

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 16 de dezembro de 2024 às 07h59
Seleção de Notícias

Folha.com | BR

Pirataria

É possível ter direito autoral sobre uma 'vibe'? 3
FEED | SANDRA E. GARCIA

Estado de Minas - Online | MG

Propriedade Intelectual

Brasileiro é processado por Ferrari por criar réplica de modelo raro 7
GALERIA

É possível ter direito autoral sobre uma 'vibe'?

FEED



Influenciadoras disputam na justiça e levantam debate sobre a tendência de imitação nas redes sociais

O suéter oversized de tricô bege. O cabelo repartido ao meio. O joelho direito apontado para fora, criando uma curva no quadril esquerdo. Praticamente todos os detalhes na foto - até o conjunto de shorts combinando - parecem familiares para Sydney Gifford.

Dias antes, Gifford, uma influenciadora de "lifestyle" de 24 anos, compartilhou uma foto idêntica com seus milhares de seguidores. A mulher nesta nova foto é uma colega influenciadora, Alyssa Sheil, com quem ela foi às compras e fez uma sessão de fotos meses antes.

Sydney Gifford, influenciadora de estilo de vida, está processando outra influenciadora, acusando-a de copiar sua estética minimalista nas redes sociais, destacando a complexidade sobre originalidade em tons de bege

-

Na época, Gifford pensou que suas interações com Sheil foram apenas estranhas. Mas enquanto vê as fotos de Sheil no Instagram pela primeira vez em quase abpi.empauta.com

um ano, diz ela, suspeita que aqueles encontros foram algum tipo de espionagem estética.

Gifford alega que Sheil, de 21 anos, não apenas começou a imitar sua persona online, mas também se apropriou de todo o seu visual. E agora ela a está processando.

Gifford registra os **direitos** autorais de várias de suas postagens nas redes sociais em janeiro, após notar a semelhança entre as postagens de Sheil e as suas.

Várias fotos são apresentadas como prova no processo que Gifford move este ano em um tribunal federal no Texas, acusando Sheil de violação de **direitos** autorais. Mas no mundo cuidadosamente curado das redes sociais, Gifford faz uma acusação talvez mais severa contra ela: roubar sua vibe.

"Isso não é coincidência", pensa Gifford, que tem cerca de 300.000 seguidores no Instagram e mais de 500.000 no TikTok. "Algo definitivamente está acontecendo".

O que pode parecer uma briga superficial sobre suéteres e penteados é, na verdade, uma disputa legal que toca o cerne da influência nas redes sociais. A própria natureza de lançar tendências com sucesso requer algum grau de replicação.

Por mais que plataformas como TikTok e Instagram possam parecer um vale-tudo, influenciadores de estilo de vida existem em um ecossistema que valoriza a homogeneidade - uma das maneiras mais seguras de agradar os algoritmos que são os árbitros finais de seu sucesso online.

À medida que a economia dos criadores cresce, insinuando a possibilidade de um meio de vida lu-

Continuação:
É possível ter direito autoral sobre uma 'víbe'?

crativo, o caso de Gifford busca esclarecer a linha onde a imitação pode passar de lisonja para **falsificação**.

Alyssa Sheil, influenciadora de moda e beleza da Amazon, grava um vídeo em sua casa em Austin, enquanto enfrenta um processo de outra influenciadora que a acusa de copiar sua estética minimalista

-
Em várias entrevistas a partir de agosto, especialistas apontam que os influenciadores têm que navegar por um cenário nebuloso em que atribuir crédito a quem criou o quê pode ser assustador e, em alguns casos, impossível.

"Realmente há uma sensação de que você é tanto um criador quanto um tomador emprestado", diz Jeanne Fromer, professora de direito de propriedade intelectual na Universidade de Nova York. "A moda é construída sobre isso. Todas as indústrias criativas - pintura, música, filmes - são todas construídas em certa medida sobre empréstimos do passado e também, idealmente, tentando trazer seu próprio toque a algo. Não sei se alguém quer ir longe demais como resultado."

