida e sem alma", escreveu em uma publicação no X, antigo Twitter.

I love the creativity and appreciation the kids show for the music on TikTok but I don't like the forced pandering from artists and labels that results in these lifeless and soulless records. - Metro Boomin (@MetroBoomin) January 31, 2024

Outras gravadoras tomarão a mesma decisão?

Cunha diz que não há como prever o comportamento de outras gravadoras após a decisão da Universal Music. Ele, porém, acredita que a mudança "certamente abre uma discussão na indústria e pode acender um

Continuação: Universal X TikTok: por que a maior gravadora do mundo quer suas músicas fora da rede social?

alerta para outras redes sociais".

Já Campello julga que a exclusão ficará restrita à Universal, mas também avalia que ela abrirá discussões para o mercado musical. O advogado frisa que a música "é subavaliada em relação ao seu valor no mundo", porém afirma que o modelo de negócio mudou com o surgimento da **internet**.

"O papel do **direito** autoral é remunerar os criadores, os artistas, dar a eles uma condição de vida", pontua. "Agora, quando há uma fronteira disruptiva que muda completamente o modelo de negócio, acho que as partes precisam ser mais compreensivas."

Ele cita como exemplo o surgimento do Spotify e as negociações das gravadoras com serviços de streaming. "Imagina só se o mercado da música tivesse decidido, lá atrás, que as gravadoras não seriam sócias do Spotify e não existisse Spotify. A gente não teria a indústria da música", diz.

Segundo Campello, o mercado musical é formado "80%, 90% pelo streaming", que alterou completamente a matriz de preço. "Se antes você pagava US\$ 20 para ter um disco, hoje você paga US\$ 2 para ter [acesso a] milhões de músicas", comenta.

O que diz a Universal Music

Em carta aberta publicada no último dia 30, a Universal Music escreveu que o principal objetivo da gravadora é "ajudar nossos artistas e compositores a atingirem seu maior potencial criativo e comercial" por meio de parcerias. Dentre os parceiros da empresa, está o TikTok, que, segundo a nota, teve o sucesso construído "em grande parte com base na música criada pelos nossos artistas e compositores".

"Seus executivos seniores afirmam publicamente com orgulho que 'a música está no centro da experiência do TikTok' e nossa análise confirma que a maior parte do conteúdo do TikTok contém música, mais do que qualquer outra grande plataforma so-

cial", prosseguiu.

Para renovar o contrato com a rede social, a gravadora disse ter exigido uma "compensação adequada aos artistas", "proteção de artistas contra os efeitos nocivos da IA" e "segurança online para usuários do TikTok". As conversas entre as empresas, porém, não chegaram a acordos julgados como satisfatórios para a Universal Music.

"Com relação à questão da remuneração de artistas e compositores, o TikTok propôs pagar aos nossos artistas e compositores uma taxa que é uma fração da taxa que as principais plataformas sociais em situação semelhante pagam", afirmou. Conforme a nota, a rede de vídeos representa apenas 1% da receita total da gravadora.

Na sequência, a Universal acusou a plataforma de tentar "construir um negócio baseado na música, sem pagar um valor justo pela música", além de não fazer esforços para barrar o crescimento de conteúdo gerado por inteligência artificial. A empresa ainda criticou o posicionamento da rede em relação a discursos de ódio, intolerância e assédio.

"À medida que as nossas negociações continuavam, o TikTok tentou nos intimidar para que aceitássemos um acordo de valor inferior ao anterior, muito inferior ao valor justo de mercado e que não refletia o seu crescimento exponencial", afirmou. A gravadora acusou a plataforma de tentar intimidá-la retirando músicas de "artistas em desenvolvimento" após as tentativas de acordo.

A Universal reconheceu o impacto da decisão para artistas e fãs, mas disse priorizar a responsabilidade de lutar por um acordo que priorize a compensação dos cantores e compositores. "Honramos nossas responsabilidades com a maior seriedade. A intimidação e as ameaças nunca nos farão fugir dessas responsabilidades", finalizou.

O que diz o TikTok

Continuação: Universal X TikTok: por que a maior gravadora do mundo quer suas músicas fora da rede social?

No mesmo dia, o TikTok divulgou também uma nota pública em que avaliava como "triste e frustrante que a Universal Music Group tenha colocado sua própria ambição acima dos interesses de seus artistas e compositores". A plataforma ainda acusou a gravadora de criar uma "falsa narrativa".

