

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 22 de abril de 2025 às 11h42
Seleção de Notícias

MSN Notícias | BR

Direitos Autorais

Deezer: 18% das novas músicas enviadas à plataforma são geradas por inteligência artificial . . . 3
WILLIAM R. PLAZA

IstoÉ Online | BR

Entidades

CNI: Brasil fica em último lugar em ranking de competitividade industrial 4

Consultor Jurídico | BR

Marco regulatório | INPI

Após mudança de orientação, INPI rejeita menos registros de marcas com slogans 7

A Tarde - Últimas Notícias | BR-BA

Pirataria | Biopirataria

Ayahuasca, rapé e jurema: medicinas indígenas viram alvo de patentes 9
ISABELA CARDOSO

Deezer: 18% das novas músicas enviadas à plataforma são geradas por inteligência artificial

A Deezer divulgou novos dados mostrando que 18% das faixas musicais enviadas à plataforma atualmente são criadas por inteligência artificial. Isso representa mais de 20 mil músicas por dia - um número que não para de crescer.

A estatística marca um salto de 10% em relação a janeiro de 2025, quando a empresa lançou sua ferramenta para detectar músicas geradas por IA.

IA generativa se torna uma força dominante na música digital

De acordo com Aurelien Haurat, Chief Innovation Officer da Deezer, o avanço da IA generativa é inevitável. Ele reconhece o potencial positivo dessa tecnologia na criação musical, mas alerta: é preciso cuidado para proteger os direitos e a remuneração de artistas e compositores.

"Estamos comprometidos em manter a transparência com o público e em garantir que o conteúdo gerado por IA não entre nas nossas recomendações automáticas", afirma Haurat.

Ferramenta da Deezer identifica 100% das músicas feitas por IA

A tecnologia de detecção desenvolvida pela Deezer é capaz de identificar com precisão todo conteúdo gerado por ferramentas populares como Suno e Udio. Ela ainda permite a integração com outros modelos, desde que haja exemplos suficientes para calibrar o sistema.

O grande diferencial da plataforma está na capacidade de identificar músicas de IA mesmo sem dados específicos para cada novo modelo - um passo importante para lidar com o ritmo acelerado de surgimento dessas ferramentas.

Impacto na indústria e o debate sobre **direitos** autorais

O crescimento desse tipo de conteúdo chega em meio a discussões cada vez mais intensas sobre os limites legais do uso de obras protegidas no treinamento de IA. Alguns governos já estudam alterar suas leis de **direitos** autorais para acompanhar essa nova realidade.

Enquanto isso, a Deezer mantém sua posição firme: é a única plataforma de streaming musical a assinar a declaração global sobre o uso ético de inteligência artificial no setor.

O futuro das plataformas musicais passa pela IA

Com milhares de músicas criadas por IA sendo publicadas todos os dias, o cenário musical vive uma transformação profunda. A tecnologia já deixou de ser apenas uma curiosidade experimental para se tornar parte ativa do mercado - e as plataformas precisam se adaptar rapidamente.

A Deezer, ao reforçar seu compromisso com a transparência e os criadores humanos, tenta equilibrar inovação e responsabilidade em um território cada vez mais complexo.

CNI: Brasil fica em último lugar em ranking de competitividade industrial

Impactado negativamente por fatores como ambiente econômico e educação, o Brasil ficou em último lugar no mais recente ranking de competitividade industrial elaborado pela Confederação Nacional da Indústria (CNI). No estudo, antecipado ao Broadcast (sistema de notícias em tempo real do Grupo Estado), a entidade comparou o Brasil com outros 17 países que competem com o País no mercado internacional, considerando oito fatores que afetam o desempenho das empresas mundo afora.

Os três aspectos que mais pesaram negativamente no resultado foram Ambiente Econômico; Desenvolvimento Humano e Trabalho; e Educação. Em todos eles, o Brasil ocupou o último lugar no ranking. No primeiro, o custo alto de financiamento no País figura como um dos empecilhos históricos para a indústria. No momento, o alto patamar da Selic, em 14,25% ao ano, reforça esse efeito.