Sheil nega as alegações de Gifford sobre suas postagens e as considera profundamente perturbadoras, como uma influenciadora por direito próprio.

"É assim que eu ganho a vida e, além disso, esta é minha marca pessoal", diz Sheil. "Eu meio que sinto que preciso me defender."

Fromer descreve o processo como um dos primeiros de seu tipo, em que um usuário de mídia social processa outro - em vez da empresa de tecnologia por trás da plataforma. Apesar de sua aparente estranheza, esta "reclamação de propriedade intelectual de pia de cozinha" pode se sustentar no tribunal, avalia ela, acrescentando que a alegação mais substancial é a

violação de **direitos** autorais.

Dependendo do que resultar do processo, ele pode estabelecer um precedente importante para outros influenciadores e como eles se apresentam online.

'Eu não me senti bem-vinda'

A primeira vez que Gifford e Sheil se encontraram, em um shopping de luxo ao ar livre em Austin, Texas, Sheil se sentiu como um terceiro elemento.

De acordo com Sheil, Gifford a contactou por mensagem privada no Instagram perguntando se ela gostaria de sair com ela e outra amiga influenciadora.

"Eu estava definitivamente ansiosa porque elas já eram amigas", diz Sheil. "Eu realmente não sabia no que estava me metendo com elas já sendo amigas, e foi tudo bem."

Gifford descreve o encontro como "profissional" e diz que era principalmente para filmar conteúdo e trocar ideias.

"Eu realmente não me lembro quem procurou quem", diz Gifford, que agora mora em Minnesota. "Sei que estávamos nos seguindo mutuamente há um tempo, então não tenho certeza de quem iniciou."

As três mulheres se encontraram novamente no mês seguinte em um estacionamento no centro de Austin para tirar fotos juntas para postar em suas contas individuais. Desta vez, porém, Sheil disse não ter se sentido bem-vinda.

"Ninguém falou comigo nos primeiros 45 minutos a uma hora de chegada ao estacionamento", diz Sheil. "Sydney também tirou fotos com a terceira amiga que estava lá e postou e não me marcou."

Quando Sheil foi para casa, ela bloqueou Gifford em todas as plataformas.

Continuação:
É possível ter direito autoral sobre uma 'víbe'?

"Eu realmente não vi nada de errado em bloqueá-la", diz Sheil. "Eu não me senti bem-vinda. Eu não senti que era alguém com quem eu precisava ter um relacionamento nas redes sociais se o relacionamento que tínhamos na vida real não era bom."

Meios de vida em jogo

Para Gifford, o processo não é uma questão de orgulho pessoal: é sobre proteger seu negócio.

Gifford e Sheil criam conteúdo de mídia social destinado a induzir seus seguidores a comprar itens - copos, mesas de café, conjuntos de pijamas - de suas "vitrines" na Amazon. É assim que ambas ganham a vida, dizem, e é o que Gifford alega em seu processo que Sheil infringe ao copiar suas postagens e estética.

"Havia várias pessoas, alguns seguidores, alguns amigos próximos meus, que o conteúdo dela apareceu na página 'Para Você' deles e eles pensaram que era meu, genuinamente", diz Gifford durante uma entrevista em vídeo de Minnesota.

"Eles obviamente olharam para o nome na conta e ficaram confusos", diz Gifford sobre seus seguidores, que ela relata que a alertaram sobre as semelhanças em seu conteúdo. "Foi muito emocional ver isso."

Essa confusão por parte de seus seguidores é um foco do processo de Gifford. Ela também diz que nota uma queda nas vendas dos itens sobre os quais postou quando Sheil faz uma postagem semelhante à dela, citando informações da Amazon. No processo, Gifford identifica uma lista de itens que ela alega que Sheil copiou de suas postagens e vendeu em sua vitrine na Amazon - itens, diz ela, que gasta consideráveis quantidades de tempo curando.