"O fato é que eles optaram por deixar de ter o poderoso apoio de uma plataforma com mais de um bilhão de usuários que serve como um meio gratuito de promoção e descoberta de seus talentos", escreveu.

Por fim, a rede alegou que "tem firmado acordos que colocam os artistas em primeiro lugar com todas as outras gravadoras e distribuidoras". "Claramente, as ações em benefício próprio da Universal não são do melhor interesse dos artistas, compositores e fãs", disse.

Carne de Onça, prato típico de Curitiba, busca uma Indicação Geográfica



Já comeu Carne de Onça? Fique tranquilo: não é um prato preparado com carne desse símbolo do Brasil. É, na verdade, uma receita típica de Curitiba, no Paraná, que leva carne bovina picada na ponta da faca e que se tornou um dos clássicos da "baixa gastronomia" da cidade. Agora, quer reconhecimento nacional com uma **indicação** geográfica.

"A Carne de Onça é uma receita muito única e ao mesmo tempo simples", explica o empresário e cozinheiro Sérgio Medeiros, organizador do tradicional Festival da Carne de Onça de Curitiba. A versão original do preparo leva broa de centeio coberta por patinho moído, cebola branca, cebolinha verde, pimenta, óleo de oliva e sal. "Com um sabor forte e bem marcante, ela se difere de outros pratos de carne crua pelo mundo, como o steak tartare e o quibe cru, que têm receitas mais suaves", o cozinheiro comenta.

Medeiros pesquisou as origens da iguaria e foi responsável pelo processo de registro da Carne de Onça como Patrimônio Cultural Imaterial de Curitiba, concluído em setembro de 2016, pela Câmara Municipal. A primeira "aparição" do prato é de 1930, quando um bar da cidade anunciou que servia a iguaria. Segundo relatos, a receita teve origem no futebol.

Foto: Brunow Camman

Carne de onça traz carne bovina picada na ponta da faca

O Britânia, um dos clubes que deram origem ao Paraná Clube, era um dos times mais tradicionais da época. Campeão paranaense por sete oportunidades, suas vitórias eram comemoradas na Toca do Tatu, bar que tinha como dono o então presidente do clube, Cristiano Schmidt. No local, ele oferecia ao time um preparo de broa de centeio com carne.

PUBLICIDADE

O nome Carne de Onça popularizou após os atletas brincarem com o "bafo de onça" que ficava depois de comer carne crua com cebola. Foi aí que a receita se transformou em um símbolo da "baixa gastronomia", se transformando em um clássico dos botecos curitibanos.

Indicação Geográfica

Agora, o próximo passo é buscar a certificação de **Indicação** Geográfica para a Carne de Onça. A Associação dos Amigos da Onça, da qual Medeiros faz parte, junto com o Sebrae, buscam esse reconhecimento no Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (**INPI**).

"Esse reconhecimento tem a mesma importância que tem para o Champagne da França", diz. "O prato está se tornando conhecido no Brasil, e tenho certeza de que ganhará outro patamar com a **Indicação** Geográfica. As pessoas virão para Curitiba querendo provar a Carne de Onça", diz. A broa também está no processo de receber esse registro de I.G.

Bares

PUBLICIDADE

O sucesso do prato na cidade de Curitiba pode ser visto nas centenas de bares que contam com a iguaria em seus cardápios. Localizado na Rua 24 Horas, um dos

Continuação: Carne de Onça, prato típico de Curitiba, busca uma Indicação Geográfica

principais pontos turísticos da cidade, o Bávaro tem na Carne de Onça um de seus destaques. "A alta circulação de turistas faz a Carne de Onça estar entre os pratos mais pedidos", explica Luiz Breda, sócio do bar. Pessoas curiosas de todo o Brasil e de fora querem experimentar a iguaria. Mas os curitibanos também são grandes consumidores do prato.

Foto: Nakayana

Carne de onça do Quermesse, de Curitiba

A combinação do preparo com cerveja e futebol continua sendo celebrada. O Bávaro costuma transmitir jogos de campeonatos nacionais de futebol, oportunidades em que mesas de amigos costumam compartilhar a Carne de Onça. "É um prato muito democrático. Costumam pedir para dividir, e com-

binar com a torre de chope", comenta o sócio do bar.

A tradição do prato também abre espaço para inovação. No Quermesse, outro bar da gastronomia curitibana, o prato tem diferentes apresentações. O Canudinho de Carne de Onça é sucesso por ali, com os canudinhos de massa crocante recheados com carne crua temperada.