Nesse cenário, o segmento comemora o fato de o governo atual ter lançado uma política industrial, a Nova Indústria Brasil (NIB), que inclui uma vertente de crédito liderada pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). Para ver os efeitos do programa no ranking, no entanto, será necessário mais tempo. Por ora, o superintendente de Política Industrial da CNI, Fabrício Silveira, classifica a NIB como um "avanço considerável", inclusive por ter sido incrementada desde o lançamento há um ano. A previsão de financiamentos pelo plano partiu de R\$ 300 bilhões para R\$ 507 bilhões até 2026.

"Estamos falando de políticas que geram incentivos para a transformação técnica, transformação tecnológica em alguns setores. São políticas que vão gerar incentivos, por exemplo, na formação de trabalhadores. A política industrial, no mundo, em geral, demanda de cinco a dez anos para ser ava-

liada", aponta Silveira, defendendo a necessidade de o plano se tornar uma política de Estado permanente.

O ambiente tributário foi outro aspecto que ajudou a jogar o Brasil para a última posição no ranking de Ambiente Econômico. Nesse caso, a CNI entende que o País viverá um avanço significativo com a reforma tributária. Mas alerta que é preciso cuidado com as regulamentações, especialmente para que exceções tributárias não façam a alíquota média do novo imposto sobre o consumo ser muito alta.

O estudo da CNI mostra que, em nenhum dos macroindicadores que compõem o ranking, o País figurou na primeira metade da classificação. No aspecto em que o País se sai melhor é no desempenho de Baixo Carbono e Recursos Naturais, ocupando a 12ª posição. O destaque positivo ficou no subfator de descarbonização, com o 2º lugar no ranking. De acordo com a CNI, ainda seria necessário o País avançar em termos de economia circular, subfator no qual o Brasil se desempenhou mal.

A CNI publica o ranking desde 2010. Nesta edição, a entidade trouxe alterações metodológicas, com a redefinição de países que competem com o Brasil. Agora, o estudo destaca as economias que possuem uma cesta de produção mais próximas à do País e que estão presentes nos mesmos mercados, tanto em nível de importação quanto de exportação.

As comparações foram feitas com Coreia do Sul, Países Baixos, Canadá, Reino Unido, China, Alemanha, Itália, Espanha, Rússia, Estados Unidos, Turquia, Chile, Índia, Argentina, Peru, Colômbia e México. Entender o nível de competitividade desses países frente ao Brasil e quais problemas internos atacar será importante também no novo cenário global, em que as cadeias são redesenhadas pela política tarifária de Donald Trump nos EUA.

Continuação: CNI: Brasil fica em último lugar em ranking de competitividade industrial

Silveira, da CNI, diz que, embora a performance do Brasil no ranking tenha sido ruim, os resultados também revelam a "resiliência" da indústria brasileira. "No meio de um ambiente de negócio e um ambiente econômico que são adversos, que oneram, mesmo assim a gente ainda consegue acessar esses mercados de forma competitiva com algumas das nossas firmas", diz o superintendente.

Desenvolvimento Humano e Educação

No fator de Desenvolvimento Humano e Trabalho, em que o País também figurou na última posição, quem lidera entre os países é a Coreia do Sul. Relações de trabalho, que aponta o Brasil em 16º; Saúde e Segurança, em que o País figura em 15º; e Diversidade, Equidade e Inclusão, no qual ocupa o penúltimo lugar, são os subfatores considerados na classificação. No primeiro, por exemplo, foram analisados os temas sobre razão de dependência e impacto das regulamentações trabalhistas na atividade empresarial.

Já no sub-ranking Educação, que também levou o Brasil para o último lugar do levantamento, problemas da formação educacional, como baixa adesão ao ensino técnico e volume baixo de formação de profissionais ligados à ciência e tecnologia, foram quesitos que afetaram negativamente o País. Nesse fator, quem ocupa o primeiro lugar é a Alemanha.

