

Revista da OMPI

ESPECIAL SOBRE MÚSICA

2025



Inteligência artificial:
**Seria esse o próximo
“momento Napster”
para o setor?**

Merchandising musical:
**A solução estratégica
para construir e
fortalecer marcas**

Streaming:
**O ingrediente secreto por
trás do sucesso da cena
musical na região do MENA**

WIPO

Nota da editora

Caro leitor,

Temos o prazer de apresentar nossa edição de 2025, que examina a evolução da relação entre a música e a propriedade intelectual (PI). O foco deste ano na música inspirou uma variedade excepcional de histórias e perspectivas, desde um litígio que aconteceu no século XVIII e ajudou a lançar as bases dos direitos de autor na música (pág. 58), passando pela forma como as músicas geradas por IA vêm estimulando o surgimento de fazendas de streaming (pág. 30), até conversas com criadores de música e artigos de líderes e inovadores do setor.

O foco na música veio em um momento muito oportuno. Os dados mais recentes do setor mostram um crescimento significativo da indústria, particularmente em regiões onde a pirataria já foi predominante. Os serviços de streaming e associações do setor relatam níveis recordes de pagamentos de royalties e investimentos em marketing e A&R (artistas e repertório) (pág. 6). Com a evolução da distribuição digital, porém, nunca foi tão importante que os artistas conheçam melhor seus direitos (pág. 16).

As transformações na relação entre inteligência artificial (IA), criatividade humana e direitos de autor só aumentam mais o senso de urgência dessa discussão. A IA vem revolucionando modelos de negócios. O setor pode estar passando por outro “momento Napster”, na opinião de um colaborador (pág. 34), e deve lutar para manter a harmonia entre criatividade e novas tecnologias, sem deixar de defender o licenciamento dentro e fora dos tribunais (pág. 44). Na página 48, uma tecnóloga examina como os sistemas de IA geram música e especula se as máquinas poderiam ajudar a garantir royalties justos no futuro.

A remuneração dos artistas também é assunto de destaque em dois artigos. Neles, a estrela da música soca de Granada V'ghn (pág. 2) e a cantora cabo-verdiana Solange (pág. 40) explicam como utilizar eficazmente os sistemas de PI. Também examinamos o sistema de gestão coletiva da China (pág. 54) e exploramos como a Índia recorre a indicações geográficas para proteger instrumentos tradicionais (pág. 68).

Boa leitura.



Nora Manthey

Editora da Revista da OMPI

E-mail wipomagazine@wipo.int

64



2



10

34

16



Aviso de isenção de responsabilidade

Esta é uma edição especial da Revista OMPI dedicada à música, o tema do Dia Mundial da PI e da Assembleia Geral de 2025. A publicação é distribuída gratuitamente pela Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), sediada em Genebra, Suíça.

A Revista da OMPI tem como objetivo ajudar a ampliar o conhecimento público sobre propriedade intelectual e o trabalho da OMPI e não constitui um documento oficial da Organização.

As designações adotadas e a apresentação dos dados contidos nesta publicação não implicam, da parte da OMPI, juízo algum sobre a situação jurídica dos países, territórios ou áreas em questão, sobre suas autoridades ou sobre a delimitação de suas fronteiras ou limites territoriais. As opiniões expressas nesta publicação não refletem necessariamente as opiniões dos Estados membros ou da Secretaria da OMPI. A menção a empresas ou a produtos específicos de determinados fabricantes não implica que a OMPI os aprove ou recomende em detrimento de outros de natureza similar não mencionados nesta publicação.

2

PERFIL

V'ghn: príncipe da música soca em Granada e o mais novo Embaixador da Juventude da PI para a OMPI

6

DADOS

IFPI analisa uma década de transformação digital na indústria da música

10

ESPECIAL

Merchandising musical: a solução estratégica para músicos que desejam construir e fortalecer sua marca

16

ENTREVISTA

Niclas Molinder: os criadores de música precisam rever seus conceitos sobre metadados e PI

19

NOS TRIBUNAIS

Clonagem de voz por IA: como um veterano de Bollywood estabeleceu um precedente judicial

22

PANORAMA

Direitos musicais: como harmonizar criatividade e negócios

24

ESPECIAL

Fandoms de K-pop mobilizam-se em torno da propriedade intelectual

30

ESPECIAL

Streaming artificial e seus impactos reais no mundo da música

34

OPINIÃO

Seria a música por IA o próximo “momento Napster” para o setor?

40

ENTREVISTA

Solange Cesarovna: sem a música não poderíamos nos entender

44

OPINIÃO

Inteligência artificial: a sinergia entre tecnologia e criatividade

48

AUTOR CONVIDADO

Royalties musicais: como tratar os artistas de forma justa na era de músicas geradas por IA

54

ESPECIAL

A proteção dos direitos de autor na indústria da música na China

58

AUTOR CONVIDADO

O processo judicial do século XVIII que mudou para sempre a lei de direitos de autor sobre obras musicais

64

ENTREVISTA

Uma conversa com Imad Mesdoua, do Spotify

68

ESPECIAL

Como artesãos usam a propriedade intelectual para proteger a fabricação de instrumentos tradicionais na Índia.

71

NOS TRIBUNAIS

Juizes brasileiros cogitam aplicar a Convenção de Berna ao caso Adele

74

PERFIL

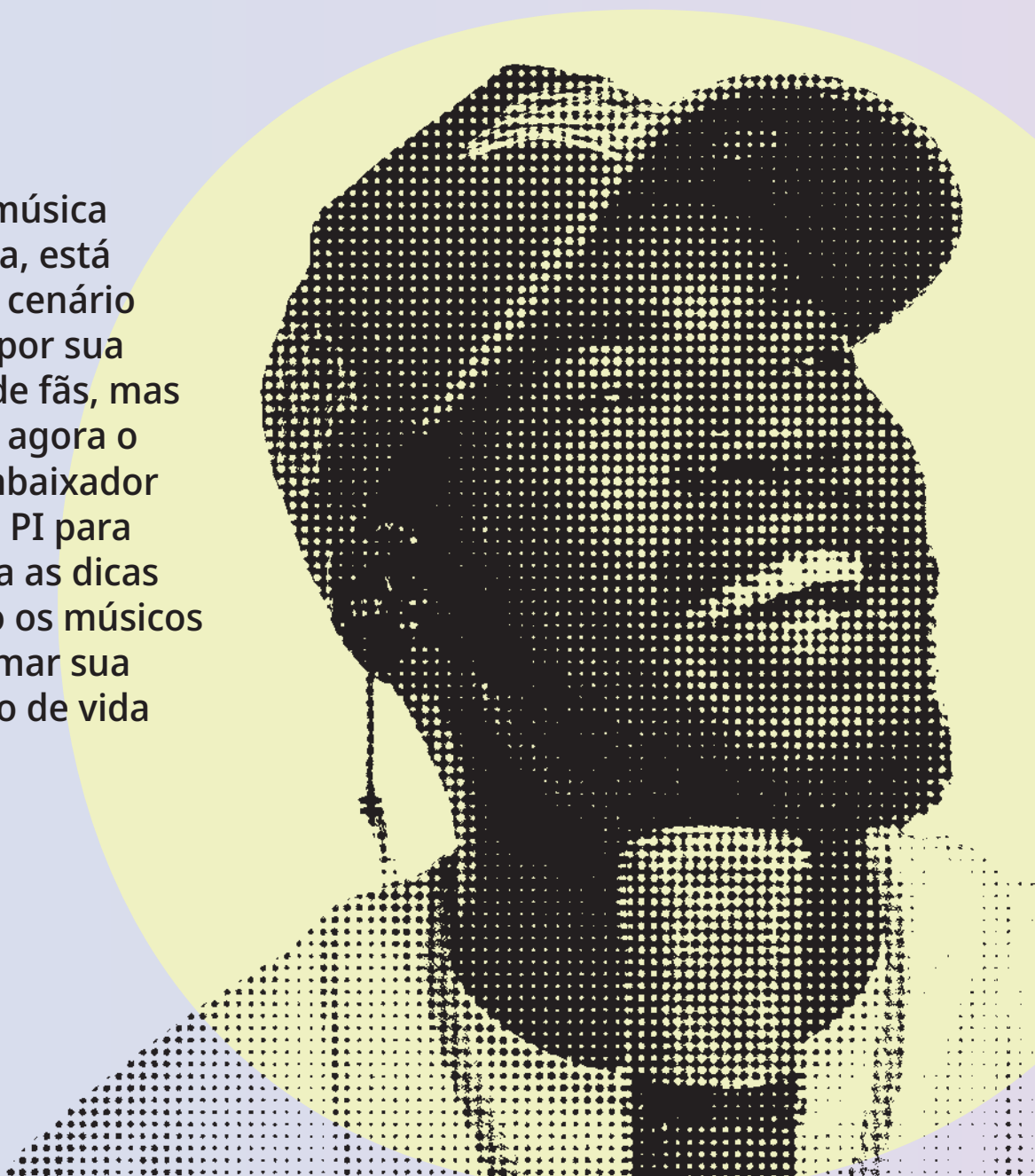
O produtor saudita Ahmed Alsallal usa a música para promover a propriedade intelectual

V'ghn:

Príncipe da música soca em Granada e o mais novo Embaixador da Juventude da PI para a OMPI

| Academia da OMPI

V'ghn, astro da música soca em Granada, está em ascensão no cenário mundial não só por sua crescente base de fãs, mas também por ser agora o mais recente Embaixador da Juventude da PI para a OMPI. Conheça as dicas dele sobre como os músicos podem transformar sua arte em um meio de vida duradouro.





Granada abriga uma cena musical vibrante, com artistas de jazz, reggae, dancehall e música soca presentes no cenário mundial. Com 28 anos de idade, Jevaughn John, mais conhecido por V'ghn, é músico, compositor e produtor de soca. Ele tem um público mundial de quase 100.000 ouvintes no Spotify e assinou recentemente um contrato com a Virgin Records. V'ghn compartilha aqui as principais lições que aprendeu crescendo dentro da indústria da música.

Quando criança, Jevaughn John passava as tardes dançando na Spices Dance Company em Gouyave, Granada, e à noite ouvia o pai tocar violão. Durante seis anos, foi se construindo como artista e começou a fazer música aos 11 anos, como integrante de uma dupla de soca.

Tinha 16 anos quando ganhou reconhecimento como artista solo no concurso Soca Monarch Nacional 2013, em Granada. Seis anos depois, venceu o concurso Soca Monarch Internacional, em Trindade e Tobago, tornando-se o primeiro músico granadino a ficar entre os três primeiros colocados. Sua faixa "Trouble in the Morning" venceu na categoria "groovy".

Nesse mesmo ano, V'ghn foi nomeado embaixador cultural de Granada e de Carriacou e Petite Martinique, em reconhecimento por sua contribuição,

em tão jovem idade, para a indústria musical do país. Em abril de 2025, tornou-se o mais recente Embaixador da Juventude da PI para a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI).

"Estou orgulhoso em ser um Embaixador da Juventude da PI para a OMPI em Granada", disse V'ghn ao receber a notícia. "Quero representar aquilo que minha indústria pode oferecer e servir de exemplo para jovens artistas como eu."

V'ghn sempre produziu e distribuiu ele mesmo a sua música. Em 2025, porém, assinou um contrato de 10 faixas com a EGA Distro Ltd, uma gravadora do grupo Virgin Records com sede em Londres. Antes de assinar o contrato, mergulhou de cara no universo da propriedade intelectual (PI), tentando aprender o máximo possível. Negociou um contrato de 10 faixas a fim de conservar as gravações master e continuar sendo um artista independente.

"A indústria pode ser implacável e por esse motivo, a coisa mais importante que os artistas podem fazer é protegerem-se e instruírem-se sobre seus direitos, que incluem a PI deles", V'ghn explica. "No ramo da música, não existe aposentadoria, e os artistas devem lembrar-se de que às vezes o aspecto comercial é bem mais importante do que gravar em estúdio."

Como para a maioria dos artistas, 60% da renda dele provém dos shows, enquanto o streaming representa apenas 15%. V'ghn está também fazendo parcerias com marcas para promover produtos entre seu público, e graças a essa experiência, ficou conhecendo outro aspecto da PI.

"A PI para artistas como eu não deve se resumir apenas aos direitos de autor," afirma. As marcas são também importantes. "É por meio da gestão de marca e do aspecto comercial do meu trabalho que consigo imaginar um futuro sustentável como músico."

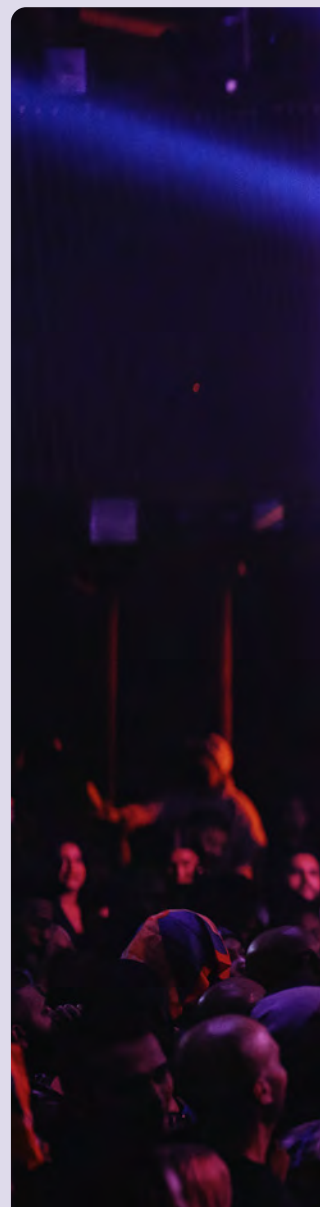
Como compositor, o que mais importa para ele é ser creditado por seu trabalho. "Compus músicas para amigos do ramo, como Nadia Batson, Blaxx, Skinny Fabulous e Konshens, para citar apenas alguns. Às vezes são eles que pedem que eu escreva uma música; outras vezes, eu simplesmente apresento uma música minha que, para mim, ficaria melhor na voz deles. Não costumo pedir remuneração pelas letras, basta que citem meu nome como sendo o autor."

V'ghn é filiado à Eastern Caribbean Collective Organization for Music Rights (ECCO) Inc., e conta com o apoio dessa OGC para a gestão de seus direitos de autor na região.

"Não dá para fazer shows eternamente, mas sua música vai ser tocada para sempre via streaming. Portanto, como artistas, é importante garantirmos que nossa PI esteja protegida pelos direitos de autor e esteja sendo administrada, porque isso não só é vantajoso para nós mesmos, como também oferece a nossos descendentes a oportunidade de ter uma vida boa." **M**



A PI para artistas como eu não deve se resumir apenas aos direitos de autor. As marcas são também importantes.



“É por meio da gestão de marca e do aspecto comercial do meu trabalho que consigo imaginar um futuro sustentável como músico.”



IFPI analisa uma década de transformação digital na indústria da música

| Lauri Rechardt, diretor jurídico da IFPI



Dados da Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI) revelam que o valor do setor global de música gravada mais que dobrou desde 2014, passando de US\$ 14 bilhões para US\$ 29,6 bilhões, e que as plataformas de streaming respondem hoje por 69% da receita total. Esse crescimento contínuo pode ser atribuído à inovação e ao licenciamento de novos serviços de música pelos titulares de direitos e à descoberta de talentos em regiões que já foram as mais atingidas pela pirataria. América Latina, África Subsaariana, Oriente Médio e Norte da África são agora os mercados de música gravada que mais crescem.

Os dados e tendências mais recentes mostram que o potencial de crescimento contínuo permanece, mas a IFPI enfatiza que o respeito às estruturas de direitos de autor e o investimento em artistas continuam sendo essenciais. Gastos com A&R (artistas e repertório) e marketing atingiram o recorde histórico de US\$ 8,1 bilhões já em 2023, em meio a desafios sem precedentes aos direitos de autor impostos pelas empresas de inteligência artificial (IA).

Dos CDs ao streaming: a mudança nas fontes de receita

Em 2015, escrevi um artigo para a Revista da OMPI sobre o panorama do setor musical, abordando as oportunidades e os desafios para os direitos de autor e o crescimento futuro. Naquele momento, a IFPI acabara de publicar dados sobre a receita global para 2014 que mostravam que o setor de música gravada valia US\$ 14 bilhões, sendo as vendas de CDs a principal fonte de receita. O Spotify tinha 15 milhões de assinantes – eram 263 milhões em 2024 – e um dos maiores obstáculos ao crescimento era a distorção do mercado provocada pelas plataformas de compartilhamento de conteúdo online que distribuíam música sem licença e, ao mesmo tempo, alegavam estar resguardados pelos privilégios das disposições de “isenção de responsabilidade”.

Dez anos depois, em 2025, o Global Music Report da IFPI traz os dados mais recentes. Em 2024, o setor alcançou a marca de US\$ 29,6 bilhões, com 69% da receita proveniente dos direitos de streaming. Havia mais de 750 milhões de assinantes pagos em serviços de streaming em todo o mundo e, com exceção de umas poucas ainda reticentes, as principais plataformas de compartilhamento de conteúdo e redes sociais negociaram licenças para uso de música. É justo dizer que a intensidade e o ritmo da transformação e crescimento do setor superaram até as previsões mais otimistas.

Os três principais fatores por trás do crescimento global do setor musical

(1) Produtos físicos e licenças de execução

Embora os serviços de streaming pagos sejam o principal motor do crescimento do mercado, os produtos físicos não desapareceram. Pelo contrário, as vendas de discos de vinil estão em trajetória contínua de alta. As organizações de gestão

coletiva (OGCs) também vêm aumentando a receita proveniente da radiodifusão e do licenciamento de execução. Dessa forma, embora as plataformas de streaming digital respondam pela maior parte da receita do setor, outros produtos também estão crescendo e contribuindo para a tendência geral.

(2) Expansão global e desenvolvimento de artistas locais

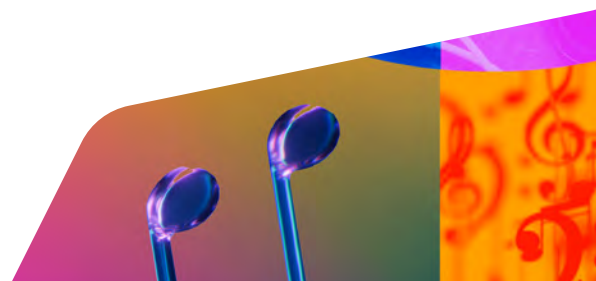
O setor vem crescendo em todo o mundo e em todas as regiões. Os 10 principais mercados agora incluem China, República da Coreia, Brasil e México, e as regiões que mais cresceram em 2024 foram Oriente Médio e Norte da África, América Latina e África Subsaariana. Além disso, de acordo com um recente artigo sobre “glocalização”, a maioria dos países do estudo registrou “um aumento absoluto e relativo na participação doméstica de seus 10 principais artistas e músicas em 2022”. Na IFPI, observamos evidências dessa tendência nas paradas das 10 faixas mais ouvidas em cada mercado.

Os dados demonstram a importância tanto do investimento em talentos locais para garantir o crescimento contínuo como da previsibilidade e harmonização de marcos mundiais de direitos de autor que respaldem esse investimento. Nunca é demais enfatizar a importância do Tratado da OMPI sobre Direitos de Autor e do Tratado da OMPI sobre Interpretações ou Execuções e Fonogramas como alicerces do sistema global de direitos de autor e facilitadores do crescimento da música local e de outras indústrias criativas.