Durante o verão, advogados de Sheil apresentaram uma moção para rejeitar a maioria das acusações apresentadas na queixa. Criticando a abordagem de Gifford de "jogar tudo na parede e ver o que gruda",

os advogados de Sheil sugerem que "o tema abrangente da reclamação de Gifford é que ela acredita que as postagens e a estética geral de Sheil são 'muito semelhantes' às de Gifford."

Mas isso, eles mantêm, é uma alegação inexequível sob a Lei de **Direitos** Autorais do Milênio Digital, que entra em vigor apenas quando uma obra idêntica é alterada ou reproduzida sem as informações de **direitos** autorais apropriadas.

"Porque a queixa apenas alega a criação de imagens semelhantes - não a reprodução de imagens idênticas", argumentam os advogados de Sheil, "a alegação de DMCA de Gifford falha como uma questão de lei."

No mês passado, um juiz recomendou que a moção de Sheil para rejeitar fossem concedida em parte e negada em parte. Seus advogados dizem que estão avaliando como desejam proceder.

A questão nebulosa dos **direitos** autorais

Em janeiro, Gifford solicitou e pagou pelos **direitos** autorais de várias de suas postagens nas redes sociais que ela alega que Sheil copiou.

Embora os registros de **direitos** autorais lhe deem base para alegar infração, eles não garantem a propriedade de um estilo, mídia ou até mesmo semelhança. Em vez disso, são simplesmente um ingresso para o tribunal, explica Rose Leda Ehler, advogada do escritório de advocacia Munger, Tolles & Olson em Los Angeles.

"Acho que isso vai chegar até o julgamento ou se tornar um caso realmente grande no mundo dos **direitos** autorais e da lei de marcas registradas? Não", avalia Ehler. "Suspeito que haverá discussões fora do tribunal e as partes provavelmente descobrirão ou resolverão a questão antes de chegar ao julgamento."

Continuação:
É possível ter direito autoral sobre uma 'víbe'?

Casos semelhantes que foram litigados no tribunal tiveram resultados surpreendentes. Em 2018, o fotógrafo Jacobus Rentmeester processou a Nike, alegando que a gigante de roupas esportivas copiou sua foto de Michael Jordan para criar o logotipo Jumpman da empresa, que usou em sua icônica campanha Air Jordan.

A alegação foi rejeitada pelo Tribunal de Apelações dos EUA para o 9º Circuito depois que a Nike apontou que não usou a foto de Rentmeester, mas contratou outro fotógrafo para tirar uma imagem semelhante. Os **direitos** autorais não protegem ideias ou o suor do trabalho, apenas a expressão, explica Ehler.

Um caso semelhante uma década antes teve um resultado diferente. Em 2005, o fotógrafo Jonathan Mannion processou uma agência de publicidade por usar uma versão modificada de uma foto que ele tirou em 1999 da estrela do basquete Kevin Garnett em um anúncio da Coors Light. Mannion venceu seu processo depois que o tribunal observa que a agência de publicidade recriou a foto de Garnett através da imitação de ângulo, pose, composição e iluminação.

Desde 1884, quando o primeiro caso de violação de **direitos** autorais sobre uma fotografia foi ouvido pela Suprema Corte - sobre um retrato de Oscar Wilde aos 27 anos - os juízes tentam encontrar a melhor maneira de testar uma obra para tal infração.

"Não é matematicamente preciso de forma alguma", diz Fromer.

Desde o processo de Gifford, Sheil continua a compartilhar sua vida com seus seguidores. Recentemente, ela posta sobre a compra de uma nova casa, que está mobiliada com um sofá branco de bouclé.

Em agosto, Gifford anunciou sua primeira gravidez no Instagram, posando em um vestido de cor creme. Ela ainda continua aderindo à sua estética minimalista e bege.