"A baixa qualidade da educação impacta diretamente no mercado de trabalho e no desenvolvimento sustentável econômico. O caminho é desafiador e inclui a necessidade de recuperação de problemas trazidos pela pandemia e pela guerra, a redução do Custo Brasil, como também o aumento da produtividade e da inovação em todas as camadas da economia", comentou o presidente da CNI, Ricardo Alban.

Em outros cinco indicadores, o Brasil também esteve abaixo da média no ranking da competitividade industrial. Na performance de Comércio e Integração

Internacional, liderado pelos Estados Unidos, o Brasil ficou em 14º lugar. Nesse caso, há desafios em questões como a integração da indústria ao comércio internacional, participação nas exportações da indústria de transformação e exportação de média e alta tecnologia. Na infraestrutura, em que os brasileiros convivem com problemas crônicos, o País ocupa a 15ª posição. "Os pontos de maior necessidade de melhoria são a qualidade das rodovias, a densidade da malha ferroviária e a eficiência nos portos", aponta a CNI.

O Brasil ficou no mesmo lugar no ranking de Desenvolvimento Produtivo, Inovação e Tecnologia. Mas, no subfator de ciência, tecnologia e inovação o País se saiu melhor, na 12ª posição, em que se tem os indicadores de complexidade econômica associado à pesquisa e o de investimento em pesquisa e desenvolvimento, ocupando a 9ª e 11ª posição, respectivamente. "Não é todo país do mundo que tem uma estrutura com a capilaridade do Senai, por exemplo. Não é todo país que tem universidades federais que fazem pesquisa aplicada. Também temos bons exemplos de instituições de fomento como a **Finep**", diz Silveira sobre os avanços brasileiros neste segmento.

Confira aqui o Ranking Geral Competitividade Brasil (2023-2024) elaborado pela CNI:

1º Países Baixos

2º Estados Unidos

3º Coreia do Sul

4º Alemanha

5º Reino Unido

6º China

7º Itália

Continuação: CNI: Brasil fica em último lugar em ranking de competitividade industrial

8° Canadá

14° Chile

9° Espanha

15° Argentina

10° Turquia

16° Colômbia

11° Rússia

17° Peru

12° Índia

18° Brasil

13° México

Após mudança de orientação, INPI rejeita menos registros de marcas com slogans



Uma mudança de interpretação adotada pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (**INPI**) no final do último ano com relação a um trecho da Lei de publicidade mais flexível. Após mudança de orientação, **INPI** rejeita menos registros de marcas com slogans.

Uma mudança de interpretação adotada pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (**INPI**) no final do último ano com relação a um trecho da Lei de Propriedade Industrial (LPI) causou uma queda significativa no número de rejeições de pedidos de registro de marca com slogans ou elementos publicitários. Entre dezembro de 2024 e março de 2025, apenas 182 pedidos foram negados por terem expressões ou sinais de propaganda. No mesmo período entre 2023 e 2024, o **INPI** negou 741 pedidos com base nesse argumento.

O inciso VII do artigo 124 da LPI proíbe o registro de sinais ou expressões empregadas "apenas como meio de propaganda". Com base nisso, o **INPI** tinha como costume negar os pedidos de registro de marca com slogans. Mas, em novembro de 2024, flexibilizou sua orientação quanto ao tema. O pesquisador João Pedro Dias Vidal levantou todos os indeferimentos desde o mês seguinte à alteração e constatou a redução das negativas baseadas nessa regra.

Até novembro do último ano, o Manual de Marcas do **INPI** considerava que a proibição do inciso VII do ar-

tigo 124 da LPI era aplicável a "expressões usadas apenas como meio de recomendar, destacar e/ou evidenciar o produto ou serviço que será identificado pelo sinal solicitado como marca".

De acordo com Vidal, essa interpretação causava o indeferimento automático da grande maioria das marcas compostas por slogans ou expressões de cunho publicitário. O **INPI** justificava que as expressões não tinham distintividade e eram exclusivamente publicitárias.