(3) Crescimento equitativo em todos os elos da cadeia de valor da música

Todos os grupos – compositores, editores, artistas, gravadoras e distribuidores – da cadeia de valor da música foram beneficiados. No Reino Unido, o Instituto de Propriedade Intelectual (IPO) e a Autoridade de Concorrência e Mercados (CMA), em seus respectivos estudos sobre os ganhos de criadores de música na era digital, relataram que artistas e compositores estavam recebendo uma parcela maior da crescente receita de vendas do setor, enquanto os serviços de streaming licenciados proporcionavam aos consumidores um valor sem precedentes.

A IFPI observou a mesma tendência em âmbito mundial. Em 2023, as gravadoras pagaram 34,8% de sua receita aos artistas. Os pagamentos cresceram 107% entre 2016 e 2023. Compositores e editores também se beneficiaram: a receita que obtiveram com streaming em 2023 foi mais que o dobro da proveniente das vendas de CDs em 2001, ano em que as vendas físicas atingiram o pico.



US\$ 8,1 bilhões em desenvolvimento de artistas: o desafio de se fazer ouvir no meio digital

Também é verdade que, embora os artistas de hoje tenham mais opções e oportunidades do que antes para produzir e distribuir suas músicas, com a “democratização” da produção musical e a concorrência global nunca foi tão difícil para os artistas alcançarem os fãs.

Mais de 100 milhões de músicas estão disponíveis em serviços de streaming e mais de 100 mil novas gravações são carregadas todos os dias, de acordo com a Luminate (plataforma que fornece dados e análises sobre o mercado de entretenimento, anteriormente conhecida como MRC Data e Nielsen Music). É por isso que as gravadoras continuam a desempenhar um papel fundamental no ecossistema da música: sua ampla experiência em encontrar, promover e desenvolver talentos pode ajudar os artistas a vencer a disputa cada vez mais acirrada pela atenção dos fãs.

Uma constante durante a rápida evolução do setor e as mudanças significativas em seu ambiente operacional são a importância fundamental do talento artístico e a crença e o investimento das gravadoras nos artistas e suas músicas.

De acordo com a edição de 2025 do Global Music Report da IFPI, o investimento dos selos em A&R e marketing atingiu o maior valor da história em 2023: US\$ 8,1 bilhões. Esses investimentos são essenciais porque investir em um artista ainda é extremamente arriscado. Só um ou dois em cada 10 artistas se tornam sucessos comerciais. Esses investimentos também beneficiam outros atores do setor, como compositores, editores e provedores de serviços digitais.

Nesse contexto, a proteção dos direitos de autor ainda é uma pré-condição essencial para as gravadoras fazerem investimentos arriscados em artistas e sua música. Sem os direitos exclusivos conferidos pelos direitos de autor, as gravadoras não conseguiriam negociar termos comerciais justos para o uso de suas gravações – termos esses que são necessários para garantir a criação de novas músicas e o investimento em novos artistas.

Esse princípio fundamental dos direitos de autor é igualmente relevante no contexto da IA generativa.

O crescimento futuro não é garantido; é preciso investimento, crença na arte humana e um marco robusto de direitos de autor.



A proteção dos direitos de autor ainda é uma precondição essencial para as gravadoras fazerem investimentos arriscados em artistas e sua música.



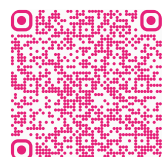
O futuro do setor musical: streaming, direitos de autor e IA

O que os próximos dez anos reservam para a indústria global de música gravada? Uma das coisas mais entusiasmantes do nosso setor é que simplesmente não sabemos quais futuras tendências musicais, gêneros e talentos artísticos cairão nas graças dos fãs – há sempre algo novo e inesperado.

O que é evidente, porém, é que a indústria fonográfica de hoje abraça a mudança e está ativamente empenhada em impulsionar a inovação. Isso significa crescimento contínuo em mercados novos e emergentes, levando a um maior desenvolvimento de artistas e oportunidades de se destacar globalmente.

A tecnologia continuará a ser uma aliada essencial das gravadoras em seus esforços para encontrar maneiras de aprofundar as conexões entre artistas e fãs. Quanto à IA, existe um caminho positivo a seguir: garantir que a música seja licenciada em termos justos para serviços de IA generativa com base nos princípios da autorização e da transparência. Precisamos que os governos reconheçam e apoiem esse modelo.

Talvez, paradoxalmente, o promissor futuro da música se baseie no mesmo pilar que sustentou os últimos 10 anos de sua evolução: o respeito ao marco mundial de direitos de autor. **M**



Este artigo é uma versão resumida do original. Leia mais sobre a visão do autor em relação à evolução atual da IA no site da Revista da OMPI.

Domiciliado em Londres, **Lauri Rechardt** é diretor jurídico da IFPI. Antes de ingressar na IFPI, foi diretor da Gramex, organização finlandesa de gestão coletiva dos direitos dos artistas intérpretes ou executantes e dos produtores fonográficos, e sócio da Procopé & Hornborg, importante escritório de advocacia finlandês. Também é conhecido por ter velejado nos Jogos Olímpicos de 1988.



Merchandising musical: A solução estratégica para músicos que desejam construir e fortalecer sua marca

| James Nurton, escritor independente

Como artistas como Taylor Swift e Rihanna constroem impérios de PI bilionários que vão muito além da música, ao mesmo tempo que lutam para proteger suas marcas e equilibrar o controle criativo com o sucesso comercial.



Nada se compara a ver uma apresentação ao vivo de nossos músicos favoritos – e parece que cada vez mais pessoas querem ter essa experiência. A recente turnê “The Eras Tour”, de Taylor Swift, foi a mais lucrativa da história, com um público total de mais de 10 milhões de espectadores e uma bilheteria de mais de US\$ 2 bilhões. Enquanto isso, após 15 anos de separação, a banda de rock britânica Oasis anunciou recentemente que realizará uma série de shows em julho e agosto de 2025. Os ingressos se esgotaram em questão de minutos.

A popularidade dos eventos ao vivo mostra como os fãs valorizam a conexão com seus músicos e bandas favoritos. Para muitos fãs, comprar suvenires e produtos oficiais é uma forma de continuar esse relacionamento e criar um vínculo com seus heróis.

Por conta dos retornos limitados obtidos com as vendas de discos e serviços de streaming, os artigos de merchandising vêm desempenhando um papel cada vez mais importante para as estrelas da atualidade. De acordo com um relatório recente da MIDiA, o mercado global de merchandising alcançará US\$ 16,3 bilhões em 2030.

“Com o merchandising, os músicos podem maximizar os benefícios de seus direitos de PI, diversificando suas receitas e expandindo sua marca, além de criar mais maneiras de se conectar com os fãs”, diz Hayleigh Boshier, professora adjunta de direito de propriedade intelectual na Brunel University de Londres, no Reino Unido.

Ocorre, porém, que uma estratégia de merchandising exitosa exige uma gestão cuidadosa dos direitos de PI, como marcas e desenhos industriais, e a negociação de licenças e contratos com terceiros.

É essencial que os músicos assegurem o controle dos direitos sobre seus nomes e da propriedade intelectual associada.

Merchandising no hip-hop: uma revolução na gestão de marca

Quem já foi a algum show ou loja de discos a partir da década de 1960 conhece bem a variedade de produtos à venda para fãs de artistas e bandas, de camisetas e cartazes a chaveiros e brinquedos.

Em alguns gêneros musicais, no entanto, o merchandising sempre teve uma contribuição mais significativa. Kevin Greene, professor da Southwestern Law School, em Los Angeles, Califórnia, destaca que, na década de 1980, os artigos de merchandising passaram a adquirir uma importância ainda maior para os artistas de hip-hop.

Greene, que recentemente publicou um artigo intitulado “Fim dos direitos de autor? A ascensão das marcas e dos direitos de publicidade na indústria da música hip-hop”, diz à Revista da OMPI: “Para muitas comunidades marginalizadas, a indústria musical era injusta, excludente e corrompida. Mas o hip-hop trouxe consigo o espírito de luta da periferia”.

O docente argumenta que, historicamente, a PI discriminava os criadores musicais afro-americanos em benefício das grandes multinacionais: técnicas como a do sampling – que consiste em reutilizar uma porção (sample) de um som já gravado em uma nova gravação – eram

condenadas e o sistema de direitos de autor não reconhecia adequadamente as obras criadas por afro-americanos. Segundo Greene, a situação começou a mudar quando, em 1986, a banda de hip-hop RunDMC “chegou chutando a porta” ao se tornar a primeira banda a firmar uma parceria com uma grande marca esportiva, lançando a canção “My Adidas”.

A estratégia da Run DMC foi seguida por outros artistas como Drake e Travis Scott (ambos com a Nike), Jay-Z (Puma) e Cardi B (Reebok). Hoje, diz Greene, “ter um contrato com uma marca logo de cara é quase que obrigatório”.

Marcas de roupa de celebridades e colaborações no universo da moda

Alguns músicos chegam a criar suas próprias marcas de moda ou trabalham com grifes de luxo na criação das peças. Rihanna lançou sua marca de produtos de beleza Fenty Beauty em 2017 e liderou a marca de moda Fenty (pertencente ao grupo LVMH) de 2019 a 2021. Em 2014, a artista também iniciou uma parceria com a Puma, assinando a linha de produtos Fenty X Puma. Segundo estimativas, Rihanna tem uma fortuna de cerca de US\$ 1,4 bilhão, derivada em grande parte da Fenty Beauty e de seus outros empreendimentos comerciais.

O músico estadunidense Pharrell Williams atualmente é diretor criativo da linha masculina da grife Louis Vuitton. Em janeiro de 2025, Williams e o DJ e estilista japonês Nigo apresentaram uma coleção de streetwear masculino na Semana de Moda de Paris que foi aclamada pela crítica.

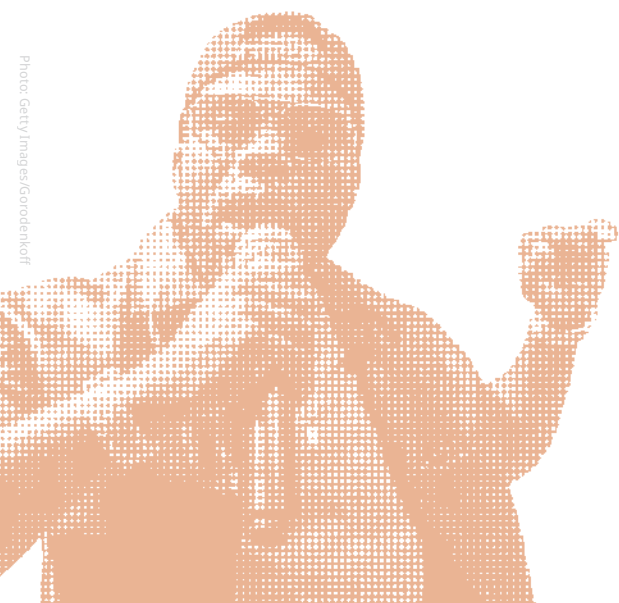
E o dinheiro não está só na indústria da moda. A rapper Megan Thee Stallion, por exemplo, tem contratos com a Nike, Revlon, Cash App e Popeyes. Em 2014, o lendário artista e produtor Dr. Dre vendeu sua empresa de fones de ouvido Beats by Dre para a Apple por US\$ 3 bilhões.

Como os artistas podem proteger suas marcas por meio do registro

Embora estratégias exitosas de merchandising sejam extremamente recompensadoras, principalmente para músicos consolidados com uma ampla base de fãs, vários obstáculos precisam ser superados.

Em primeiro lugar, é fundamental que os músicos assegurem o controle dos direitos sobre seus nomes e da propriedade intelectual associada, como logotipos e imagens. No K-pop, por exemplo, já houve uma série de litígios entre agentes e cantores e bandas (incluindo o rapper G-Dragon e o grupo iKON) em torno da titularidade dos direitos de uso de nome.

Uma das decisões mais importantes que os músicos precisam tomar é se desenvolverão sua própria marca, garantindo total controle e liberdade criativa, ou trabalharão com um licenciado.



Instalação artística temporária criada pela banda RUN DMC em parceria com a Adidas Originals em Nova York, em comemoração aos 40 anos do lendário grupo de hip-hop, agosto de 2023.



Em geral, essas controvérsias surgem quando integrantes da banda entram ou saem do grupo. Os ex-integrantes da The Rubettes, banda britânica que fez sucesso nos anos 1970 com a canção “Sugar Baby Love”, se viram envolvidos em uma batalha judicial após um deles tentar registrar a marca “Rubettes” no Reino Unido e na União Europeia. No fim, o pedido de registro da marca no Reino Unido foi invalidado por decisão do Tribunal Superior, enquanto o registro da marca na União Europeia foi cancelado. O segundo ponto importante é garantir que os registros de marca abarquem todos os produtos e serviços necessários em todas as jurisdições relevantes. O Sistema de Madri, que atualmente abrange 130 países, pode ser uma ferramenta inestimável. Os pedidos de registro de marca também devem abranger eventuais produtos planejados para o futuro, levando em conta os períodos de graça para demonstrar o uso da marca.

Em terceiro lugar, outros direitos de PI, como desenhos industriais registrados e o direito de publicidade (nas jurisdições que o adotam), podem ser relevantes. Os direitos sobre desenhos industriais desempenham um papel essencial em setores como o de moda e moveleiro.

No entanto, por serem figuras de grande visibilidade pública, os músicos precisam estar particularmente atentos aos requisitos de novidade e ao risco de terem seus desenhos invalidados por divulgações prematuras.

Esse risco foi evidenciado em um caso recente julgado pelo Tribunal Geral da União Europeia (Caso T-647/22), envolvendo um desenho comunitário registrado (DCR) de uma coleção de calçados da Puma, que foi a autora da ação. O DCR é um direito unitário de desenho industrial que confere proteção em todo o território da União Europeia. Em maio de 2025, todos os desenhos comunitários passaram a se chamar desenhos da União Europeia (DUE), após alterações no Regulamento da UE sobre Desenhos (EUDR).

No caso Puma contra Forever 21, o tribunal manteve a decisão de que o desenho do produto carecia de caráter individual, uma vez que Rihanna havia divulgado fotos do calçado em seu perfil no Instagram e em outras plataformas em dezembro de 2014.

A corte assentou que, como Rihanna era uma estrela pop mundialmente famosa em dezembro de 2014 (mais de 18 meses antes do depósito do pedido

de DCR), seus fãs e especialistas do setor de moda já haviam desenvolvido um interesse particular pelos calçados que a cantora usava no dia em que assinou o contrato com a Puma. “Nesse sentido, é perfeitamente razoável considerar que uma parcela não insignificante das pessoas interessadas na música ou na pessoa de Rihanna, incluindo sua vestimenta, em dezembro de 2014 observaram atentamente as fotos em questão para, a partir delas, discernir a aparência dos calçados usados pela artista, reconhecendo assim as características do desenho anterior”, escreveu o relator na decisão.

A Puma recorreu da decisão, mas o Tribunal de Justiça da União Europeia negou a admissibilidade do recurso (Caso C 355/24 P), o que significa que a decisão é definitiva.

Construir a própria marca ou promover outras marcas: um dos dilemas dos músicos

No complexo mundo da gestão e proteção dos direitos de PI, uma das decisões mais importantes que os músicos precisam tomar é se desenvolverão sua própria marca, garantindo total controle e liberdade



Embora o merchandising ofereça enormes benefícios, também existem alguns riscos, entre os quais o de litígio.

criativa, ou trabalharão com um licenciado, o que pode reduzir os custos iniciais mas, ao mesmo tempo, significa menos controle e uma participação menor nas receitas.

Seja qual for a abordagem adotada, diz a professora Boshier, “os artistas devem garantir que recebam uma parcela justa da receita gerada pela venda de seus artigos de merchandising. Já vimos casos em que, por conta de taxas de comissão abusivas, a casa de show ganhou mais com os produtos vendidos no evento do que os próprios artistas”.

Aplicação dos direitos de marca a produtos não oficiais

Embora o merchandising ofereça enormes benefícios, também existem alguns riscos significativos, entre os quais o de litígio. Ao lançar qualquer programa de merchandising, é fundamental assegurar o respeito aos direitos de propriedade intelectual de terceiros. Esse ponto torna-se ainda mais relevante quando o artista decide explorar novas linhas de produtos em mercados onde já existem marcas consolidadas.

Em alguns casos, os músicos também precisam recorrer à Justiça para fazer valer seus direitos. Em 2013, Rihanna processou a varejista de moda britânica Top Shop por comercializar camisetas com a sua foto. O Tribunal de Recursos manteve a decisão de primeira instância que reconheceu a existência de contrafação, já que alguns membros do público relevante poderiam pensar que as camisetas eram aprovadas pela cantora.

Em 2016, a Run DMC moveu uma ação contra a Walmart, a Amazon e

outros varejistas nos Estados Unidos, alegando que essas empresas estavam comercializando, sem autorização, produtos com o nome da banda. O grupo pleiteou uma indenização de US\$ 50 milhões. O rapper RZA, da banda Wu-Tang Clan, também teria processado marketplaces online pela venda de produtos piratas.

Parcerias com celebridades que deram errado

Em alguns casos, a superexposição ou comportamentos ultrajantes podem ser prejudiciais e resultar no rompimento de parcerias comerciais.

Um caso que exemplifica os perigos da superexposição é o do rapper MC Hammer. “No início da década de 1990, o artista estava em todos os lugares”, afirma o professor Greene. Nesse período, MC Hammer era garoto propaganda da Taco Bell, Pepsi e KFC e estrelava o programa de desenho animado “Hammerman”. Pouco tempo depois, porém, o rapper começou a perder credibilidade e ser ridicularizado. “O que acabou com ele foi o excesso de exposição (e de gastos)”, escreve o professor Greene.

Já em relação a comportamentos negativos, Greene descreve a experiência de Kanye West como “um caso que serve de alerta”. A Adidas encerrou sua parceria de 10 anos com o rapper americano e retirou todos os calçados Yeezy do mercado depois que West fez comentários antissemitas. Travis Scott é outro rapper que perdeu contratos milionários depois que 10 pessoas morreram em um de seus shows em 2021.

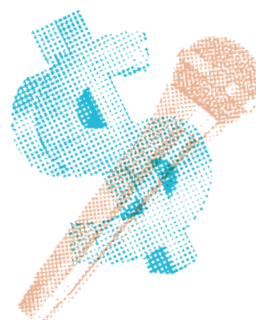
Equilíbrio entre arte e comércio

O crescimento do merchandising musical pode incomodar os puristas do rock’n’roll, e astros da música como Prince são conhecidos por nunca terem feito acordos comerciais. Mas em uma indústria onde as carreiras podem ser curtas e terminar abruptamente, o merchandising pode ser uma estratégia poderosa e lucrativa.

Como observa o professor Greene, na atual cultura das celebridades, “as superestrelas musicais também são influenciadoras digitais e suas marcas dependem de direitos de marca e dos direitos de autor”.

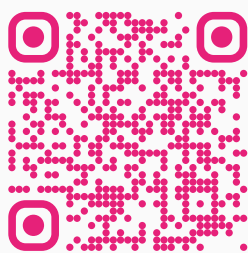
Em um mundo ideal, diz Boshier, os músicos conseguiriam viver apenas do seu trabalho, enquanto o merchandising seria mais uma forma de fortalecer a conexão com os fãs do que uma estratégia de diversificação de receita. Essa, no entanto, não é a realidade hoje.

“Uma estratégia de merchandising cuidadosamente elaborada pode ser uma excelente maneira de aprofundar a conexão dos fãs com a música que eles tanto amam”, diz a docente. “Além disso, é uma ótima maneira de os fãs apoiarem seus artistas preferidos, desde que a receita da venda dos produtos vá efetivamente para os artistas, o que infelizmente nem sempre acontece.” **M**



Onde a música encontra a propriedade intelectual.