Brasileiro é processado por Ferrari por criar réplica de modelo raro

GALERIA



Em 2018, por conta de dificuldades financeiras, o homem anunciou sua réplica da Ferrari por R\$ 80 mil em uma plataforma online, mas retirou o anúncio após duas semanas. Foto: reprodução/tv globo

O caso chamou a atenção da Ferrari, que logo contratou um advogado brasileiro para representá-la. Foto: flickr - nimame

A montadora denunciou o dentista por violação da lei de patentes, alegando que ele usou o design do carro, protegido como **propriedade** intelectual, para fins lucrativos. Foto: reprodução/tv globo

A denúncia também solicitava a apreensão do veículo para perícia e, caso o crime fosse comprovado, sua destruição. Foto: Arquivo pessoal/Vitor Estevam

José Vitor Estevam Siqueira foi condenado a parar de fabricar ou vender réplicas e a pagar indenização por danos materiais e lucros cessantes. Foto: Arquivo pessoal/Vitor Estevam

Na época, Vitor justificou a venda como uma tentativa de superar problemas financeiros enfrentados após o furto de todos os equipamentos de seu consultório odontológico, o que o impediu de continuar

trabalhando. Foto: reprodução/tv globo

Inicialmente, ele decidiu vender o carro, mas acabou optando por negociar a clínica e apagou o anúncio pouco depois. Foto: reprodução/g1

Até o momento, sua dívida judicial acumulada é de R\$ 42,5 mil. As contas do dentista revelaram ser de apenas R\$ 887,74, que foram bloqueados e convertidos em penhora. Foto: mamewmy freepik

José Vitor chegou a processar a Ferrari por danos morais. Ele pediu R\$ 100 mil, alegando impactos psicológicos e exposição pública, mas teve o pedido negado. Foto: reprodução/tv globo

O protótipo foi apreendido para passar por uma perícia. José Vitor chegou a usar as redes sociais para expressar sua preocupação, temendo que o carro pudesse ser destruído. Foto: reprodução/tv globo

O caso segue em disputa judicial e, até o momento (19/11/24), as partes ainda não se manifestaram sobre o desfecho. Foto: 3D Animation Production Company por Pixabay

Segundo a Ferrari, a empresa tem feito esforços no para identificar e combater a fabricação de réplicas e o uso indevido de sua marca. Foto: wikimedia commons Antoloji

Desde criança, José Vitor nutre uma paixão pela Ferrari, o que o motivou a começar a construir a réplica de forma artesanal, ainda em 2017. Foto: reprodução/tv globo

Embora seja dentista, ele se considera um entusiasta de ciência e tecnologia e utilizou máquinas que ele mesmo desenvolveu, aperfeiçoando o processo de construção por meio de tentativa e erro. Foto: re-

Continuação: Brasileiro é processado por Ferrari por criar réplica de modelo raro

produção/tv globo

Lançada em 1987, a Ferrari F40 foi o último modelo supervisionado por Enzo Ferrari, fundador da marca. Foto: wikimedia commons Spezadams

Com velocidade máxima de 300 km/h, o carro é uma raridade, com pouco mais de mil unidades no mundo, e seu preço chega a ultrapassar R\$ 4 milhões. Foto: wikimedia commons Will ainsworth

Já a réplica criada por José Vitor foi construída a partir de materiais simples comprados em ferragens e lojas de construção. Foto: reprodução/tv globo

Ele fabricou as chapas e moldou o automóvel em um laboratório improvisado nos fundos de sua casa, que fica em Cachoeira Paulista. Foto: reprodução/tv globo

"Era um sonho infantil, inocente, eu não imaginei que poderia isso. Eu aceitei como um desafio para mim mesmo e comecei a estudar, investir tempo e dinheiro para que saísse do papel", contou, em entrevista ao g1. Foto: reprodução/tv globo

A Ferrari é uma icônica fabricante italiana de carros esportivos, fundada por Enzo Ferrari (foto) em 1939 e oficialmente lançada como marca em 1947. Foto: User wikimedia commons

Reconhecida mundialmente pelo alto desempenho, design exclusivo e luxo, a empresa tem forte presença no automobilismo, especialmente na Fórmula 1, onde é a equipe mais vitoriosa da história. Foto: pexels Adriaan Greyling

Índice remissivo de assuntos

Direitos Autorais

3

Pirataria

3

Propriedade Intelectual

7