Decisão do STJ

Em agosto de 2024, a 3ª Turma do Superior Tribunal de Justiça decidiu que é possível o registro de marca acompanhada de slogan, desde que este não seja o elemento central da marca (REsp 2.105.557).

Três meses depois, o **INPI** atualizou seu Manual de Marcas e passou a considerar que a regra da LPI vale para "sinais incapazes de serem percebidos como marca pelo público consumidor em razão de sua exclusiva atuação como meio de propaganda".

A orientação atual é para que o órgão analise se o sinal exerce apenas a função de propaganda ou se também possui "capacidade distintiva para identificação dos produtos ou serviços".

Vidal afirma que essa mudança "trouxe maior flexibilidade e um novo enfoque na análise do conjunto da marca, considerando sua capacidade distintiva em sua integralidade". A análise agora deve levar em conta "a impressão geral do conjunto marcário".

Apesar da alteração, em novembro ainda não se sabia o que efetivamente seria aceito pelo **INPI** como marca em casos de pedidos de registro com slogan. O pesquisador extraiu os dados de todos os indeferimentos a partir do mês seguinte à atualização e identificou

Continuação: Após mudança de orientação, INPI rejeita menos registros de marcas com slogans

aqueles baseados nessa regra.

A conclusão foi que antes o **INPI** era mais rígido na interpretação da LPI quanto à presença de elementos publicitários. Quaisquer expressões com apelo publicitário já motivavam indeferimentos. O órgão priorizava a identificação dessas características, e não a análise do conjunto da marca como um todo.

Já depois da mudança, o **INPI** "passou a considerar com maior atenção a capacidade distintiva do sinal como um todo". A maioria das negativas desde dezembro do último ano se referiu a sinais com "caráter

eminentemente publicitário", sem "estrutura suficiente para identificação do produto ou serviço perante o público consumidor".

Para Vidal, a diminuição do volume de pedidos negados "reduz a carga de trabalho da autarquia e colabora para a aceleração dos prazos médios de decisão nos processos de registro".

José HigídioÉ Repórter Da Revista

Ayahuasca, rapé e jurema: medicinas indígenas viram alvo de patentes



Enquanto cresce o interesse global por medicinas tradicionais como a ayahuasca, o rapé, a jurema e o kambô, também aumenta a disputa pelos seus comércios. Esses conhecimentos milenares, cultivados por povos indígenas da América do Sul, estão hoje no centro de uma corrida por patentes promovida pelo mercado, principalmente por indústrias farmacêuticas.

Ao longo do tempo, Fernanda Kaingang, diretora do Museu Nacional dos Povos Indígenas e especialista em patrimônio cultural e propriedade intelectual, mostrou que os números são alarmantes.

"O site de buscas de patentes europeus, o Espacenet, mostra que tem 24 pedidos de patente sobre ayahuasca, 87.109 pedidos de patente envolvendo rapé, 2.805 pedidos envolvendo a vacina do sapo, o Kambô, e 275 pedidos de patente sobre a Ayahuasca", detalha.

A ayahuasca, por exemplo, é uma bebida sagrada preparada com o cipó Banisteriopsis caapi e o arbusto Psychotria viridis. Sua origem está enraizada nos territórios da bacia amazônica, mas sua presença cultural e espiritual se espalha pelos Andes, Caribe, Pantanal e Mata Atlântica. Atualmente, cerca de 160 povos indígenas da região utilizam a ayahuasca em rituais tradicionais que envolvem cânticos, danças, grafismos, e práticas espirituais ancestrais.

Entenda a diferença entre DMT, Ayahuasca e Jurema

Feitio da medicina | Foto: Adobe Stock

Fernanda alerta que não existe atualmente nenhum protocolo unificado envolvendo estes povos, que diga o que pode ou não ser feito com esses conhecimentos. "Consultar esses povos, criar protocolos, leis internas, envolvendo esses povos que compartilham o conhecimento e o uso da Ayahuasca. Orientar a indústria que quer implementar boas práticas de acesso a **recursos** genéticos que contém conhecimento tradicional e boas práticas de repartição de benefícios, de uma forma factível, é tarefa do governo. Isso é política pública", explica.