A página dedicada da Revista da OMPI apresenta as estratégias de negócios, precedentes legais e mudanças tecnológicas que vêm transformando a indústria musical online.



Foco | Música



Foto: Getty Images/Anton Vierende

WIPO

Niclas Molinder:

Os criadores de música precisam rever seus conceitos sobre metadados e PI

“



O produtor musical sueco Niclas Molinder pede que os criadores cuidem melhor de seus metadados para que a indústria criativa possa cuidar melhor deles.

Niclas Molinder construiu sua carreira defendendo os direitos dos criadores. Ele colaborou com nomes importantes do setor, como Björn Ulvaeus, do ABBA, com quem fundou a ferramenta de colaboração e dados Session Studio, em parceria com o renomado produtor Max Martin. A plataforma ajuda os criadores a documentar dados fundamentais necessários para a correta efetivação de créditos e pagamentos de royalties. Um dos precursores da CLIP (Creators Learn Intellectual Property), Molinder é uma importante voz na defesa dos direitos musicais e da educação de artistas no mundo inteiro. Em conversa com a Revista da OMPI, ele faz um apelo para que os criadores musicais tomem medidas proativas para garantir sua justa remuneração.

— Como surgiu sua paixão pelos direitos musicais?

No início eu não tinha a menor intenção de me envolver com direitos musicais. Sou compositor e produtor há mais de 20 anos, e meu foco sempre foi criar música. Teve uma época, porém, que eu e meu sócio passamos a receber muitos pedidos de músicas e produções novas e não conseguíamos atender à demanda. Para gerenciar a situação, lançamos uma editora e um selo, transformando nossas operações em uma produtora completa. Pela primeira vez, eu estava do outro

lado da mesa, representando outros criadores. Era necessário garantir que todos os registros estavam corretos. Foi quando finalmente entendi a complexidade dos metadados e seu papel essencial no ciclo vital de uma música. Percebi, também, uma coisa fundamental: a palavra “música”, que usamos tão livremente, não é um conceito jurídico. Trata-se da combinação de uma obra musical com uma gravação sonora. Ficou claro que a gestão de metadados e direitos é essencial para garantir que todos os envolvidos na criação de uma música recebam o crédito e o pagamento adequados. Isso abriu meus olhos.

— Você mencionou o outro lado da mesa. Alguns artistas sentem que estão sentados do lado errado. Ao mesmo tempo, o Spotify alega ter pago US\$ 10 bilhões em royalties em 2024. O que está acontecendo?

Em primeiro lugar, acho que o problema é a falta de conhecimento e informação. Em vez de procurar soluções, na maioria das vezes optamos por culpar os outros. Realmente não acredito que alguma empresa ou organização esteja deliberadamente tentando afastar os criadores do lucro financeiro. O desafio é o sistema propriamente dito. Ele é complexo e, sem os dados corretos, a remuneração pode atrasar ou nem acontecer.

— E o outro lado?

Falando como criador, sei que não mantemos registros de nossas colaborações e contribuições em obras musicais e gravações sonoras. Como esperar que os demais participantes do setor – editores, administradores, selos, serviços de streaming e organizações de gestão coletiva (OGCs) – façam isso por nós? O pagamento de direitos de propriedade intelectual e royalties exige que todos conheçam igualmente quem participou da obra e como deve ser feita a divisão da receita.

No fim das contas, o problema se resume a transparência e comunicação. Gostaria de enfatizar para editores, selos, administradores, OGCs e todos da indústria musical a necessidade de reunir metadados de alta qualidade desde o início do processo criativo. Se conseguirmos estabelecer isso desde logo, poderemos definir vínculos seguros entre identificadores, e o dinheiro fluirá mais rápido e com mais precisão pelo sistema. Todos saem ganhando com isso.

— Então, como criador de música, o que posso fazer?

Temos que pensar como em qualquer outra profissão. Se você trabalha em um restaurante, por exemplo, precisa dar ao seu empregador três



Foto: Knut Kowstio

dados essenciais para ser remunerado: CPF, dados bancários e o registro de horas trabalhadas.

Os criadores de música devem fazer o mesmo. Ao terminarem de compor uma música, devem informar seus identificadores IPI, IPN e ISNI, definir as partilhas e assegurar que todas as pessoas envolvidas tenham as mesmas informações. Isso não é tarefa apenas dos criadores, mas de todo o setor musical. Antes de discutirmos melhorias na parte operacional, porém, os criadores precisam rever seus conceitos e reconhecer a importância dos metadados como um vínculo essencial com suas obras.

E isso pode ser feito com papel e caneta. Precisamos fazer isso. O mais importante é adotar a mentalidade certa e agir.

— **Digamos que eu tenha todas essas informações. Como ter certeza de que elas estarão disponíveis para a indústria global?**

Minha sugestão é usar ferramentas de criadores compatíveis com o padrão DDEX-RIN.

O verdadeiro desafio é que o processo geralmente é muito complicado para os criadores de música. Por isso é fundamental que as empresas do setor musical adotem padrões e soluções existentes, como o Connex, que garantem que todos os metadados sejam precisos e conferidos antes do lançamento de uma música.

— **Poderia dar um exemplo?**

Digamos que você seja compositor. Antes de lançar sua música, você precisa discutir e definir como será dividida a obra musical. Essa conversa geralmente é desconfortável e pode criar um clima ruim. Mas evitá-la pode resultar em problemas maiores.

Se a divisão não for documentada, a indústria poderá reconhecê-lo como compositor mas não saberá como distribuir a remuneração. Com isso, o dinheiro fica retido até que a questão seja resolvida. Muitos compositores reclamam de atraso nos pagamentos, mas a verdade é que esse problema poderia ser facilmente evitado com um simples contrato no início, ao qual todos os compositores, editores e OGCs têm acesso.

— **É isso que chamam de caixa preta do dinheiro que fica parado porque não se consegue achar os criadores?**

Sim, embora, às vezes, o dinheiro finalmente encontre seu destinatário de direito. OGCs, editoras e outras organizações do setor se esforçam para distribuir os royalties da forma mais precisa possível. No entanto, também precisamos lidar com os enormes custos administrativos e atrasos causados por dados incompletos ou incorretos. Sem os metadados necessários, a OGC ou editora precisa procurá-los manualmente, o que é um processo demorado e custoso. Os criadores precisam se envolver na administração de suas próprias obras. Quanto mais precisos forem os dados informados logo de início, menos recursos serão desperdiçados depois para procurar as informações que faltam.

— **Você enxerga uma solução?**

A indústria precisa mudar radicalmente de mentalidade. A precisão dos metadados deve começar na fonte, durante a criação, e não após o lançamento da música, quando as correções serão mais demoradas. O setor também precisa se empenhar mais na disseminação do conhecimento. Participo de vários congressos e eventos da indústria musical, e a disseminação do

conhecimento é sempre um assunto que desperta atenção. As pessoas sempre dizem: “Precisamos de criadores mais informados”.

— **Informação é algo que você fornece.**

Exatamente. Com a CLIP, conseguimos um feito inédito: criamos uma plataforma educativa gratuita, disponível em sete idiomas. E o mais importante: todo o conteúdo é aprovado por toda a indústria musical. Nosso conselho consultivo é composto pelas principais entidades do setor, algo que nunca aconteceu em uma iniciativa educativa como essa. Evidentemente, levará tempo até que a CLIP seja integralmente adotada no mundo inteiro, mas precisamos que pessoas de todo o setor musical se envolvam e nos apoiem.

Para todos que participam da indústria musical: juntem-se a nós. É gratuito. Não é feita qualquer cobrança, seja em dólar, euro ou outra moeda. Nosso único pedido é que vocês nos ajudem a alcançar criadores de todas as partes do mundo. **M**



Poundo Gomis se apresenta no lançamento da CLIP, a plataforma da OMPI que Niclas Molinder ajudou a criar.

Esta entrevista é uma combinação resumida de duas conversas conduzidas por Nora Manthey, editora da Revista da OMPI.

NOS TRIBUNAIS

Como um veterano de Bollywood estabeleceu um precedente judicial

| Dipak G. Parmar, advogado especializado em propriedade intelectual, Índia

O cantor Arijit Singh, intérprete de várias canções de filmes indianos, é o artista mais seguido no Spotify. Quando sua voz foi clonada, a ação judicial resultante evidenciou a crescente preocupação com IA, PI e direitos da personalidade.



Em Bollywood, os cantores mais famosos não aparecem na tela: são aqueles que dão voz às músicas dubladas pelos atores. Arijit Singh é um dos poucos que saíram dos bastidores e ganharam os holofotes.

Em junho de 2025, Singh era o artista mais seguido no Spotify, com 155,8 milhões de ouvintes – superando os 139 milhões de fãs de Taylor Swift. Enquanto Taylor aparece entre os dez artistas mais tocados, Singh ocupa o 59º lugar. A popularidade de Singh como artista solo, porém, teve uma consequência preocupante: empresas estão usando inteligência artificial (IA) para replicar sua voz.

Em 2024, Singh saiu vencedor em uma ação judicial que estabeleceu um marco e provavelmente criou um importante precedente judicial para o tema dos direitos da personalidade na era da IA. O caso Arijit Singh contra Codible Ventures LLP assinala a primeira sentença sobre o uso indevido de ferramentas de IA generativa, propriedade intelectual (PI) e música na Índia. O processo também evidencia a crescente tensão entre a inovação tecnológica e os direitos da personalidade à medida que a IA generativa desafia as normas tradicionais de identidade e autoria.

Como foi o caso? Singh alegou que a Codible Ventures estava usando ferramentas de IA para sintetizar gravações artificiais de sua voz, prática conhecida como clonagem de voz.

A empresa também utilizou a aparência de Singh em peças publicitárias, declarando falsamente o apoio do artista e sua presença em um evento virtual, e criou produtos com o nome e imagem do cantor sem sua autorização.

Os juízes decidiram que o nome, a voz, a imagem, a aparência, a personalidade e outras características de Singh são protegidas por direitos da personalidade e de publicidade. A decisão demonstrou especial preocupação com o potencial de exploração oferecido pela nova tecnologia.

“Surpreendeu esta Corte a forma como as celebridades, principalmente artistas como o ora requerente, estão vulneráveis a serem alvos de conteúdo de IA generativa não autorizado”, observou R.I. Chagla, desembargador do Tribunal Superior de Bombaim.

Além de proteger os direitos de um dos cantores mais amados da Índia, o julgado também serve como referência fundamental para criadores de todo o mundo que enfrentam a exploração não autorizada de suas personas artísticas na era da IA.

Precedentes judiciais da Índia sobre direitos da personalidade de celebridades

Não é a primeira vez que um tribunal indiano decide que celebridades têm o direito de proteger diferentes facetas de sua personalidade contra exploração comercial não autorizada, mesmo antes do advento da IA.

No entanto, como explicou Madhu Gadodia, advogada e sócia do escritório Naik & Co., em uma edição do Diálogo da OMPI realizada em 2024, o conceito de personalidade é relativamente novo na Índia. Ele precisou ser extraído do direito consuetudinário (*common law*), do direito de autor, do direito das marcas e até mesmo das normas do Conselho de Normas Publicitárias da Índia (ASCI). Esta última entidade protege pessoas famosas contra o uso não autorizado de sua imagem em anúncios publicitários. A restrição também se aplica à voz do artista, que pode ser tão reconhecida como sua figura.

Nas ações ajuizadas para proteger direitos da personalidade e publicidade, os requerentes devem comprovar três elementos principais: o status de celebridade, que podem ser identificados pelo uso não autorizado promovido pelo réu e que o réu deu destinação comercial ao uso não autorizado.

Bastam alguns segundos de áudio para clonar uma voz com até 95% de precisão



Essa forma de exploração tecnológica viola o direito individual de controlar e proteger a própria aparência e voz

No caso de Arijit Singh, o Tribunal Superior de Bombaim também decidiu que os atributos de personalidade do cantor, inclusive nome, voz, fotografia e aparência, eram passíveis de proteção e considerou ilegal a criação não autorizada de produtos, domínios e bens digitais.

A sentença identificou as seguintes facetas protegidas por direitos da personalidade e publicidade de Singh: voz, estilo vocal, técnica vocal, arranjos e interpretações vocais, maneirismos, forma de cantar e até mesmo sua assinatura.

Ademais, decidiu-se que o uso de ferramentas de IA para recriar a voz e a aparência de Singh, além de violar o direito exclusivo do artista de explorar comercialmente sua personalidade, poderia afetar sua carreira se empregadas para fins difamatórios ou ilícitos.

Singh conseguiu defender seus direitos da personalidade ao obter uma liminar do Tribunal Superior de Bombaim impedindo que várias entidades, incluindo plataformas de ferramentas de IA, os explorassem com fins comerciais. **M**

Este artigo é uma versão resumida do original. Leia mais sobre o caso e a clonagem de voz por IA no portal online.



O **professor (adv.) Dipak G. Parmar** é advogado especializado em propriedade intelectual, mediador, árbitro e fundador da consultoria Cyber-IPR, de Mumbai, na Índia. É membro do Conselho Consultivo do Centro de Desenvolvimento e Pesquisa de Propriedade Intelectual (CDIPR) e do Conselho de Câmaras de Comércio da União Europeia na Índia, entre outras entidades.

Os artigos "Nos tribunais" geralmente abordam ações e decisões judiciais e são divulgados periodicamente para discussão e comentários.

Direitos musicais: Como harmonizar criatividade musical e negócios



Direitos de autor sobre obras musicais

Os direitos de autor são a pedra angular da indústria musical. Eles protegem a originalidade do compositor (reconhecido como autor nas leis de direitos autorais) ao criar suas músicas e garantem a monetização das criações intelectuais na vibrante indústria criativa, que inclui entretenimento ao vivo e os setores de gravação, audiovisual, videogames, etc. Os direitos de autor são o ponto de partida da cadeia de valor da música.

Para tomar as melhores decisões como criadores, os autores precisam aprender a gerenciar suas criações intelectuais e respectivos direitos no mercado da música.



Direitos de edição musical

O autor é o ponto inicial da indústria musical. Ele pode alcançar o mercado diretamente ou por meio de uma editora musical. A editora representa o compositor autorizando a gravação da música, fazendo o licenciamento para plataformas de streaming e até mesmo aprovando produções audiovisuais – tudo isso enquanto fomenta o desenvolvimento da carreira do artista. Uma editora musical, agindo em nome do autor, assegura que o uso da música seja realizado mediante a respectiva remuneração e crédito, garantindo que os criadores sejam recompensados por sua criatividade.



Quem recebe royalties musicais?

Os royalties são pagamentos feitos a titulares de direitos pelo uso de suas músicas. Entre esses titulares estão criadores (compositores, músicos e cantores), editoras que representam autores, gravadoras (produtoras fonográficas) e qualquer outra pessoa que adquira ou obtenha o licenciamento dos direitos da música e/ou gravações, como no caso da empresa que compra o catálogo de músicas de um artista. Os royalties são pagamentos compensatórios pela exploração da música e/ou gravação. Isso pode ser feito por meio de uma licença de sincronização concedida por uma organização de gestão coletiva..

Os direitos de propriedade intelectual oferecem a estrutura para a proteção de obras musicais, gravações e execuções. Eles transformam a música em negócio, permitindo que os criadores controlem o uso de suas obras, recebam uma remuneração justa e invistam em projetos futuros. Ao compreender e aproveitar os benefícios da propriedade intelectual, o artista tem em mãos as ferramentas para desenvolver uma carreira sustentável e contribuir para a vitalidade cultural e econômica da indústria global da música.

A indústria musical é um cenário dinâmico, em constante evolução para acompanhar os avanços tecnológicos e as mudanças nas preferências do consumidor. Dos serviços de streaming às apresentações ao vivo, os direitos de propriedade intelectual são essenciais para a sobrevivência nesse ambiente complexo. Músicos e profissionais do setor precisam estar sempre a par das novidades do direito de propriedade intelectual para poderem administrar com eficácia seus ativos musicais.

Foto: Getty Images/ASMR



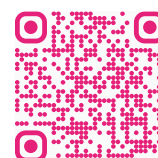
Marcas e música

Ter a titularidade dos direitos de autor sobre suas obras não é suficiente. Músicos e bandas também precisam proteger seus nomes, logotipos e marcas. A proteção conferida pelas marcas permite que o artista interaja com os fãs por meio de produtos e artigos de merchandising. À medida que a banda expande seu público, as marcas garantem exclusividade sobre o uso de nomes e logotipos.

Patentes para inovações musicais

Uma patente pode não ser a primeira coisa a vir à mente quando falamos de música, mas a verdade é que as invenções têm papel fundamental em diferentes áreas da indústria musical. Para começar, elas revolucionaram a forma como acessamos e ouvimos música, desde os tocadores de vinil até as invenções que nos permitem acessar com facilidade qualquer música pelo celular. As patentes criaram a base para avanços em invenções mais técnicas, que beneficiaram músicos e fãs de todo o mundo – da mixagem de músicas às tecnologias de aperfeiçoamento de instrumentos como a guitarra.

Para informações mais detalhadas, visite a página da OMPI dedicada à música.





Fandoms de K-pop mobilizam-se em torno da propriedade intelectual

| Ana Clara Ribeiro, advogada especializada em propriedade intelectual, Curitiba, Brasil



Seventeen posa para uma foto promocional do filme de show Seventeen Power of Love: The Movie, gravado em 2022.

Os fãs do K-pop não são apenas consumidores; são verdadeiros investigadores de PI que percorrem os bancos de dados para descobrir quais serão os próximos passos de seus ídolos. Enquanto isso, a indústria estende sua estratégia de PI para tirar partido desses fandoms altamente engajados.

Hoje, na indústria da música, fandom é tudo. “Superfan” é a nova palavra da moda, agora que os artistas e as gravadoras estão percebendo que a lealdade dos fãs pode valer bem mais que algumas músicas de sucesso.

Na República da Coreia, isso não é novidade. Por meio de streams ao vivo, reality shows e eventos exclusivos para os fãs, as empresas de K-pop vêm há muito tempo cultivando uma cultura criada para converter ouvintes ocasionais em devotos seguidores e fortalecer o elo entre fãs e ídolos (o nome dado aos artistas de K-pop, sejam estes artistas solos ou integrantes de bandas).

As gravadoras alimentam essa cultura com a ajuda de estratégias de propriedade intelectual (PI) que vão além dos direitos de autor musicais, das logomarcas registradas e dos designs das mercadorias, enquanto a indústria do K-pop em geral permanece atenta à PI que protege os ativos de fandom.

E depois, existem os próprios fãs. Com o entendimento que têm sobre questões de PI, como titularidade dos direitos de autor e das marcas, os devotos da K-pop veem-se mais preparados para descobrir os próximos lançamentos de seus ídolos e celebrar o sucesso deles. Os fãs chegam mesmo a defender os direitos de PI de seus ídolos quando detectam alguma violação.

A Hybe IPX e a JYP Three Sixty, filiais da Hybe e da JYP Entertainment respectivamente, possuem divisões dedicadas ao licenciamento de PI. Algumas empresas incluem capítulos sobre PI nos documentos de apresentação para os investidores, como é o caso do SM 3.0: Estratégia de monetização da PI da SM Entertainment. A Hybe emite declarações públicas sobre suas políticas de PI e as medidas que toma contra aqueles que violam os direitos de PI da empresa e de seus artistas.

As empresas de K-pop também publicam regras de etiqueta dos fãs, que incluem regras sobre a consciência da PI e incentivam os fãs a ajudar as empresas na identificação de violações. Em 2023, a SM Entertainment lançou o KWANGYA 119, um serviço pelo qual os fãs podem denunciar violações de PI. Segundo um dos advogados da empresa, o serviço recebe em média 400 denúncias por mês.