Há também a Carne de Onça Japonesa, com as broas fatiadas em pequenos pedaços e servida com gengibre, shoyu e hashis, para degustar no mesmo estilo dos sushis. Já a Carne de Onça Caiçara traz inspiração na gastronomia do litoral paranaense feito com cachaça de banana de Morretes e raiz forte com tartar de banana-da-terra.

Projetos buscam restringir manipulação de imagens com inteligência artificial

NOTÍCIAS



O Senado analisará duas propostas que coíbem abusos no uso da chamada deepfake por meio de inteligência artificial, que são alterações digitais imperceptíveis de pessoas em fotos, áudios ou vídeos que se confundem com a realidade. Os projetos do senador Chico Rodrigues (PSB-RR) aumentam as penas em crimes contra a honra e de falsa identidade cometidos com a tecnologia, além de regular seu uso em propagandas, que deverão avisar que utilizam a ferramenta. Apresentadas no início de fevereiro, as propostas ainda não têm comissões nem relatores designados para a sua análise.

Segundo o senador, as deepfakes preocupam por serem novos métodos para a prática de crimes como golpes ou de ofensa à honra e pelos riscos que representam à veracidade das informações no processo eleitoral. Na avaliação de Rodrigues, o ramo publicitário também é afetado pelo abuso da ferramenta, que poderá ter novas regras com seu projeto de lei (PL) 145/2024.

"Na seara do direito privado crescem as denúncias de personalidades que têm seu nome, voz e imagem vinculados a produtos e serviços, muitos dos quais de qualidade e segurança duvidosas", diz o senador na justificativa do projeto.

Aviso em propagandas

O texto veda o uso, em mensagem publicitária, de inteligência artificial para gerar imagem ou voz de pessoa viva ou falecida sem o seu consentimento claro e inequívoco, ou do titular do **direito** de imagem. A peça publicitária ainda precisará informar que utilizou inteligência artificial.

Sem cumprir esses requisitos, o anunciante poderá ser punido por propaganda enganosa. Para isso, o projeto altera o Código Brasileiro de Defesa do Consumidor (Lei 8.078, de 1990).

O canal de televisão, site ou outro meio de veiculação também podem ser penalizados caso não interrompam a divulgação em até três dias da notificação da infração, que poderá ser feita pelos órgãos governamentais de fiscalização ou até pelo titular dos direitos de imagem do ofendido.

Ofensa à honra

Já o PL 143/2024 altera o Código Penal (Decreto-lei 2.848, de 1940) para aumentar a pena nos crimes contra a honra cometidos em redes sociais que utilizem deepfake com inteligência artificial. Quem usar esse tipo de ferramenta para produzir vídeo ou imagem falsos poderá sofrer a pena prevista para o crime contra a honra quintuplicada - como calúnia ou injúria. Na opinião do autor, o texto atual da lei não coíbe a gravidade da ofensa que deepfakes podem gerar.

- O potencial nocivo da criação dessas matérias e sua divulgação é bem maior e devastador do que antigamente, quando criamos nosso Código Penal. Por esse motivo, proponho que as penas de criação de material utilizando inteligência artificial (...) seja aumentada em cinco vezes. Mas o dano é provocado não apenas por quem cria o material, mas também pe-

Continuação: Projetos buscam restringir manipulação de imagens com inteligência artificial

la pessoa que divulga, ou distribui, esse material-explicou Rodrigues à Agência Senado.

Para aquele que divulgar o material criminoso, a pena será aplicada em triplo. Para ser punido, o ato precisa ter sido praticado com dolo de atentar contra a honra de alguém.

Falsa identidade

O projeto também prevê a hipótese qualificada para o crime de falsa identidade. Quem criar imagem ou vídeo falso com deepfake para atribuir falsa identidade a si ou a outra pessoa poderá ser condenado entre um e cinco anos de reclusão e multa.

A pena será reduzida em um terço ou até a metade pa-

ra quem divulgar dolosamente o material criminoso. Atualmente, a falsa identidade pode gerar multa ou detenção de três meses a um ano.

Tramitação

Os projetos ainda aguardam o despacho que determinará quais comissões temáticas irão analisá-los. O despacho também dirá se vão precisar passar pelo Plenário ou se a deliberação de alguma das comissões terá a palavra final. Se forem aprovados pelo Senado, os projetos seguirão para a Câmara dos Deputados.

Agência Senado (Reprodução autorizada mediante citação da Agência Senado)

Índice remissivo de assuntos

Direitos Autorais

3

Denominação de Origem

7

Marco regulatório | INPI

7

Direitos Autorais | Direito de Imagem

9