A apropriação desses saberes, compartilhados ao longo de séculos de trocas cerimoniais, por empresas ou pesquisadores sem consulta representa não só um desrespeito legal, mas espiritual.

"Quando é sagrado, envolve a espiritualidade de um povo, há uma razão ainda mais forte para que os usos, os costumes e as tradições desses povos sejam respeitados na relação com a indústria, no estabelecimento de contratos, na forma de compartilhar os benefícios. Não basta pagar, tem que se assegurar de que o benefício vai atingir uma coletividade e não individualidades", afirma Kaingang.

A distorção de usos tradicionais também pode causar danos graves. Um exemplo citado por Fernanda é a transformação da planta da coca em cocaína - um uso que distorce totalmente o propósito ancestral da planta, tradicionalmente mascada ou preparada em chás pelos povos andinos.

Em maio de 2024, foi aprovado o Tratado de **Propriedade** Intelectual, **Recursos** Genéticos e Conhecimentos Tradicionais, na Organização Mundial de **Propriedade** Intelectual (OMPI), um marco histórico que reconhece o direito dos povos indígenas sobre seus saberes. Pela primeira vez, a ayahuasca recebeu um

Continuação: Ayahuasca, rapé e jurema: medicinas indígenas viram alvo de patentes

documento em quatro línguas indígenas - Kaingang, Huni Kuin, Terena e Fulni-ô.

"O documento diz que o nosso conhecimento não é uma mercadoria que pode ser comercializada como qualquer produto, ele não tem prazo de validade, não tem preço no mercado, muitos desses conhecimentos são sagrados e nós precisamos ser respeitados nos nossos direitos e na nossa livre determinação", descreve Fernanda.

O tratado estabelece que pedidos de patente que envolvam conhecimentos tradicionais são obrigados a divulgar o acesso a **recursos** genéticos e a conhecimentos tradicionais associados necessários a suas invenções.

A tentativa de transformar as medicinas indígenas em produtos de mercado não afeta apenas o direito coletivo aos saberes tradicionais. Ela ameaça também a continuidade de práticas culturais que só existem em território. Para Fernanda Kaingang, proteger os conhecimentos indígenas também significa proteger seus territórios.

"A proteção das práticas culturais pode colaborar com a preservação ambiental porque as culturas dos povos indígenas estão diretamente relacionadas à integridade do território. Se o território morre, a cultura também morre. [...] O ritual é feito com o quê? Com conhecimentos tradicionais, com expressões culturais tradicionais, com canto, com dança, com gra-

fismos, com adornos, com armas, com agricultura, com alimentação tradicional, com cultura alimentar, tudo isso brota do território. Eu costumo usar uma frase dizendo que a cultura brota do território", destaca.

Segundo Fernanda, quando o território é destruído por monoculturas, mineração ou outras formas de exploração, a cultura também entra em risco.

"A gente não gosta da palavra recursos, a terra não é fonte de recurso, de lucro, ela é fonte de vida. Então, 80% das áreas mais preservadas da biodiversidade da terra são territórios indígenas. Porque as nossas culturas dependem, para a sua continuidade, de um território protegido, de um território preservado, da integridade da biodiversidade, porque nós somos parte dela. Tudo está conectado. Os nossos xamãs, nossas lideranças espirituais, sempre contam isso para a gente ao redor da fogueira", detalha.

"Assim, dentro da Convenção sobre **Diversidade** Biológica, já há essa consciência. O Fórum Permanente da sobre questões indígenas recomenda que os povos indígenas sejam considerados quando se fala de conservação de biodiversidade. Então, a demarcação das terras indígenas deve ser uma política global de conservação de biodiversidade", conclui.

Índice remissivo de assuntos

Direitos Autorais

3

Entidades

4

Marco regulatório | INPI

7

Propriedade Intelectual

9

Pirataria | Biopirataria

9