Litígio envolvendo a marca Borahae entre BTS Army e Lalalees

Os fãs muitas vezes notificam o titular da PI, ao mesmo tempo que procuram tirar satisfações com o autor da violação. Em 2021, o BTS Army, fã-clube oficial da boy band BTS, descobriu que a empresa de cosméticos Lalalees tinha depositado um pedido de registro de marca para a expressão “I purple you” (em coreano: “보라해”, or “borahae”). O termo “borahae” transforma em verbo a palavra “purple” (roxo ou púrpura), com o significado de “amar”, e faz parte da linguagem própria aos fãs do BTS. Quando estes souberam que a Lalalees tentava tirar proveito do termo, inundaram de comentários as redes sociais da empresa e denunciaram o problema à Hybe, empresária do BTS. A Lalalees retirou seu pedido de registro e apresentou um pedido de desculpas ao fandom.

O caso “borahae” ilustra uma tendência mais ampla dentro da cultura K-pop. O apoio ardente dos fãs muitas vezes se manifesta em um desejo de proteger os ídolos, o que faz com que a violação da PI seja um tema de debate frequente. Tais discussões podem envolver alegações de que grupos ou empresas estão “copiando” os conceitos uns dos outros, litígios sobre samples ou até mesmo acusações de plágio musical.



O apoio ardente dos fãs muitas vezes se manifesta num desejo de proteger os ídolos

Acusações dos fãs de semelhanças entre músicas, videocliques e estéticas geraram controvérsias

Direitos de autor em faixas de K-pop: além da música

Como é o caso em toda a indústria da música, o direito de autor protege os produtos fundamentais da K-pop: as músicas e os álbuns. Na Coreia, o mercado da música está entre os mais bem-sucedidos do mundo inteiro. Em 2023, a Associação Coreana dos Direitos de Autor para Música (KOMCA) ficou classificada como a nona maior arrecadadora de royalties de música do mundo, tendo arrecadado aproximadamente 279 milhões de euros.

De acordo com as estatísticas anuais publicadas pela Federação Internacional da Indústria Fonográfica, o K-pop foi o gênero musical número 1 do mundo inteiro em vendas físicas e digitais no ano de 2024. Na Lista da IFPI dos álbuns mais vendidos em 2024, 17 dos 20 primeiros colocados pertenciam ao gênero K-pop.

Música à parte, o direito de autor protege também outros ativos essenciais para os fandoms do K-pop. A relação entre fãs e ídolos é desenvolvida em plataformas e aplicativos específicos, como Weverse da Hybe e LYSN da SM (que inclui o aplicativo Bubble), que utilizam softwares e conteúdos da empresa protegidos pelo direito de autor. Inspiradas nas plataformas das redes sociais convencionais, essas redes específicas oferecem uma maneira única para os ídolos interagirem com os fãs e para os fãs se sentirem estreitamente conectados, inclusive dentro do fandom.

A dança é outra parte integrante do K-pop, motivo pelo qual as coreografias são um assunto relevante e por vezes objeto de polêmica. Um dos casos de maior repercussão envolveu a coreografia da música “Shy Boy”, lançado por Secret em 2011, que foi reconhecida como uma obra sob a proteção do direito de autor pelo Tribunal Distrital de Seul, no ano de lançamento da música.



BTS em entrevista ao vivo no programa TODAY da NBC, em Nova York, 2020.



Show de IVE no K-Culture Festival 2022, em Seul.

Mais recentemente, em 2024, uma polêmica em torno de uma alegada semelhança coreográfica entre dois girl groups originou todo um debate sobre os direitos de autor para a dança na Coreia. Min Hee-jin, produtora do grupo NewJeans, alegou que a coreografia da faixa “Lucky Girl Syndrome, do Illit, copiava várias coreografias do NewJeans. Muitos fãs do NewJeans apoiaram a acusação e ainda destacaram semelhanças em outras danças do Illit. As acusações dos fãs de semelhanças entre as músicas, os vídeos e as estéticas de grupos como NewJeans, Illit e Le Sserafim também geraram controvérsias entre as gravadoras dos grupos, que então emitiram declarações públicas e entraram com ações judiciais contra a propagação de difamações e de informações falsas.



Fãs monitoram os créditos de autoria de faixas K-pop

Devido à natureza comercial e altamente controlada do K-pop, os ídolos nem sempre participam da composição e da produção de suas músicas. No entanto, o sucesso de grupos como BigBang e BTS levou à promoção dos ídolos ao status de compositores e produtores. Atualmente, os integrantes de grupos de K-pop como Ive e Seventeen são citados nos créditos de autoria de seus álbuns. O mesmo ocorre para todos os sete integrantes do BTS e todos os nove integrantes do Twice.

Até mesmo quando a música não é escrita ou produzida pelos grupos que as gravam, os fãs do K-pop ficam querendo saber mais sobre as pessoas por trás dos sucessos. Quando a lista de faixas de um álbum é revelada, os fãs logo procuram mais informações sobre as músicas anteriormente atribuídas aos produtores e compositores. Blogs como The Bias List destacam o trabalho de compositores e produtores de K-pop, e os fãs incentivam a citação dos nomes de artistas e titulares de direitos

de autor quando se compartilham artes, imagens e vídeos.

Os entusiastas do K-pop também recorrem a bancos de dados oficiais de PI para saberem quem são os verdadeiros autores. Quando um ídolo se torna membro titular da KOMCA (um dos requisitos é o recebimento de uma certa quantia anual de royalties por músicas de sua autoria), a notícia geralmente vira assunto de hashtags comemorativos e de outros projetos de apoio. Além disso, o monitoramento dos registros de músicas no banco de dados on-line da KOMCA permite aos fãs descobrir novas músicas de seus ídolos.

Os nomes dos grupos como marcas

Os fãs do K-pop consultam também os bancos de dados de PI para manterem-se informados e revelarem as novidades. É comum recorrerem ao banco de dados on-line KIPRIS (Korea Intellectual Property Information Search) para pesquisar pedidos de registro de marca depositados pelas empresas de K-pop.

Em seu ensaio sobre marcas registradas do fandom, Ana Clara Ribeiro e Paula Giacomazzi Camargo descobriram que as marcas são um dos muitos ativos envolvidos nas carreiras dos artistas e em seus relacionamentos com sua base de fãs.

Em sua forma mais básica, as marcas protegem os nomes e as logomarcas dos grupos de K-pop. Algumas empresas registram o nome do grupo tanto em sua versão romanizada como em hangeul, o alfabeto coreano. Por exemplo o nome do girl group Aespa está registrado tanto em alfabeto latino como em hangeul (에스파), e também em letras estilizadas.

Mas registrar o nome de um grupo como marca é apenas o primeiro passo. As empresas de K-pop registram também outros nomes, como aqueles dos fandoms. As gravadoras de K-pop costumam criar fandoms em combinação com as marcas de seus grupos. Army (BTS), ReVeluv (Red Velvet) e NCTzen (NCT) são nomes de fandoms que foram registrados como marcas no Instituto Coreano



Integrantes do NewJeans Hyein, Hanni, Minji, Danielle e Haerin na cerimônia do Billboard Women in Music 2024, realizada em Inglewood, Califórnia, EUA.

Os fãs do K-pop ficam querendo saber mais sobre as pessoas por trás dos sucessos.

da Propriedade Intelectual (KIPO). São registrados até mesmo os nomes de alguns eventos, como S.M. ART Exhibition, da SM Entertainment.

Litígios relativos à titularidade de marca no K-pop

Como os grupos de K-pop são o fruto de um planejamento e investimento estratégicos por parte de alguns conglomerados, os titulares das marcas são justamente esses conglomerados. Porém, isso pode estar mudando. Em

2022, GOT7 chegou a um acordo com a JYP Entertainment para transferir a titularidade da marca da empresa para os integrantes do grupo. Esse acordo estabeleceu um precedente, que foi seguido em 2025 por G-Dragon, ex-artista da YG Entertainment.

Nem todos os artistas têm a mesma sorte. Após um revés em sua ação judicial contra a gravadora Ador, em março de 2025, o grupo NewJeans anunciou uma pausa em suas atividades. A decisão judicial proibiu o grupo – que desejava mudar seu nome para NJZ – de organizar suas próprias apresentações, criar música e assinar contratos publicitários durante o litígio.

Os lightsticks e artigos de merchandising do K-pop

Ainda que, nos dias de hoje, muito da cultura dos fãs ocorra online, os shows e eventos presenciais representam uma parte imensa da cultura K-pop. Um dos produtos mais característicos dos fãs-clubes, que alia registros de desenhos industriais e de patentes, é o lightstick, um dispositivo em forma de bastão luminoso portátil, criado para fazer alusão ao nome ou à estética de um determinado grupo de K-pop.

Os dispositivos são sincronizados a música ao vivo ou gravada por Bluetooth, uma tecnologia que pode ser objeto de patentes complexas. A SM Entertainment detém vários pedidos de registro e vários registros relacionados aos lightsticks de seus grupos. A Hybe,

por sua vez, é titular de desenhos industriais e de patentes de seus próprios lightsticks.

O relacionamento dos fãs com seus lightsticks vai além da compra como mercadoria – eles são símbolos de identidade do fandom que promovem um senso de unidade durante apresentações ao vivo. É comum os fãs de K-pop levarem seus lightsticks até mesmo a eventos não relacionados com o K-pop.

Assim como no caso dos direitos de autor e das marcas, os fãs fazem pesquisas no banco de dados da KIPO para encontrar registros de desenhos industriais e pedidos de patente depositados pelas empresas de K-pop. Foi assim que o fandom BTS ARMY soube do lançamento que ainda estava para acontecer de um visualizador de slides 3D, em 2021. A descoberta gerou muita agitação nas redes sociais e na Weverse, onde o estoque do produto se esgotou rapidamente.

Não há dúvidas de que os fãs do K-pop não são meros consumidores passivos; são, na realidade, participantes ativos do ecossistema do K-pop. E a PI desempenha um papel significativo na criação dessa dinâmica. Aproveitando a ação dos fãs como parte de suas estratégias de PI, ao mesmo tempo que usam a PI para alcançar metas comerciais, as empresas de K-pop transformam os entusiastas em paladinos, com uma forte consciência da importância fundamental que a PI tem para a indústria. **M**

Ana Clara Ribeiro é advogada, escritora, perita judicial e pesquisadora. Exerce na firma Baril Advogados, no Brasil, concentrando-se em marcas, direitos de autor e estratégias para as indústrias de mídia e entretenimento. Atualmente, é mestrande em propriedade intelectual e inovação no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), no Brasil. Ana Clara Ribeiro também escreve sobre música para organizações internacionais com artigos publicados em Rolling Stone, PopMatters, Remezcla, Consequence e muito outros sites; o K-pop é uma de suas especialidades.



Foto: Getty Images/monstij

Streaming artificial e seus impactos reais no mundo da música

| Clovis McEvoy, escritor independente

Streams fraudulentos custam à indústria musical centenas de milhões de dólares. Agora, os atores do setor estão contra-atacando com novas ferramentas de detecção e iniciativas colaborativas.

A receita total do setor de música gravada chegou a US\$ 29,6 bilhões em 2024. Foi nesse ano também que a economia do streaming, um dos pilares da indústria musical global, ultrapassou pela primeira vez a marca de US\$ 20 bilhões em receitas. Ao mesmo tempo, as plataformas de streaming são um dos principais alvos de criminosos especializados em gerar reproduções (streams) fraudulentas.

Valendo-se de exércitos de bots e de verdadeiras “fazendas de streaming”, os fraudadores inflam artificialmente os números de streams e, com isso, bilhões de dólares do montante finito de royalties que deveriam ser destinados aos titulares de direitos, como criadores de música, artistas, gravadoras e editoras, vão parar nas contas bancárias desses criminosos. As plataformas de streaming de música distribuem royalties com base no número de reproduções das faixas, mas a prática ilícita de manipular o sistema pode minar modelos de negócios em todos os segmentos do setor.

Isso não é nenhuma novidade, já que os streams fraudulentos surgiram junto com os serviços de streaming. Ocorre que a explosão das tecnologias de IA agravou ainda mais esse problema há muito latente, revolucionando as técnicas dos fraudadores e ampliando sua capacidade de operar de forma indetectável.

No passado, pessoas mal-intencionadas publicavam um número relativamente pequeno de faixas nas plataformas de streaming e usavam bots

automatizados para reproduzir o conteúdo repetidamente para gerar pagamentos fraudulentos de royalties. O problema para esses malfeitores, no entanto, é que essa abordagem é facilmente detectável, pois o fato de músicas desconhecidas de artistas desconhecidos acumularem de uma hora para outra milhões de streams é um claro sinal de alerta. A IA mudou completamente esse paradigma.

Agora, fraudadores usam geradores de músicas por IA para inundar as plataformas de streaming com milhões de canções falsas e reproduzir cada uma delas apenas alguns milhares de vezes — o suficiente para que a faixa gere royalties, mas não o suficiente para o esquema ser detectado ou levantar suspeitas.

“A IA é o maior facilitador” das fraudes no streaming, disse Melissa Morgia, diretora global de proteção e fiscalização de conteúdo da Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI), em um painel organizado paralelamente à 17ª sessão do Comitê Consultivo de Observância (ACE) da OMPI, em fevereiro de 2025. Segundo a dirigente, isso acontece porque a IA permite que os infratores “passem despercebidos e, ao mesmo tempo, operem em escala suficiente para gerar lucros com suas atividades”.

Ação judicial contra Michael Smith

O caso recente envolvendo Michael Smith, um músico da Carolina do Norte, é um exemplo emblemático dessa nova forma de fraude com streams artificiais. Smith teria recebido mais de US\$ 10 milhões em pagamentos de royalties de uma série de plataformas de streaming por meio de uma estratégia que consistia em enviar centenas de milhares de músicas geradas por IA e usar bots para reproduzir cada uma delas um número reduzido de vezes.

Segundo estimativas da Deezer, 18% das faixas carregadas diariamente na plataforma são geradas por IA

Malfeitores vêm usando ferramentas de IA não apenas para gerar conteúdos de áudio, mas também para criar e gerenciar os bots usados para reproduzir esses conteúdos. Algumas empresas chegam a ter a audácia de anunciar serviços de geração de streams fraudulentos, destacando que utilizam IA para falsificar identidades digitais em massa e burlar os sistemas antifraude de plataformas como Spotify, Apple Music e Deezer. Ao mesmo tempo que vendem a ideia de que os streams artificiais são uma estratégia válida para os músicos expandirem sua marca, as empresas que promovem o uso de bots nitidamente evitam qualquer menção aos prejuízos causados por essa prática na indústria musical.

Impactos financeiros dos streams artificiais na indústria musical

O prejuízo mais óbvio e direto é o financeiro. As plataformas de streaming têm um montante finito de royalties para distribuir e, cada vez que um criminoso recebe pagamentos fraudulentos, o valor a ser compartilhado entre artistas, gravadoras e editoras diminui.

Todos os atores da cadeia de valor deixam de receber anualmente um volume significativo de receita

Em abril de 2025, o serviço de streaming Deezer estimou que 18% das faixas carregadas diariamente na plataforma são geradas por IA. Isso corresponde a cerca de 20 mil músicas.

De acordo com Morgan Hayduk, codiretor-executivo e cofundador do Beatdapp, um sistema que identifica streams fraudulentos e rastreia royalties perdidos, esse é o número médio observado em todo o ecossistema de streaming de música, o que implica enormes perdas financeiras para o setor.

“Hoje, cada ponto de participação de mercado representa algumas centenas de milhões de dólares”, diz Hayduk à Revista da OMPI. “Isso significa que estamos falando de, no mínimo, um bilhão de dólares a menos no montante finito de royalties a serem distribuídos e uma perda de receita anual significativa para todos os atores da cadeia de valor.”

Efeitos indiretos dos streams artificiais para artistas reais

Além da perda de receita, a fraude no streaming tem uma série de efeitos indiretos. Cada manipulação na contagem de reproduções de uma faixa influencia negativamente o algoritmo de recomendação da plataforma e dificulta ainda mais a distribuição das músicas de artistas reais. As manipulações também distorcem os dados de consumo que os artistas usam cada vez mais para planejar turnês e campanhas promocionais e reduzem a janela de oportunidade que esses músicos têm para se firmar no mercado musical.

David Sandler, vice-presidente global de proteção de conteúdo do Warner Music Group, fez a seguinte observação no painel: “[A fraude nos streams] prejudica artistas cujas músicas nunca ouvimos porque não temos a oportunidade de lançá-los no mercado. Nossa empresa investe uma enorme quantidade de dinheiro, tempo e energia para descobrir e contratar novos artistas e desenvolver suas carreiras. Cada dólar investido no combate a fraudes é um dólar que deixa de ser investido na descoberta de novos talentos”.

Ferramentas de rastreamento de streaming previnem e detectam fraudes

Com o aumento da ameaça de fraudes de streaming, aumentam também os esforços do setor para solucionar o problema. Valendo-se de muitas das mesmas tecnologias usadas por fraudadores, empresas do setor vêm desenvolvendo novas ferramentas que detectam conteúdos gerados por IA e streams artificiais.

“A IA também pode ser usada para o bem”, diz Thibault Roucou, diretor de royalties e relatórios da Deezer. “Desde 2017, usamos ferramentas de IA para reprimir atividades ilícitas, detectando conteúdos suspeitos e usuários com comportamentos fraudulentos.”

Além de suas soluções baseadas em IA, a Deezer introduziu um novo modelo de remuneração centrado no artista que combate a fraude nos streams de forma inovadora. Para o cálculo dos pagamentos de royalties, a plataforma considera no máximo mil streams por usuário. Usuários que ultrapassam esse limite ainda podem ouvir as músicas, mas geram uma proporção muito menor de royalties.

“Assim, uma única conta não pode gerar milhares e milhares de streams e redirecionar royalties”, destaca Roucou. “É uma estratégia muito útil para combater bots que ficam reproduzindo faixas sem parar.”

Apesar desses avanços promissores, as ações de uma única empresa ou mesmo de um único governo não serão suficientes para resolver o problema. As redes que possibilitam essas práticas fraudulentas operam no mundo inteiro, de modo que qualquer esforço de mitigação também precisa ter um escopo global.

Melissa Morgia, da IFPI, pontua que muitos dos mecanismos necessários para garantir o policiamento e a repressão já existem. O desafio, segundo ela, é ajudar as autoridades locais a se familiarizar com as questões legais e facilitar a comunicação entre os atores do setor musical e as jurisdições onde as redes de fraude operam.

O desafio é ajudar as autoridades locais a se familiarizar com as questões legais e facilitar a comunicação entre os atores do setor musical.

“Já existem ferramentas jurídicas para combater o problema em escala global”, diz a diretora. “Basta colocá-las em prática.”

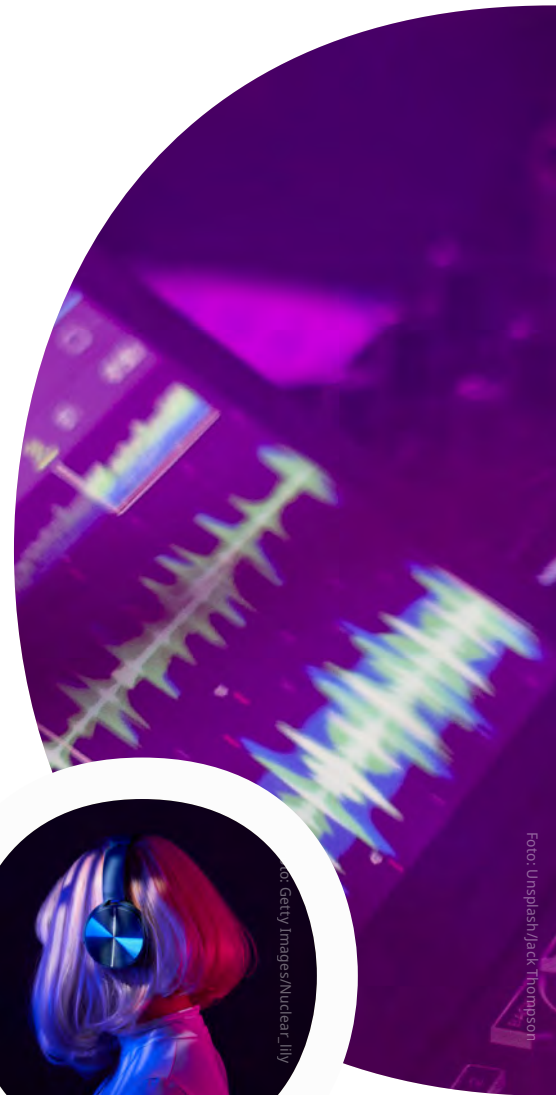
É fundamental que os agentes do setor compartilhem dados sobre os índices, tipos e métodos das atividades fraudulentas detectadas e adotem medidas coletivas contra essas práticas. Em 2023, o Spotify, o SoundCloud, a TuneCore e outras empresas globais do setor da música se uniram para criar a Music Fights Fraud Alliance. Essa força-tarefa trabalha com a

National Cyber-Forensics and Training Alliance e representa a ação mais bem coordenada do setor até hoje, sendo um passo fundamental no enfrentamento do problema.

Com o advento da era da IA, as ameaças à propriedade intelectual (PI) vêm evoluindo e se multiplicando em ritmo alarmante. A sofisticação e a escala dos ataques contra titulares de direitos de PI e seus pagamentos de royalties só aumentarão nos próximos anos. É imprescindível que todos os atores do setor trabalhem em conjunto com instituições públicas e organizações mundiais para coibir as fraudes.

Como aponta Sandler: “Esse é um problema global que atravessa fronteiras e afeta todas as plataformas de streaming. Daí a necessidade de unir forças”. **M**

Clovis McEvoy é pesquisador associado na Universidade de Greenwich, Reino Unido, e mestre em composição musical contemporânea, tendo ministrado aulas de produção musical, design sonoro e composição para filmes e jogos na Universidade de Auckland, na Nova Zelândia. Além de colaborador regular de diversas publicações online, como MusicTech, MusicRadar e Future Music, é também um premiado compositor, artista sonoro e membro fundador do grupo multidisciplinar Rent Collective.



OPINIÃO

Seria a música por IA o próximo “momento Napster” para o setor?

María L. Vázquez, reitora da Faculdade de Direito da Universidade de San Andrés, Argentina

A indústria musical sobreviveu ao Napster aprendendo a se adaptar. Agora a IA generativa vem pondo à prova esses mesmos instintos de sobrevivência.



“Tenha tudo. Não seja dono de nada” era o lema do Napster. Os modelos de IA generativa de hoje parecem dizer **“Pegue tudo. Não credite ninguém”**. Ainda assim, estruturas mais justas podem surgir, diz a professora María L. Vázquez. Formada em Harvard, a advogada, que trabalhou na Virgin Music nos anos 1990, viu os primeiros sistemas de compartilhamento de arquivos darem lugar a legítimas plataformas de streaming. Para a Revista da OMPI, Vázquez analisa as lições sobre direitos autorais que podemos aprender com as rupturas do passado.

Nos anos 1990 eu, uma jovem advogada da Virgin Music, em Londres, testemunhava de perto o auge da indústria musical. O escritório no prédio Kensal House vivia em burburinho: o selo celebrava contratos de gravação e publicação quase que semanalmente. O famoso contrato de US\$ 45 milhões entre a Virgin e os Rolling Stones, em 1991, atestou a confiança da gravadora na capacidade de recuperação do valor em vendas de discos. Ainda assim, o setor estava prestes a sofrer um abalo sem precedentes.

O Napster surgiu na cena musical em 1999 e mudou a maneira de consumir música. A plataforma de compartilhamento ponto a ponto permitia que os usuários trocassem arquivos digitais de música diretamente entre si. Pela primeira vez, qualquer pessoa com uma conexão com a internet poderia acessar músicas instantaneamente, sem esforço e de graça, ameaçando todo o modelo de negócio da indústria musical. As vendas de discos e CDs murchavam, enquanto os serviços de compartilhamento de arquivos floresciam.

A Recording Industry Association of America (RIAA) respondeu à pirataria digital com uma agressiva estratégia jurídica, promovendo centenas de ações judiciais contra usuários individuais. Um dos casos mais notórios foi o de Jammie Thomas-Rasset, condenado a pagar US\$ 222 mil por baixar e compartilhar 24 músicas protegidas por direitos de autor por meio do serviço de compartilhamento de arquivos Kazaa.

Mas, mesmo assim, o setor musical não conseguia impedir os downloads ilegais. O Napster chegou a ter 80 milhões de usuários antes de encerrar suas atividades em 2001. Praticamente todas as músicas já gravadas no mundo estavam disponíveis online e, o que é mais importante, o consumidor se acostumou com essa nova forma de acessar músicas.

A criação do iPod e da iTunes Store pela Apple no mesmo ano em que o Napster fechou as portas representou uma transformação. Ao oferecer músicas digitais licenciadas por US\$ 0,99, a Apple mostrou que o consumidor estava disposto a pagar pela música online, desde que o preço fosse justo e a obra pudesse ser acessada por uma plataforma fácil de usar.

Assim como as espécies, os setores de mercado também precisam se adaptar para sobreviver

Assim se estabelecia a base para a próxima grande mudança: o streaming. Plataformas como o Spotify, criado em 2008, ofereciam ao usuário acesso a um vasto catálogo musical pelo modelo de assinatura, sem que fosse necessário comprar nada.

Dessa vez a indústria não lutou contra a mudança. Embora de início muitos selos tenham insistido em manter os formatos físicos, como os CDs, posteriormente acabaram aceitando o streaming. Atualmente, o streaming é responsável pela maior parte da receita do setor, refletindo uma importante lição da teoria da evolução: assim como as espécies, os setores de mercado também precisam se adaptar para sobreviver.

O surgimento da IA

Avançamos para 30 de novembro de 2022. A OpenAI lança o ChatGPT, instigando o mesmo pânico no setor provocado pelo Napster mais de 20 anos antes. Mas agora havia mais em jogo.

Algumas empresas novas de “IA criativa” obtiveram as licenças para os dados durante os anos 2010, e empresas de IA éticas ainda agem assim. Por outro lado, enquanto muitas outras empresas de IA generativa corriam para criar seus sistemas, grandes volumes de dados eram capturados sem muita preocupação com o rastreamento das fontes que alimentavam seus modelos. Na música, isso se traduziu no uso de obras musicais e gravações fonográficas, batidas sintetizadas, letras, progressões de acordes e padrões musicais existentes.



Foto: Alamy Stock Photo/Chris Willson

Primeiro modelo de iPod, lançado em 2001.

Parecia que estávamos diante de uma corrida do ouro digital: pegue agora, pergunte depois. A enorme quantidade de dados coletados praticamente inviabilizou o rastreamento e o crédito dos criadores originais. Remunerá-los, então, nem pensar. Isso gera um conflito cada vez maior entre as empresas de IA generativa e os donos de conteúdos.

Enquanto o Napster desafiava a forma como a música era distribuída e vendida, as criações, faixas e apresentações *deepfake* geradas por IA ameaçam os próprios alicerces da criação e da autoria musical. Em ambos os casos, a comunidade criativa se insurgiu, demonstrando preocupação com o uso não autorizado de suas obras e a erosão de seus direitos de propriedade intelectual.

No cerne das ações judiciais, a questão: o treinamento de IA pode ser considerado uso legítimo de materiais protegidos por direitos de autor?

Assim como ocorreu na época do Napster, os processos começaram a aparecer rápido. O lançamento de “Heart on My Sleeve” em abril de 2023, com *deepfakes* não autorizados das vozes de Drake e The Weeknd, serviu de estopim para toda a indústria musical. Foram muitas reclamações. A música foi retirada das plataformas logo após o lançamento, mas o impacto continuou reverberando.

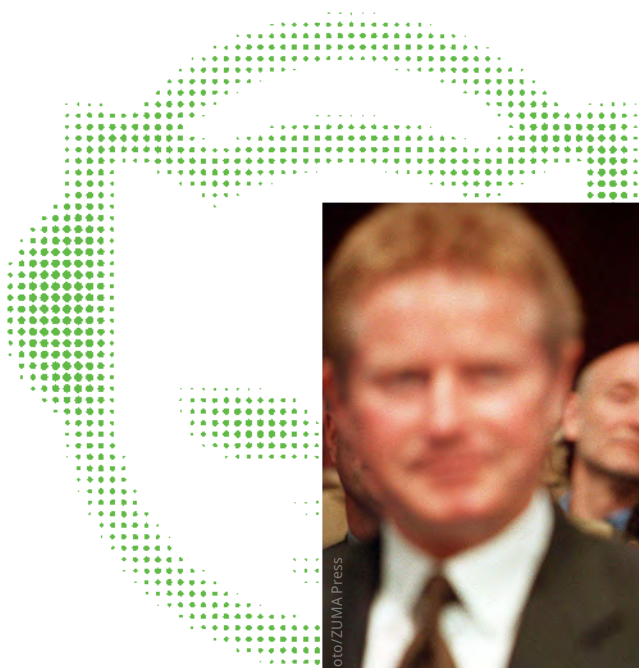
Em abril de 2024, músicos e artistas respeitados, como Billie Eilish, Nicki Minaj e Pearl Jam, assinaram uma carta aberta denunciando o treinamento de IA irresponsável como um ataque direto à criatividade humana. Depois, em junho de 2024, a Universal Music Group, a Sony Music Entertainment e a Warner Records haviam ajuizado uma ação contra as startups de IA Suno e Udio, acusando-as de usar conteúdo protegido por direitos autorais para treinar seus modelos.

No cerne das ações judiciais, a questão fundamental: o treinamento de IA pode ser considerado uso legítimo de materiais protegidos por direitos de autor? As gigantes da tecnologia dizem que sim, comparando o treinamento de IA a humanos quando leem livros. Mas qual será a repercussão desses processos judiciais nos vários países que não reconhecem o instituto do uso legítimo? Ao contrário dos EUA e outros países de *common law*, a maioria dos países de tradição jurídica românico-germânica (o chamado *civil law*) adota exceções muito restritas, permitindo o uso não autorizado em pouquíssimos casos. Ainda assim, o resultado de casos relevantes ocorridos nos EUA, como New York Times contra OpenAI, e de litígios entre selos musicais e empresas de

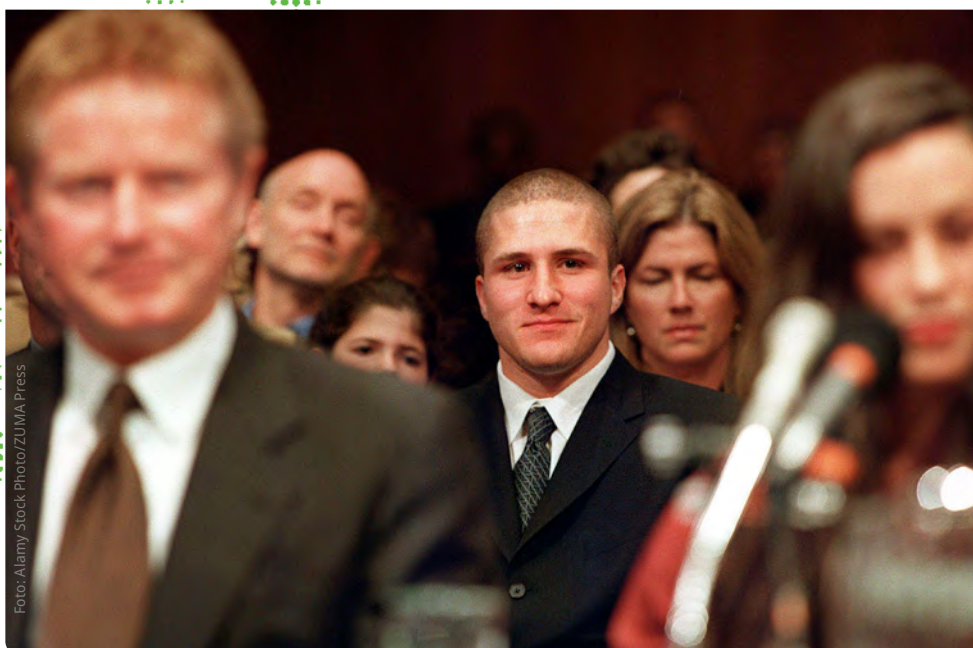
música por IA, reverberará globalmente e, com grandes chances, influenciará o licenciamento e a normatização do setor no mundo inteiro.

No entanto, enquanto os embates judiciais acontecem, a indústria musical explora outra solução, assim como aconteceu com a final aceitação das plataformas de streaming. Em vez de tentarem frear a ascensão da IA, alguns artistas e profissionais da música estão procurando formas de usá-la em seu favor.

Em abril de 2023, Grimes anunciou que dividiria 50% dos royalties com os criadores de “qualquer música de sucesso gerada por IA” que utilizasse sua voz. Segundo relatou o Financial Times, em junho de 2024 empresas como Sony, Warner e Universal estariam em negociações com o YouTube, do grupo Google, para licenciar seus acervos para fins de treinamento, possivelmente em troca de um bom valor em dinheiro. Mais recentemente, em junho de 2025, a Bloomberg relatou a existência de propostas de acordo entre alguns selos e a Suno e a Udio, para a decepção de empresas que sempre optaram por trabalhar com dados de treinamento licenciados e seguem nessa prática.



O fundador do Napster, Shawn Fanning (centro), durante uma audiência no Senado sobre o entretenimento online em Washington, D.C., 2001.



O compartilhamento não autorizado entre pessoas, oferecido pelo Napster, foi o precursor das plataformas legítimas. Hoje, no entanto, o uso não regulamentado de materiais protegidos por direitos autorais pela IA generativa ainda não mostrou que tipo de estruturas autorizadas precisam surgir para garantir que o treinamento de IA respeite os criadores, creditando-os e remunerando-os.

“Tenha tudo. Não seja dono de nada” era o lema do Napster. Os modelos de IA generativa de hoje parecem dizer “Pegue tudo. Não credite ninguém”. A diferença está na dimensão e na rastreabilidade. Enquanto o Napster permitia a identificação e o acesso de músicas e o Spotify oferece “encontrabilidade”, o treinamento de IA promove a invisibilidade.

A questão da invisibilidade (ou, mais precisamente, da encontrabilidade) é importante. Apesar de milhares de novas faixas serem incluídas diariamente em plataformas como o Spotify, esses serviços ainda oferecem encontrabilidade, ajudando o artista a construir seu público.

À medida que a IA generativa conduz a criação musical a uma dimensão inédita, a individualidade do artista se perde no processo de treinamento.

Se o objetivo é estabelecer parcerias verdadeiras com os criadores, os sistemas de IA precisam alavancar a tecnologia que melhora a encontrabilidade para manter a visibilidade e a competitividade dos artistas humanos. O artista pode ser mais propenso a participar de dados de treinamento de IA se suas contribuições forem creditadas e reconhecidas.

O desafio não é resistir à inovação, e sim modelá-la de forma que respeite a criatividade e premie o talento

Além de esperar o devido crédito pelas empresas de IA, os criadores que negociam licenças voluntárias também querem manter algum tipo de controle sobre suas obras e receber a justa remuneração por elas. Em um mundo ideal, essas licenças respeitariam os direitos do criador e fomentariam a criatividade, ao mesmo tempo que proporcionariam

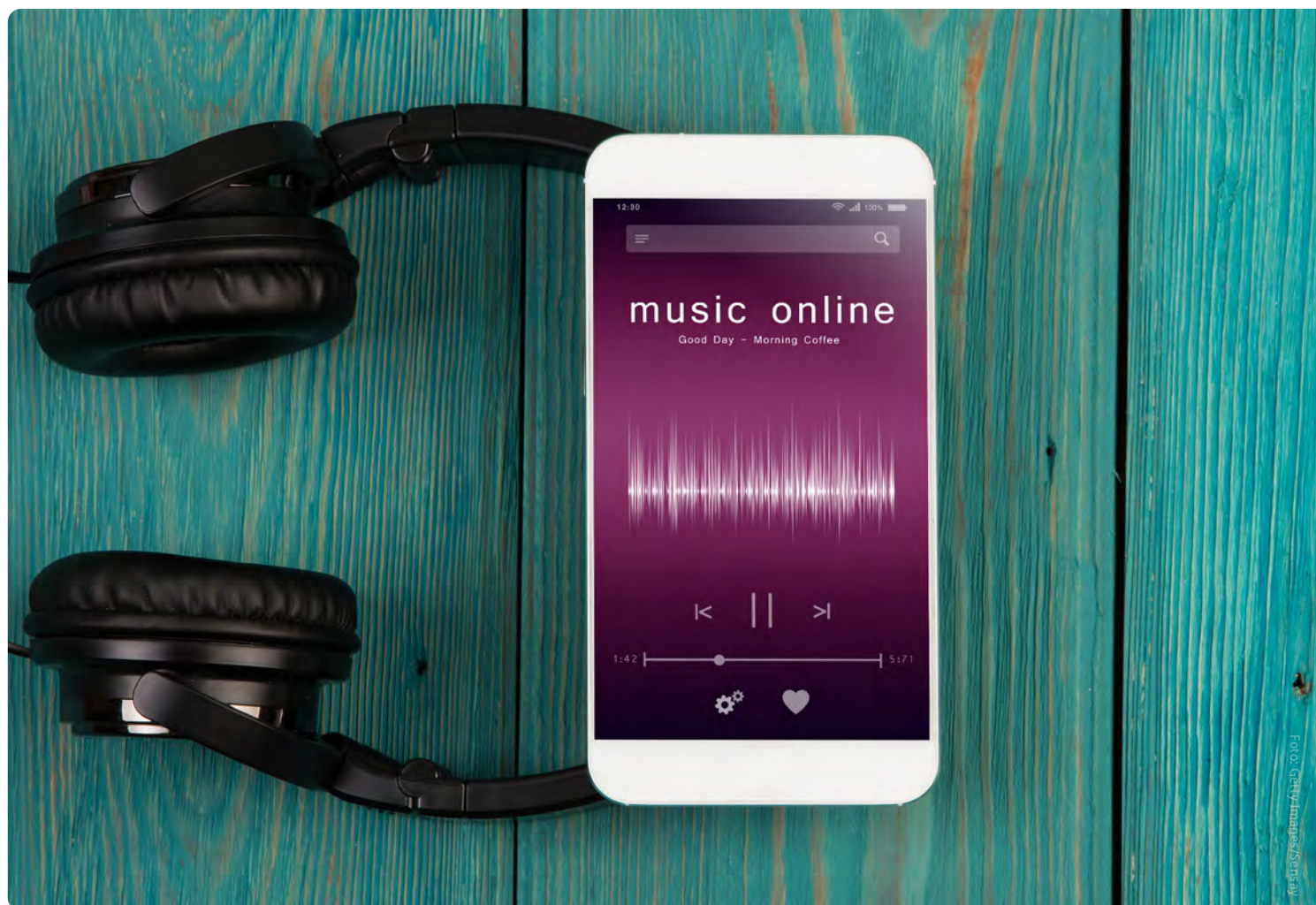
aos desenvolvedores de IA o acesso a conteúdos sem incerteza jurídica. No entanto, considerando a enorme quantidade de dados necessários para treinar modelos de IA e a falta de estruturas padronizadas e mecanismos colaborativos, parece verdadeiramente impossível garantir a obtenção de licenças voluntárias para cada trabalho usado na captura de dados.

Dessa forma, as organizações de gestão coletiva (OGCs) podem ter papel fundamental nas tratativas com empresas de IA generativa como representantes de seus associados. A tecnologia blockchain, já empregada por algumas OGCs para aprimorar a precisão dos dados para associados, também foi elogiada por seu potencial para monitorar dados de treinamento, simplificar o licenciamento e promover uma remuneração justa.

O licenciamento voluntário continua a ganhar espaço mas, para evitar a total dependência de um processo lento e complexo, alguns estudiosos sugerem como opção a previsão legal de licenciamento para aprendizagem de máquina. O licenciamento previsto em lei poderia definir o padrão do acesso a obras protegidas, reduzindo os custos das transações, oferecendo clareza jurídica e garantindo uma remuneração justa. No entanto, enfrenta-se a resistência de titulares de direitos e criadores. Qualquer solução que pretenda atender a todos precisa ser cuidadosamente equilibrada para, assim se espera, incentivar a inovação em IA e proteger o papel vital dos autores humanos.

De qualquer forma, devemos aprender com as lições do passado. Para a indústria musical, o desafio não é resistir à inovação, e sim modelá-la de forma que respeite a criatividade, premie o talento e gere confiança entre artistas e tecnologia.

Para aqueles por trás dos sistemas de IA atuais, talvez seja interessante usar os conhecimentos tecnológicos para solucionar o dilema que eles próprios criaram, desenvolvendo ferramentas para ajudar o artista a entender, administrar e licenciar suas obras para treinamentos de IA de forma transparente, íntegra e empoderadora. Assim como a derrocada do Napster acabou possibilitando o surgimento de modelos mais justos como o iTunes e o Spotify, o sucesso de longo prazo dependerá da capacidade de construir respostas mais ponderadas que honrem os direitos dos criadores. Parafraseando Otis Redding, eles só querem “um mínimo de respeito”. **M**



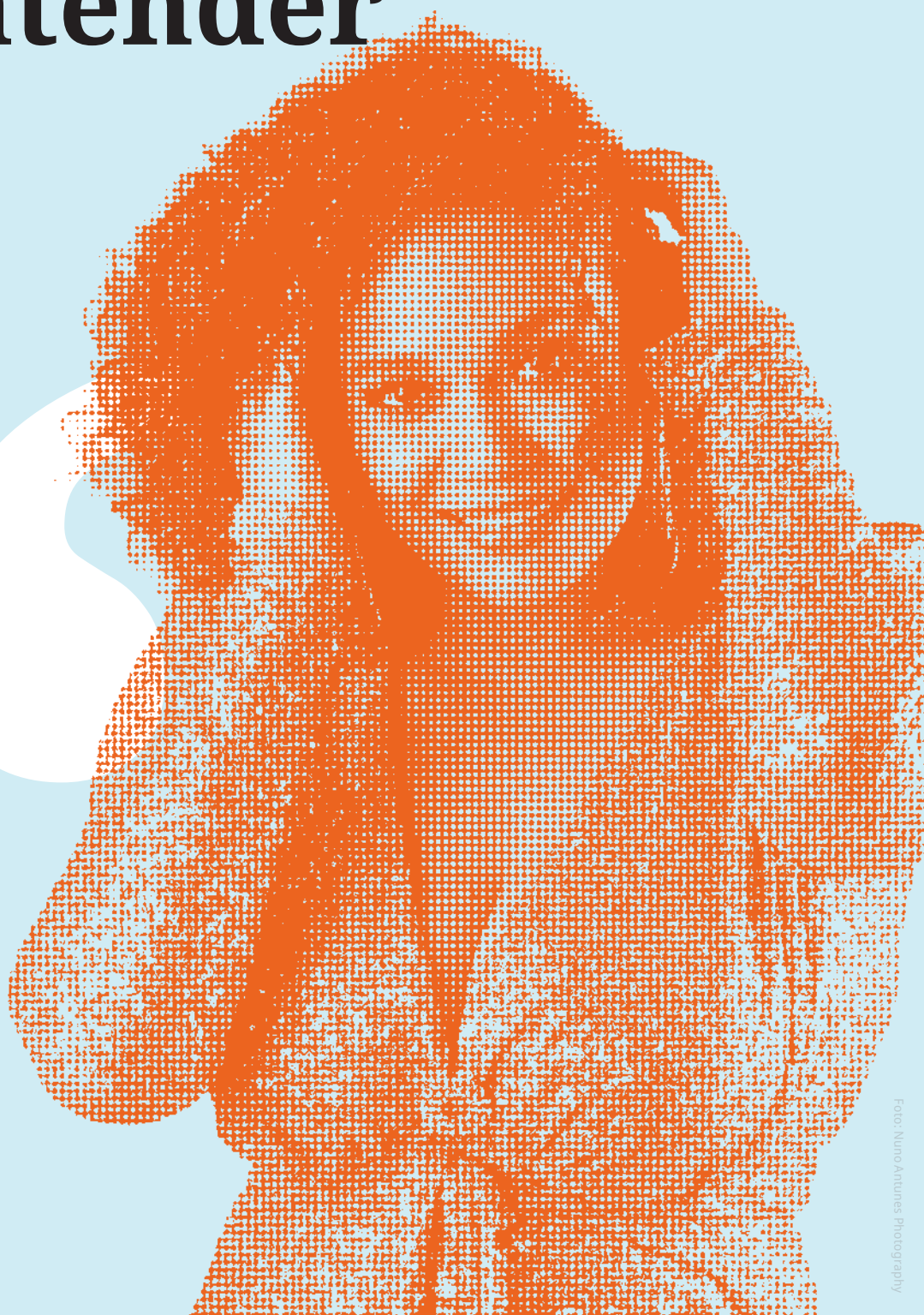
A **professora María L. Vázquez** é reitora da Faculdade de Direito da Universidade de San Andrés (UdeSa), em Buenos Aires, na Argentina. Também é diretora do Programa de Mestrado Conjunto UdeSA-OMPI na área de PI e inovação e diretora do Centro de Propriedade Intelectual e Inovação da UdeSA (CPINN). Formada em Direito pela Universidade de Harvard, trabalhou na Virgin Music, em Londres, e na EMI Records, em Nova York, antes de se tornar sócia do escritório de advocacia Marval O'Farrell & Mairal, em Buenos Aires.

Aviso: a Revista da OMPI tem como objetivo ajudar a ampliar o conhecimento público sobre propriedade intelectual e o trabalho da OMPI e não constitui um documento oficial da Organização. As opiniões expressas aqui são do autor e não refletem as posições da OMPI ou de seus Estados membros.

Solange Cesarovna:

Sem a música não poderíamos nos entender

“



Conhecida como a Rainha da Morna e aclamada em toda a África lusófona como uma ardente embaixadora dos direitos de autor, Solange Cesarovna compartilha as lições que aprendeu ao criar uma OGC e tomar conta dos direitos dos artistas.

Solange Cesarovna é uma das embaixadoras musicais mais bem-sucedidas de Cabo Verde. A cantora e compositora representou o arquipélago da África Ocidental em palcos do mundo inteiro, do Brasil ao Vaticano. Em 2013, participou como cofundadora na criação da Sociedade Cabo-verdiana de Música, a primeira organização de gestão coletiva (OGC) do país, para proteger exclusivamente a propriedade intelectual (PI) no ramo musical. A OGC tem hoje mais de 1,7 mil associados – nada mal para um país de pouco mais de um milhão de habitantes. Após ser presidente da Sociedade durante vários mandatos consecutivos, Cesarovna deixou o cargo em finais de 2023 para voltar a se concentrar em composição e gravação. A artista conversou com a Revista da OMPI sobre a importância da gestão da PI e as dificuldades de se criar uma OGC em países pequenos, sobre os recursos disponíveis para os criadores e sobre o futuro da sua carreira.

— Fale-nos sobre Cabo Verde.

Cabo Verde é um pequeno país de língua portuguesa composto por 10 lindas ilhas no Oceano Atlântico, ao largo da África Ocidental. Temos orgulho em nos definir como um país da música. Nós todos gostaríamos de ter uma carreira musical – se ao menos fosse fácil [risos]!

Apaixonei-me pela música lá pelos cinco ou seis anos de idade. Desde pequenina, encontrava sempre espaços públicos, como São Vicente, que é a minha ilha, e a cidade de Mindelo, onde pudesse cantar e ouvir música. Ganhei um prêmio aos sete anos e fui convidada para me apresentar nas ilhas. Com oito anos, fui convidada para abrir o Baía das Gatas, que é o maior festival de música de Cabo Verde.

“Há uma enorme oportunidade na África e na América Latina.”

— A música, e especialmente a morna, é parte importante da identidade nacional de Cabo Verde. Qual o significado da morna para você?

A morna é a melhor maneira de partilharmos aquilo que sentimos, os nossos valores e o modo como nos ligamos às pessoas e ao mundo. Quando nasce uma criança, é com a morna que a acolhemos. Vamos à casa da família para proteger a criança a cantar. A morna que cantamos, “Ná, ó Menino Ná”, foi escrita

por um dos maiores compositores e poetas de Cabo Verde, Eugénio Tavares.

— Você gravou obras de Tavares no seu álbum de 2017, Mornas. Encontrou algum desafio para fazer uso das letras dele?

Com o Tavares foi fácil porque a obra dele está no domínio público. Cabo Verde protege as obras musicais e os direitos de autor de letristas e compositores durante 50 anos após a sua morte. A gravação desse álbum fez parte de um projeto para comemorar o 150º aniversário do nascimento do Tavares, organizado pelas Edições Artiletra. A ideia por trás do projeto era apoiar a candidatura de inscrição da morna na Lista Representativa do Património Cultural Imaterial da Humanidade da UNESCO, que foi aprovada em 2019.

Tavares trabalhou não só como poeta, letrista e compositor, mas também como jornalista e político. É preciso muito tempo para organizar coisas deste género. Tivemos de obter os manuscritos e as letras que ele tinha escrito com as próprias mãos. Desse modo, pudemos recriar as canções tal qual Tavares as tinha composto.



Foto: Nuno Antunes Photography

— **Na indústria da música, os artistas muitas vezes culpam o sistema pela baixa remuneração que recebem. Você diria que, em parte, cabe aos artistas resolver isso?**

Sim, mas não depende só de nós. É preciso também saber quem são as outras partes interessadas, como podem ajudar e quais são as obrigações tanto dos criadores como do setor público.

É preciso ter o aconselhamento de organizações internacionais que trabalham neste campo, pois isso nos dá a certeza de que não estamos correndo atrás de um sonho maluco, e de que este sonho é 100% realizável, desde que os criadores ajam. Mas, para isso, precisam estudar o funcionamento do sistema.

— **Falemos sobre as partes interessadas.**

Criamos a OGC antes mesmo de haver em Cabo Verde uma lei que permitisse às OGCs atuar e a conceder licenças em nome dos criadores. O que havia era uma lei dos direitos de autor, que conferia aos criadores direitos exclusivos de uso da sua obra musical. Esta mesma lei estabelece que, se os criadores não puderem ou não quiserem fazer isto eles próprios, podem pedir que uma OGC os ajude a distribuir as suas obras e podem autorizar essa OGC a representá-los na gestão dessas obras. Mas não dizia o que a OGC fazia nem que direitos tinha. Tudo só começou a acontecer depois de criarmos a SCM.

— **Quais foram as coisas mais importantes que aprendeu sobre a criação de uma OGC em um país pequeno?**

Uma vez criada a OGC, é preciso aumentar o número de associados e obter associados ativos que criem e gravem muito. O país precisa perceber que se trata de um projeto que representa coletivamente alguns dos maiores nomes no ramo.

“Tentávamos aumentar o nosso número de associados nos concertos, nos aeroportos, nas ruas, onde quer que pudéssemos.”

No início, íamos a concertos e apresentações para ver nossos colegas e dizer-lhes que tínhamos criado a Sociedade Cabo-verdiana de Música. O nosso mandato não era digital, mas físico [risos]. Tentávamos aumentar o nosso número de associados nos concertos, nos aeroportos, nas ruas, onde quer que pudéssemos.

Feito isso, foi necessário assegurar-nos de que o governo percebia o que era uma OGC. Sem a existência do marco jurídico necessário para atuar efetivamente dentro do território nacional, não se obtém nenhum acordo. Nós queríamos fazer com que o projeto fosse uma prioridade também para o Ministério da Cultura. O antigo sistema precisou investir nas novas leis de que precisávamos para que o nosso país, como Estado membro da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), adotasse os tratados e leis alinhadas a eles, de modo que pudéssemos atuar não só dentro do nosso território, como também em âmbito internacional. Além disso, precisávamos também ter a certeza de que internamente conhecíamos as funções da OGC.

“É preciso uma documentação incrível e um sistema robusto de distribuição.”

Recebemos forte apoio da OMPI, que desenvolveu o sistema WIPO Connect em português e nos permitiu implementá-lo na SCM. A solução de TI tornou-se o primeiro sistema tecnológico para documentar e distribuir royalties de direitos de autor em Cabo Verde, garantindo o pagamento dos royalties arrecadados aos respectivos titulares.

Isso foi alcançado em plena pandemia de Covid-19 e representou um importante marco para os músicos cabo-verdianos.

— **Levando em conta o atual panorama do espaço criativo e do sistema de PI, quais são os desafios para 2025?**

O desafio segue sendo estabelecer um bom setor de gestão coletiva nos países menos desenvolvidos. Parece que, em um futuro próximo, o mundo inteiro estará focado na África e na América Latina. Esses dois grandes continentes têm muitos músicos, criadores e compositores jovens e maravilhosos. Sente-se que há aí uma oportunidade imensa. A melhor maneira de aproveitar esta oportunidade é organizarmo-nos, com a ajuda das partes interessadas internacionais, como a OMPI, a CISAC e outras federações que representam os criadores no mundo inteiro. É fundamental o apoio de organizações internacionais que possam também fazer pressão junto aos governos.

— **Falemos sobre a CLIP, a plataforma gratuita de conhecimentos lançada pela OMPI e pela Music Rights Awareness Foundation (Fundação para a Conscientização sobre os Direitos Musicais).**

A CLIP oferece a todos aqueles que atuam no ecossistema musical uma maneira de aprender. É possível dar aos criadores meios para saberem o que fazer se não tiverem as estruturas necessárias no seu país.

É maravilhoso, pois eles podem adquirir as ferramentas de que precisam para fazer a sua parte da melhor forma possível; afinal, nós, os criadores, temos direitos, mas também deveres.

Ao criarmos uma canção, devemos reunir a melhor equipe. Da mesma forma, precisamos nos esforçar ao máximo para gerenciar nossa PI.

Aquilo que mais aprecio na CLIP é que são colegas – ou seja, outros criadores – que falam de temas julgados complexos, como os códigos de identificação, cuja importância fica bem clara para todos. Aprendemos também sobre os contratos padrões que devemos assinar e há ainda um enorme glossário dos termos utilizados na indústria da música.

— Qual será a próxima etapa na sua carreira musical?

Estou à espera de um momento de inspiração que me permitirá partilhar as minhas novas obras e gravações musicais. Encerrei o meu mandato de presidente da Sociedade Cabo-verdiana de Música em 2023 e regressarei à composição de canções. É um bocado difícil encontrar o equilíbrio justo entre a presidência de uma OGC e a criação de obras.



— Valeu a pena?

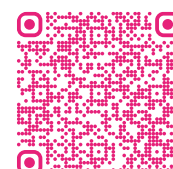
Tivemos a oportunidade e o desafio de criar uma OGC do nada. Foi muito trabalho, muito aprendizado, muita experimentação, muita partilha, muito tempo! Mas estou feliz em ver o sistema a funcionar.

Outra coisa que é verdade é que a minha paixão pelos direitos de autor e pela gestão da PI aumentou 100%. Quero continuar servindo este setor e quero continuar aprendendo. **M**



Solange Cesarovna com vários sócios fundadores e não fundadores da Sociedade Cabo-verdiana de Música na Gala de Inauguração, em 2018.

Esta entrevista é uma combinação editada de duas conversas e foi reduzida para esta edição. Você pode ler o artigo completo no site da Revista da OMPI.



OPINIÃO

Inteligência artificial:

A sinergia entre tecnologia e criatividade

| Geoff Taylor, vice-presidente executivo de inteligência artificial da Sony Music Entertainment

A IA e a criatividade não precisam ser forças opostas. Geoff Taylor, vice-presidente executivo de inteligência artificial da Sony Music Entertainment, enxerga um futuro no qual a inovação tecnológica e os direitos de propriedade intelectual trabalham juntos com base nos princípios do consentimento, da contraprestação, do crédito e da transparência.



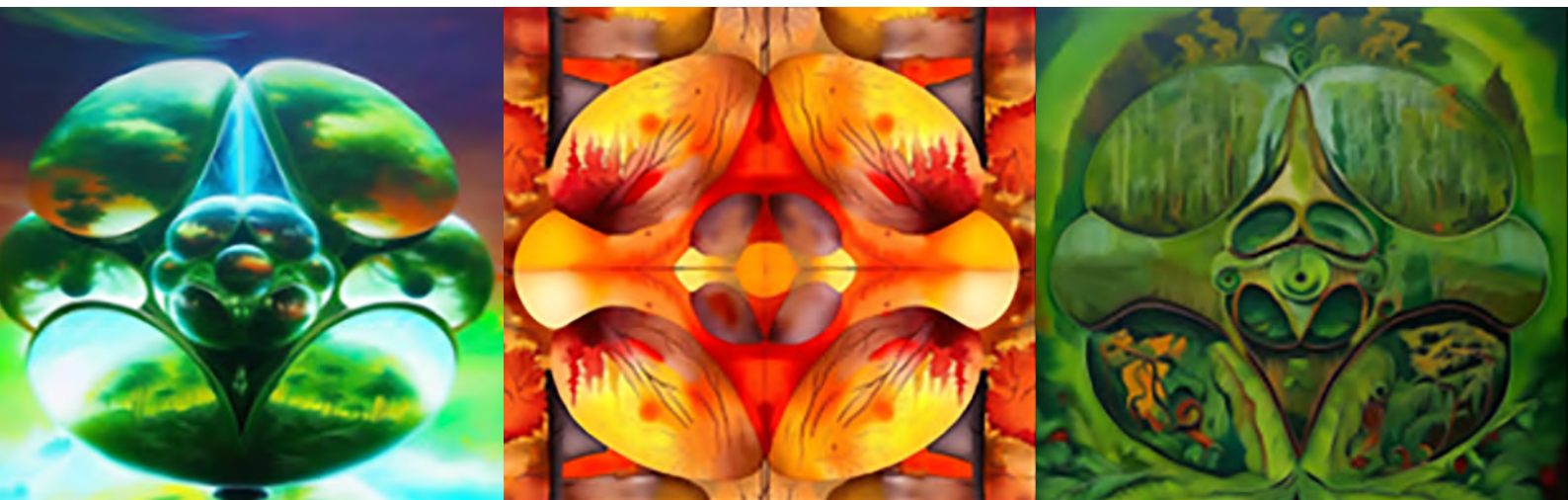


Quase todos os dias lemos notícias sobre a discussão entre empresas de tecnologia e o setor criativo em torno do futuro da inteligência artificial (IA). Isso não é novidade: a tecnologia e a propriedade intelectual (PI) sempre foram vistas como alternativas reciprocamente excludentes. Mas a história nos ensina que essa é uma falsa dicotomia. Como a indústria musical tem sistematicamente demonstrado, existe uma sinergia robusta e positiva entre o avanço tecnológico e o respeito à PI.

Há mais de um século a evolução tecnológica define como artistas e fãs lidam com o setor musical. Hoje, a IA oferece formas totalmente novas de fomentar a criatividade e imaginar novos modelos de negócio. Seu surgimento, no entanto, não vem sem desafios importantes.

Muitos artistas estão vendo seus trabalhos serem usados para treinar modelos de IA e gerar novos conteúdos concorrentes sem autorização, crédito ou contraprestação. Além disso, a voz e a aparência desses criadores estão sendo usadas indevidamente para criar *deepfakes*. Isso prejudica seriamente a capacidade do artista de ganhar a vida e lhe tira o controle sobre sua própria identidade artística. A voz e a imagem são características únicas e simbolizam quem eles são como artistas. A Sony Music é uma empresa que investe no talento humano e tem o compromisso de proteger o trabalho e a criatividade do artista contra o uso indevido decorrente da IA.

**A Sony Music
expediu mais de
75 mil notificações
de remoção de
conteúdo para
proteger seus
artistas contra
deepfakes
e covers de IA.**



A música é uma das invenções mais preciosas da humanidade, conectando-nos pela emoção, inspirando a inovação e promovendo a cultura. Os avanços na música gravada – dos LPs ao Walkman da Sony, passando pelos CDs, iPods e plataformas de streaming – sempre agitaram o ecossistema musical. Cada salto tecnológico, porém, foi sustentado por parcerias entre gravadoras e empresas de tecnologia que ofereceram novas experiências aos fãs, mantendo o respeito à criatividade do artista.

Agora enfrentamos um novo paradigma com a revolução da IA, alimentada pela síntese e a análise de séculos de conhecimento e criatividade do ser humano. Embora as capacidades dos modelos de IA dependam integralmente do pensamento e das ideias humanas, algumas empresas de IA tentam convencer os governos de que deveriam ter o direito de usar gratuitamente todo o produto da criatividade humana. Seu objetivo é usar esses “dados” para gerar novos conteúdos que concorram com os conteúdos legítimos de serviços de consumo existentes, mas sem o principal custo associado a esse tipo de negócio, que é a remuneração dos criadores. Isso representaria uma distorção de mercado injustificável e sem precedentes. Acreditamos que existe uma abordagem melhor e mais sustentável, assentada no respeito mútuo e na colaboração.

Não é justo tomar o trabalho de alguém sem o seu consentimento e criar produtos que podem aniquilar sua sobrevivência.

Nossa visão de futuro da IA baseia-se em parcerias comerciais inovadoras entre empresas criativas e desenvolvedores de IA. Essas parcerias devem respeitar alguns princípios básicos.

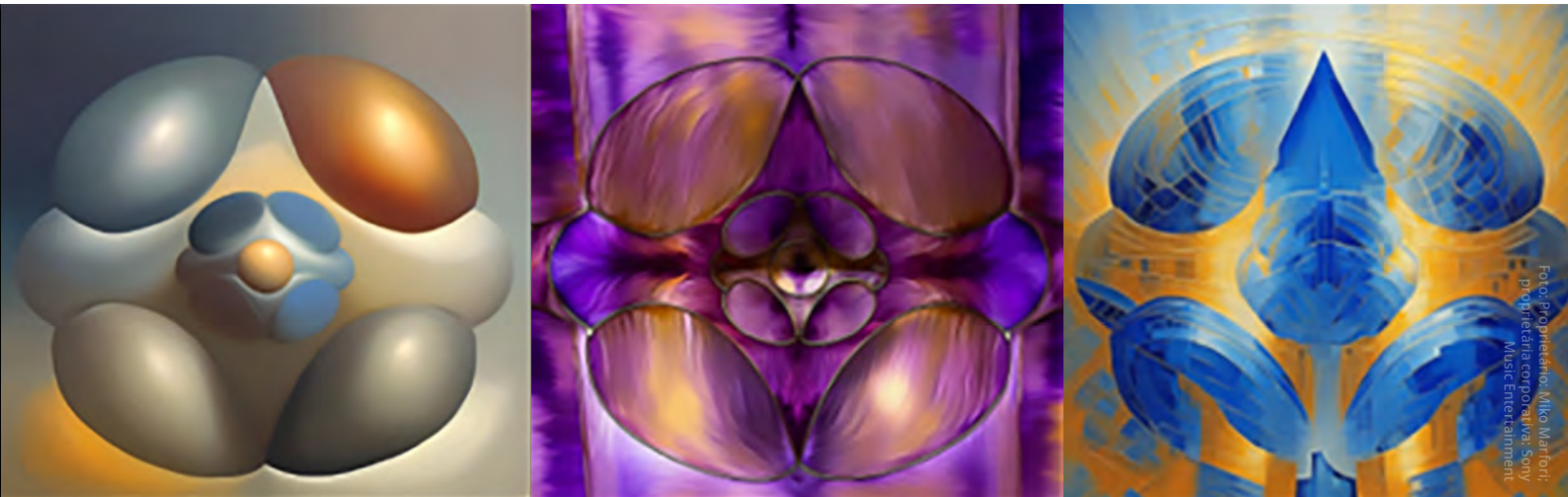
O primeiro é o princípio do consentimento e contraprestação. Os desenvolvedores de IA devem pedir autorização antes de usar o trabalho do artista para treinamento ou clonagem. Não se deve permitir que eles se aproveitem de qualquer obra criativa que encontrem na internet que não tenha sido protegida por seu criador. Sistemas que impõem ao próprio artista o ônus de sinalizar a proibição do uso de suas obras são injustos por princípio e inviáveis na prática. Recompensar criadores por suas contribuições é uma forma de estimular o investimento sustentável na formação de uma nova cultura, o que, por sua vez, incentiva o consumidor a usar a tecnologia.

A atribuição é outro princípio fundamental. Os sistemas de IA devem rastrear e creditar as obras que utilizam, garantindo que os criadores sejam adequadamente reconhecidos e remunerados.

Por fim, temos a transparência. O usuário deve ser informado quando a interação ou conteúdo foi gerado por IA. Isso promove clareza e confiança.

Esses princípios são a base de um ecossistema sustentável que beneficia a tecnologia e os criadores, da mesma forma como parcerias comerciais semelhantes deram origem a 15 anos de inovação e crescimento consistentes decorrentes dos serviços de streaming de música.

A Sony Music já adotou esses princípios em iniciativas de IA éticas e está envolvida em várias negociações sobre o licenciamento de PI para desenvolvedores de IA. Sempre que fizermos isso, dividiremos as receitas provenientes da IA de forma justa com os artistas, assim como fazemos com outros formatos digitais.



Seis exemplos de capas de álbum aprovadas no projeto Metallic Spheres In Colour.

Fãs do The Orb and David Gilmour, por exemplo, foram incentivados a usar IA generativa para criar suas próprias combinações de áudio e arte do álbum *Metallic Spheres*. Em outros projetos, a IA foi usada para alterar imagens de artistas em vídeos.

Infelizmente, até hoje esse tipo de uso responsável de IA ainda é exceção. Muitos desenvolvedores de IA treinam seus modelos com conteúdo protegido por direitos de autor sem qualquer permissão ou remuneração. Há quem diga que se trata de uso legítimo, mas não existe legitimidade em se apropriar da obra de outra pessoa, sem autorização, para criar produtos comerciais cujas receitas não são compartilhadas com os criadores do produto original.

Além disso, a prática não é sensata, pois para permanecer relevante e interessante, a inovação em IA exigirá um fluxo constante de novos conteúdos humanos para produções de IA. É a combinação de inovação cultural e tecnológica que resultará em sucesso.

Por enquanto, a questão mais urgente em relação ao impacto da IA na música é a clonagem não autorizada de voz, ou seja, gravações *deepfake* geradas por IA que usam indevidamente as vozes de artistas. Essas “gravações” confundem os fãs e distorcem a identidade e a reputação dos artistas. A Sony Music já expediu mais de 75 mil notificações de retirada para proteger seus artistas contra *deepfakes* e covers não autorizados de IA, mas o processo de remoção do conteúdo pelas plataformas de streaming é lento, quando acontece.

O tempo é fator fundamental. A IA generativa tem crescido rapidamente, inclusive com a geração de músicas e os vídeos fotorrealistas. Felizmente, o mercado comercial de parcerias de IA vem ganhando força, mas como muitas empresas de IA ainda apostam que poderão obter conteúdos gratuitamente, seu desenvolvimento tem sido limitado.

A lei deve reafirmar claramente que o uso de conteúdo protegido por direitos de autor para treinar sistemas de IA exige licença.

O sucesso da indústria musical com as plataformas de streaming online, fundamentado em um arcabouço legal e acordos de licenciamento claros, oferece um modelo valioso para um resultado equilibrado onde todos saem ganhando. Hoje, mais de 750 milhões de assinantes do mundo inteiro pagam valores acessíveis para acessar vastas bibliotecas de músicas, beneficiando criadores, o setor de tecnologia e os consumidores.

A Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) desempenha um papel fundamental no desenvolvimento de políticas globais de IA que harmonizem direitos de PI e inovação tecnológica. Uma boa proteção da PI e a inovação no livre mercado caminham juntas para garantir que a IA sirva à humanidade, e não o contrário.

Se trabalharmos juntos para incentivar parcerias comerciais entre desenvolvedores de IA e titulares de direitos de PI, poderemos construir um ecossistema em que a tecnologia amplifique a criatividade humana em vez de substituí-la, protegendo nossa cultura comum e garantindo um futuro sustentável para criadores e inovadores em todos os cantos do planeta. **M**

AUTOR CONVIDADO

Royalties musicais:

Como tratar os artistas de forma justa na era de músicas geradas por IA

O crescente recurso à inteligência artificial no setor musical vem suscitando questões sobre a proteção e a remuneração dos artistas cujas obras são usadas para treinar modelos de IA generativa. Será que os próprios modelos podem trazer a solução ao problema?

Dorien Herremans, professora associada e responsável pelo Laboratório de Áudio, Música e IA (AMAAI) da Universidade de Tecnologia e Design de Singapura



Illiatic Suite é considerada a primeira peça musical composta por computador. Lejaren Hiller, compositor e professor da Universidade de Illinois Urbana-Champaign, nos EUA, programou minuciosamente o computador da universidade, o pioneiro Illiac I, para gerar quatro movimentos musicais a partir de probabilidades algorítmicas. Isso se deu nos idos de 1956.

Hoje, com o aumento do poder de cálculo dos computadores e o advento da tecnologia de IA generativa (genAI), você consegue gerar músicas com seu navegador habitual usando unicamente comandos de texto (prompts, em inglês) – e isso, em questão de segundos. Novos modelos de IA generativa, como Suno e Udio, são capazes de criar peças impressionantes, com melodias, harmonias e ritmos requintados, além de timbres masterizados de nível profissional. No entanto, diferentemente do Illiac I, esses modelos são treinados com músicas preexistentes, compostas por seres humanos. Por isso, esse novo recurso de geração de músicas comercialmente viáveis nos obriga a refletir sobre como a indústria deve proteger e remunerar.

O advento dos sistemas de IA generativa suscita uma questão fundamental: como tratar os artistas de maneira justa?

No Laboratório de Áudio, Música e IA (AMAAI) da Universidade de Tecnologia e Design de Singapura, buscamos determinar se novos modelos de IA criados para detectar semelhanças entre peças musicais poderiam proporcionar novas maneiras de distribuir royalties. Em um cenário musical que tende a ser cada vez mais dominado pela IA, essa pesquisa talvez ajude a mudar a maneira de remunerar os criadores e as criadoras.

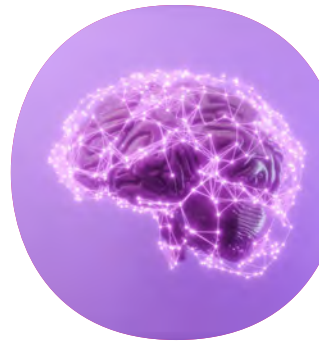
Como aprendemos música: a rede neural original

Composto por cerca de 86 bilhões de neurônios conectados por “pontos de contato” denominados sinapses, o cérebro humano foi a fonte de inspiração para os modelos de IA. Ao longo da

vida, o ser humano é exposto a milhares de músicas. Nosso cérebro aprende implicitamente padrões e expectativas, formando novas conexões sinápticas e fortalecendo as já existentes.

Em ciência cognitiva, esse processo é denominado aprendizagem estatística. Quanto mais o ser humano é exposto a certos padrões – como o intervalo de quinta justa, de dó a sol, comum na música ocidental – mais fortes se tornam essas conexões. Isso nos torna capazes de criar expectativas sobre a música. Por exemplo, quando ouvimos uma nota dissonante, que não pertence a determinada tonalidade, ela contradiz nossas expectativas, fazendo com que a consideremos errada ou inadequada.

Nossa compreensão dessas redes complexas ainda é limitada



Nosso cérebro não armazena peças musicais inteiras, como se fosse uma gravação. Em vez disso, constrói pontos de contato neurais que codificam padrões e estruturas presentes na música. Esses pontos de contato nos permitem reconhecer e antecipar melodias e harmonias. Quando cantarolamos ou compomos, não estamos relembando determinada gravação, mas construindo a música de maneira dinâmica, com base nos padrões aprendidos..

Como criar música com IA

As redes de *deep learning* (aprendizado profundo) funcionam de maneira semelhante. As redes neurais artificiais se inspiram na biologia humana, principalmente na teoria do conexionismo, cujo postulado é que o conhecimento emerge do fortalecimento das conexões (sinapses) entre as unidades de processamento do cérebro (neurônios).

Durante o treinamento, as redes neurais artificiais são alimentadas com milhares de peças musicais. Essas peças não são armazenadas. As redes

aprendem a relação estatística entre seus elementos musicais, do mesmo modo que nosso cérebro aprende padrões por meio da exposição aos sons.

Ao final do treinamento, não obtemos um banco de dados musical, mas um conjunto de parâmetros de peso que codificam os pontos de contato estatísticos necessários para formar a estrutura musical. Esses pesos podem ser interpretados como a força das sinapses no cérebro. No momento de gerar música, a rede faz a inferência. A partir de uma entrada – geralmente um comando de texto – a rede examina a distribuição estatística aprendida para produzir novas sequências.

No entanto, esses conjuntos de pesos podem conter bilhões de parâmetros, o que os transforma numa autêntica “caixa preta” (sistema de IA cujo funcionamento interno é obscuro) que é difícil de interpretar.

Com o intuito de entender melhor essas redes, os pesquisadores desenvolveram novas técnicas, como a SHAP (SHapley Additive exPlanations) e a LRP (Layer-wise Relevance Propagation), mas nossa compreensão dessas redes complexas ainda é limitada.

Gerador ético de música criada por IA a partir de texto

A essa incompreensão se adiciona outro problema: a ausência de transparência nos sistemas comerciais. No Laboratório AMAAI, criamos o Mustango, um modelo de transformação de texto em música controlável e de código aberto, parecido com o MusicGen da Meta, mas treinado exclusivamente com dados do Creative Commons.

O código aberto não é a norma nessa área. Modelos comerciais, como Suno e Udio, não divulgam os dados utilizados para treinamento, nem os detalhes de seus modelos. Isto traz à tona questões importantes sobre como devemos tratar os direitos autorais para favorecer o desenvolvimento de uma IA ética no setor musical. O problema é ilustrado por processos recentes, como o movido pela associação da indústria fonográfica dos EUA (RIAA, na sigla em inglês): Recording Industry Association of America vs. Udio e Suno (junho de 2024).

Se o modelo tiver sido treinado com músicas de Taylor Swift e de artistas menos conhecidos, todos devem ser remunerados da mesma forma?

Como as redes neurais – diferentemente dos bancos de dados – não armazenam as músicas usadas para treinamento, mas internalizam padrões estatísticos, é difícil determinar se certas músicas foram usadas para treinar um modelo. Além disso, como as empresas de IA podem apagar facilmente seus dados de treinamento, as auditorias são praticamente impossíveis.

No Laboratório AMAAI, buscamos maneiras de verificar se os modelos foram treinados com determinadas músicas. Para isso, empregamos novas técnicas, como ataques de inferência de associação e análise de perturbação. Nesta última, por exemplo, fazemos pequenas mudanças em uma música e observamos como o modelo reage. Reações fortes indicam que a IA foi exposta a essa música durante o treinamento.

O setor musical precisa se adaptar rapidamente. Precisamos refletir sobre tecnologias que nos ajudem a favorecer práticas éticas de treinamento.





A prof. Dorien Herremans e seu colega prof. Soujanya Poria demonstram o Mustango, um modelo desenvolvido por eles que converte texto em música, ao também prof. Phoon Kok Kwang, presidente da Universidade de Tecnologia e Design de Singapura.

Licenciamento de conjuntos de dados musicais para aprendizado de máquina

O advento dos sistemas de IA generativa suscita uma questão fundamental: como tratar os artistas de maneira justa? A menos que os tribunais considerem válida a argumentação de que músicas protegidas por direitos autorais podem ser usadas livremente para treinar modelos de IA, já que as ouvimos em todo lugar e a qualquer hora, os sistemas comerciais de IA generativa devem obter licenças para usar os conjuntos de dados musicais em seu treinamento. No entanto, como não existe um mecanismo universal padronizado de licenciamento, as pequenas startups e os laboratórios acadêmicos ficam em uma situação difícil. Sem acesso a grandes conjuntos de dados, eles enfrentam grandes dificuldades para treinar modelos ou disponibilizar seus pesos como código aberto, o que acaba retardando o progresso tecnológico. A falta de clareza jurídica em relação a tais questões faz com que essas entidades mais frágeis evitem correr o risco de enfrentar processos judiciais.

Além disso, a aquisição de grandes conjuntos de dados juridicamente seguros geralmente exige um investimento inicial considerável, o que exclui as empresas de tecnologia de pequeno porte.

Remuneração dos artistas pelo uso de suas músicas no treinamento de modelos de IA

Existem também outras questões relativas à criação de modelos de licenciamento. Por exemplo, se o modelo tiver sido treinado com

hits de Taylor Swift e músicas de artistas menos conhecidos, todos devem ser remunerados da mesma forma? Uma taxa única de licenciamento talvez não seja a solução. Uma opção mais equitativa poderia ser o uso de um mecanismo dinâmico que estabeleça o quanto cada música contribui para a obra gerada pela IA.

Se o usuário digitar o comando “criar uma música com o estilo de Taylor Swift”, o resultado gerado será semelhante às composições da artista. Nesse caso, deveríamos atribuir a influência em função da semelhança, garantindo que o artista cuja música influenciou mais significativamente o resultado final seja remunerado? Para que isso seja possível, precisamos de avanços técnicos, incluindo modelos de similaridade extremamente precisos que possam nos ajudar a conceber um modelo de atribuição dinâmico e justo.

O Processamento de Linguagem Natural (PLN) fornece a base para esses indicadores de similaridade. Como os modelos de aprendizado de máquina são incapazes de trabalhar diretamente com palavras, nós as traduzimos em vetores numéricos antes de alimentar os modelos, em um processo denominado embedding, ou incorporação em português. Os vetores são basicamente coordenadas multidimensionais. Ao estudar modelos pioneiros, como o word2vec, pesquisadores perceberam que em contextos semelhantes as palavras ocupam posições vetoriais semelhantes, de acordo com a hipótese da semântica distribucional.

Na área musical, usamos um processo de incorporação semelhante para representar o áudio. No Laboratório AMAAI, pesquisamos

maneiras de fazer a sintonia fina dessas incorporações a fim de criar indicadores de similaridade musical úteis, capazes de se concentrar em timbre, melodia, harmonia, ritmo e até mesmo no próprio comando digitado. A capacidade desses indicadores pode ser ampliada para detectar plágio. No entanto, essa pesquisa ainda enfrenta dificuldades devido à ausência de regras e conjuntos de dados claramente definidos para identificação de plágio.

Como aumentar a criatividade humana com IA generativa aplicada à música

Na conferência ISMIR 2024 (Sociedade Internacional de Recuperação de Informações Musicais), palestras como a de Ed Newton-Rex, fundador da organização sem fins lucrativos Fairly Trained, cujo objetivo é garantir que os artistas sejam remunerados pelas músicas de sua autoria utilizadas para treinamento de modelos, reforçaram o clamor pelos direitos dos artistas e pela necessidade de ferramentas de IA que empoderem os criadores musicais, ao invés de substituí-los. Em vez de modelos concebidos somente para gerar música, a IA poderia ser direcionada para o aprimoramento do processo criativo dos compositores, e atuar como uma colaboradora, fornecer ideias para a harmonização, acelerar fluxos de trabalho, preencher fragmentos melódicos curtos e muito mais.

Do mesmo modo que a revolução deflagrada pelo iPod e pelo streaming musical, a atual revolução da IA, que é provavelmente ainda mais abrangente e complexa, obriga a indústria musical a se adaptar rapidamente. Nesse processo, devemos refletir sobre tecnologias que nos ajudem a favorecer práticas éticas de treinamento.

A primeira apresentação pública da “Illiad Suite”, em 1956, causou grande controvérsia. Um espectador chegou a prever um futuro desprovido de criatividade humana. Atualmente, os modelos de IA generativa aplicados à música causam reações semelhantes, tanto no meio artístico quanto na seara do licenciamento. Mas essas novas tecnologias fascinantes também podem contribuir para o desenvolvimento de ferramentas colaborativas que, em vez de prejudicar, aprimorem os processos criativos dos artistas e garantam que sejam remunerados de maneira justa. **M**

Dorien Herremans é uma pesquisadora belga especializada em IA aplicada à música e professora associada da Universidade de Tecnologia e Design de Singapura (SUTD), onde é responsável pelo Laboratório de Áudio, Música e IA (AMAAI). Herremans vem trabalhando há vários anos nas áreas de geração automática de música e computação afetiva. Suas pesquisas já foram publicadas na revista *Vice* e em mídias francesas e belgas, entre outras. Em novembro de 2024, a pesquisadora participou de um painel no fórum Diálogo da OMPI, abordando o tema: “AI Output: To Protect or Not to Protect – That Is the IP Question” (Conteúdos gerados por IA: proteger ou não proteger, eis a questão da PI).



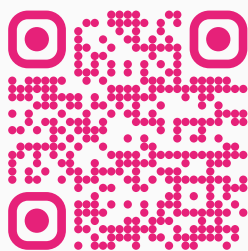
Compartilhe o seu conhecimento em propriedade intelectual com um público global.

A Revista da OMPI se conecta com profissionais das áreas jurídica, administrativa, acadêmica e de políticas e publica todas as contribuições em oito idiomas.

Estamos em busca de análises claras e perspectivas inovadoras sobre as questões relacionadas à propriedade intelectual que contribuem para moldar o mundo atual.

Tem uma história para contar?

Envie sua proposta para a Revista da OMPI



WIPO



A proteção dos direitos de autor na indústria da música na China

Qinqing Xu, professora de Direito de Propriedade Intelectual, Universidade de Manchester

Desde 1991, a China vem dando grandes passos em matéria de proteção dos direitos de autor musicais. Em um mundo em que a digitalização e a IA ocupam cada vez mais espaço, como plataformas, OGC e novos regulamentos estão moldando o futuro da indústria?

O mercado da música na China, em franca expansão, ocupa a quinta posição entre os dez maiores do mundo. Como Estado membro da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), a China, nas últimas décadas, tem se empenhado com afinco em proteger os direitos de autor musicais. Foi em 1991 que entrou em vigor a primeira lei do direito de autor do país e, desde então, os regulamentos são atualizados constantemente.

As mudanças contínuas na indústria da música seguem apresentando desafios. Assim como outras jurisdições, entre as quais o Reino Unido e a União Europeia, a China enfrenta o problema da baixa remuneração para os criadores de música, juntamente com outras questões advindas da digitalização e da inteligência artificial (IA). Além disso, o mercado chinês tem também seus próprios desafios.

Atualmente, as agências administrativas que tratam dos direitos de autor na China estão atuando em conjunto para abordar os desafios do mercado da música moderno.

Histórico da regulamentação e planos governamentais

A Lei do Direito de Autor foi alterada três vezes: em 2001, 2010 e 2020. Em 2021, o governo lançou também o Esquema para a Construção de uma Potente Nação de Propriedade Intelectual, no qual apresentou suas metas para a proteção da propriedade intelectual (PI), inclusive o direito de autor, até 2035. A Administração Nacional do Direito de Autor da República Popular da China (NCAC) planeja lançar seu plano de cinco anos sobre o direito de autor em 2026. Em 2023, algumas questões relacionadas com a gestão coletiva foram debatidas na nona Expo Internacional dos Direitos de Autor da China.

Em 2005, com o florescer do mercado da música digital, a NCAC juntou-se à Administração do Ciberespaço da China, ao Ministério da Indústria e Tecnologia da Informação e ao Ministério da Segurança Pública, para lançar a campanha “Jianwang” (Rede de Espadas), visando combater a violação dos direitos de autor e a pirataria online. Emitiu, ao mesmo tempo, um aviso destinado aos fornecedores de serviços musicais on-line para que interrompessem a distribuição não autorizada de obras musicais.

A campanha permitiu avanços significativos nos esforços para combater a pirataria online, mas a evolução para a música digital licenciada consolidou o poder nas mãos das plataformas de streaming e das empresas de música. Por esse motivo, em 2017, a NCAC fez um apelo para que grandes empresas de música nacionais e internacionais, incluindo Universal Music Group, Warner Music Group e Sony Music, garantissem que os regimes de licenciamento de música fossem justos, e desaconselhou o licenciamento exclusivo dos direitos de autor.

Por outro lado, o esforço para regulamentar o licenciamento exclusivo dos direitos de autor na música fortaleceu, de maneira inadvertida, a

dominação das plataformas relacionadas com música. Os músicos muitas vezes transferiam seus direitos para as gravadoras, que então negociavam contratos de licenciamento com serviços de streaming como o Tencent Music Entertainment (TME), que é a maior empresa de música da China e a detentora de quatro grandes plataformas de streaming: QQ Music, Kugou Music, Kuwo Music e WeSing.

Empresas como a TME não apenas desempenham o papel de empresários e distribuidores de obras musicais, como podem também deter uma participação sobre os direitos de autor. Por exemplo, a TME e seus coinvestidores adquiriram 20% do Universal Music Group em 2020 e 2021, reforçando seu domínio de ativos musicais mundiais. A TME declarou uma receita de 7,02 bilhões de iuanes (aproximadamente US\$ 1 bilhão) no terceiro trimestre de 2024, mas não se sabe que parcela desses lucros foi revertida para os músicos. Vale salientar que, em 2021, a Administração do Estado para o Regulamento do Mercado alegadamente multou a TME por violação da lei do país contra a concorrência desleal.

Muitos músicos chineses mantêm-se relevantes por meio de aparições em reality shows e programas de variedade

Outro importante ator da indústria é a Mango TV, que se apoiou em seus programas musicais exclusivos para ampliar sua influência no mercado. Ao contrário da TME, a Mango TV oferece um vasto leque de programas de variedade, filmes e conteúdos de



entretenimento. Seus programas musicais, de popularidade crescente, apresentam com frequência os principais artistas chineses, grupos de ídolos e estrelas em ascensão. Seu portfólio inclui nove temporadas de *Singer*, de 2013 a 2024, *Infinity and Beyond* e *Time Concert*. Na China, os fãs de música precisam pagar para ter acesso a esses programas exclusivos da Mango TV. Com o lançamento de *Singer* 2024, o preço da ação da Mango Super Media, a empresa detentora da Mango TV, aumentou 12%.

A ascensão de novos músicos na China

Antes do sucesso dos reality shows musicais, o mercado de música chinês girava em torno dos cantores famosos, da mídia tradicional e canais offline, e dos álbuns. A proliferação dos programas musicais alçou à fama pessoas até então desconhecidas. Mao Buyi, ex-estudante de enfermagem, apareceu na TV pela primeira vez como participante do programa *The Coming One*, em 2017. Mao Buyi venceu a competição e, com isso, atraiu a atenção do país inteiro. Em seguida, gravou músicas originais que se tornaram sucessos imediatos, como “Xiao Chou” e “People Like Me” – esta última foi tocada mais de 10 milhões de vezes nas 24 horas seguintes ao seu lançamento.

Além do lançamento de álbuns tradicionais, muitos músicos chineses mantêm-se relevantes por meio de aparições em reality shows e programas de variedade. Um excelente exemplo disso foi o ressurgimento de um grupo de participantes que fizeram sua primeira aparição no concurso televisivo *Happy Boy*, em 2007. Em 2022, Chen Chusheng, Wang Zhengliang, Lu Hu, Wang Yuexin, Su Xing e Zhang Yuan se reencontraram em outro reality show, *Welcome to the Mushroom House*, com o nome 0713, que fazia referência às classificações

que obtiveram no concurso de 2007, quando ficaram entre os 13 melhores. A amizade entre eles, o humor e o carisma atraíram grandes públicos, o que os levou a atuar no programa de variedades da Mango TV chamado *Go for Happiness*. Surfando na onda dessa popularidade renovada, o 0713 lançou músicas novas, atraindo os fãs nostálgicos, mas também um público novo. O sucesso do grupo levou-o a novas participações em reality shows, campanhas de endosso de marca e turnês, fazendo deles um caso de volta notável na recente história da indústria da música chinesa.

Perspectivas futuras

Em novembro de 2024, a Oitava Conferência Nacional sobre a Proteção e o Desenvolvimento do Direito de Autor no Ambiente Digital, que ocorreu em Guiyang, abordou as preocupações emergentes na área do direito de autor, inclusive o impacto da IA. A conferência concluiu-se por um apelo pelo desenvolvimento de uma indústria da música digital de alta qualidade. Durante o evento, a Associação de Editoras Audiovisuais e Digitais da China (CADPA), a Sociedade do Direito de Autor da China (CSC), empresas, plataformas de música digital e músicos independentes lançaram, numa ação conjunta, a Convenção Autodisciplinar da Indústria para a Concorrência Leal no Mercado dos Direitos de Autor da Música Digital. Essa iniciativa reforça o compromisso de manter uma concorrência leal no mercado da música digital, evitar contratos de licenciamento de direitos de autor exclusivos, estabelecer taxas de licenciamento de direitos de autor justas e melhorar as operações das OGC.

O crescimento e a prosperidade do mercado de música chinês não dependem unicamente da produção criativa dos músicos, mas também de fatores como o papel dos serviços de streaming, a influência das plataformas

de TV e um trabalho contínuo para atualizar os regulamentos da indústria. Será crucial para todos o desenvolvimento de um regime mais justo para os músicos e de um ambiente de maior cooperação entre as empresas interessadas e as OGCs. **M**



Foto: Getty Images/Asia-Pacific Images Studio

Qinqing Xu é professora adjunta de direito da propriedade intelectual na Universidade de Manchester, Reino Unido. Seus interesses de pesquisa concentram-se em torno dos direitos de autor, incluindo a gestão coletiva das obras musicais, e abrangem um vasto leque de outros assuntos, como a PI e os videogames. Sua monografia, *Collective Management of Music Copyright: A Comparative Analysis of China, the United States and Australia* (A Gestão Coletiva dos Direitos de Autor Musicais: Uma Análise Comparativa de China, Estados Unidos e Austrália), foi publicada em 2023.

A detailed oil painting of Johann Christian Bach, showing him from the chest up. He has light-colored, powdered hair styled in a wig, and a serious expression. He is wearing a dark brown coat over a white cravat with a blue and gold patterned scarf. The background is dark and indistinct.

AUTOR CONVIDADO

O processo judicial do século XVIII que mudou para sempre a lei de direitos de autor sobre obras musicais

| Eyal Brook, sócio e diretor do Departamento de Inteligência Artificial, S. Horowitz & Co

Quando Johann Christian Bach processou uma editora não autorizada na Londres do século 18, ele obteve o reconhecimento jurídico das obras musicais como propriedade intelectual. De acordo com Eyal Brook, a vitória de Johann ainda repercute na atual paisagem da música digital.



Poucos eram aqueles que, nas salas de concerto da Londres do século 18, podiam então imaginar que aquelas notas musicais a flutuar no ar viriam a tornar-se o objeto de um dos embates judiciais de maior repercussão da história. Foi, porém, naquela época que o conceito de “obra musical” como propriedade legal foi, pela primeira vez, levado aos tribunais.

A história da relação entre a música e a lei do direito de autor revela mudanças profundas nas maneiras como percebemos criatividade, autoria e a natureza da expressão musical. Desde as partituras de séculos passados, manuscritas a pena e tinteiro, até as modernas composições geradas com algoritmos, a questão sobre quem detém a propriedade sobre uma criação musical – e, até mesmo, o que constitui tal criação – continua reverberando por entre nossas estruturas jurídicas e nosso entendimento filosófico.

O nascimento da obra musical

Pode parecer improvável, mas o filho mais jovem do lendário Johann Sebastian Bach é um dos protagonistas da história do direito de autor na música.

Em 1763, Johann Christian Bach recebeu um privilégio real que lhe concedia direitos exclusivos para a publicação de suas composições durante 14 anos. Atuando inicialmente como seu próprio editor musical, Bach lançou os trios “Op. 2” e as sinfonias “Op. 3” pelo selo que ele mesmo criou, antes de se interessar por outras empreitadas, valendo aqui destacar sobretudo a série de concertos que dirigiu com o amigo Carl Friedrich Abel nos Jardins de Vauxhall, em Londres. O sucesso, contudo, costuma gerar imitações. Em 1773, Bach descobriu que a editora Longman & Lukey tinha obtido cópias de suas obras musicais e as estava vendendo sem permissão, colhendo lucros substanciais graças ao trabalho criativo do compositor.

Ao contrário de muitos compositores da época, que provavelmente teriam aceitado aquela prática bastante comum então, Bach dispunha tanto dos meios financeiros como da determinação necessária para pôr aquilo em causa pelos canais legais.

Por intermédio de seu advogado, Charles Robinson, Bach apresentou uma queixa formal, declarando ter “composto e escrito uma certa composição musical para cravo intitulada uma ‘sonata’” e que, “desejoso de publicar a referida obra ou composição musical”, tinha requerido e obtido um “privilégio real”.

O documento descrevia como a editora tinha, “por meios indevidos, obtido cópias” e “sem a licença e o consentimento deste vosso enunciador imprimido, publicado e vendido, por um lucro muito alto, diversas cópias” da obra dele.

O que se seguiu foi uma odisseia judicial de quatro anos, que transformaria a lei dos direitos de autor. Bach e seu colaborador Abel, por intermédio de um advogado, moveram duas representações criminais contra a editora, sem no entanto lograr êxito.

Ao compreender que o seu privilégio real oferecia uma proteção insuficiente, já que perdia a validade com o tempo, Bach mudou de estratégia e apresentou um embargo de declaração para estabelecer que as composições musicais se enquadravam no âmbito do Estatuto da Rainha Ana.

Por essas palavras, nascia oficialmente a “obra musical”

Em 1777, a causa chegou ao King’s Bench – isto é, a Corte Real – onde foi julgada por Lord Mansfield, juiz conhecido por sua interpretação progressista da lei do direito de autor. Sua decisão foi nada mais nada menos que revolucionária:

“As palavras do Ato do Parlamento são muito abrangentes: ‘livros e outros escritos’. Não se restringe à linguagem ou às letras. A música é uma ciência: pode ser escrita; e o modo de transmitir as ideias é por sinais e marcas. (...) Nós somos da opinião de que uma composição musical é um escrito nos termos do Estatuto do 8º Ano da Rainha Ana.” (Bach v. Longman, 98 Eng. Rep. 1274 (K.B. 1777)) (Eng.).

Por essas palavras, nascia oficialmente a “obra musical”. Lord Mansfield certificou que a música estava protegida pela lei do direito de autor,

dissipando todas as dúvidas anteriores sobre o assunto e assegurando que Bach fosse lembrado não somente por suas composições, mas também pelo fato de ter mudado a visão da lei com relação à arte da música.

É impossível superestimar o significado do caso Bach v. Longman, que, durante mais de 60 anos, permaneceu o principal caso sobre a questão, e que estabeleceu um precedente para uma interpretação mais ampla da lei dos direitos de autor, estendendo-a a qualquer obra que pudesse ser considerada um livro ou uma forma de escrita.

A decisão precedeu a Lei Britânica do Direito de Autor de 1842, que foi outra vitória significativa para os compositores, já que prolongava de 14 para 42 anos a titularidade do direito de autor, incluindo, além disso, os direitos exclusivos de execução pública e de publicação das composições musicais.

A Convenção de Berna de 1886 promoveu essas proteções no nível internacional. Embora não determine aquilo que se pode classificar de obra, ela define como obras protegidas “todas as produções do domínio literário, científico e artístico, qualquer que seja o seu modo ou forma de expressão”.

Na lista da Convenção de Berna de obras protegidas constam “as obras dramático-musicais” e “as composições musicais com ou sem palavras”. Esses conceitos aplicam-se ainda às óperas, aos musicais e a todos os tipos de obras musicais dos dias atuais.

A evolução das definições

As obras musicais ainda ocupam um espaço único. “Mais que quaisquer outras atividades artísticas, a música possui propriedades etéreas que se infiltram e se impregnam em várias facetas da nossa existência, de maneira complexa”, escreve J. Michael Keyes em seu artigo de 2004 “Musical Musings: The Case for Rethinking Music Copyright Protection”.

A referida complexidade conduziu a modelos divergentes em diferentes jurisdições. No Reino Unido, a Lei Imperial do Direito de Autor, de 1911, implementava a norma estabelecida pela Convenção de Berna, mas não definia o termo “obra musical”. A Lei do Direito de Autor de 1956 mantinha o mesmo silêncio.

Foi somente em 1988, com a Lei do Direito de Autor, de Desenhos Industriais e de Patentes, que o direito britânico articulou que uma obra musical consistia em “música, excluindo quaisquer palavras ou ações destinadas a ser cantadas, recitadas ou interpretadas com a música”.

Os Estados Unidos seguiram um movimento semelhante de reconhecimento gradativo. A sua primeira Lei do Direito de Autor, de 1790, não mencionava as composições musicais, fazendo apenas referência a “mapas, cartas e livros”. A lei dos Estados Unidos de então tinha como principal foco o conhecimento, em vez da criatividade e da arte. Foi somente em 1831 que a melodia e o texto receberam proteção jurídica e, ainda assim, a lei permaneceu em silêncio com relação ao processo criativo subjacente às obras musicais.

Posteriormente, como observa David Suisman em seu livro “Selling Sounds: The Commercial Revolution in American Music”, publicado em 2009, a Lei do Direito de Autor de 1909 “fixou o curso da lei do direito de autor estadunidense para a maior parte do século XX. Mas embora a lei fizesse referência aos rolos de pianola e aos fonogramas como sendo ‘cópias’ de música protegida pelo direito de autor, no âmbito da lei, ela não fazia dos sons propriamente ditos objeto do direito de autor. (...) A música dos rolos de pianola e dos fonogramas estavam inscritas na lei não como som, mas como ‘texto’.”

Quando as notas se tornaram números

As ambiguidades em torno das obras musicais foram drasticamente ampliadas pelas mudanças tecnológicas. Uma das principais evoluções ocorreu na relação entre a notação escrita e o som propriamente dito. Visto que, ao longo da história, a única maneira de se preservar música era por meio da notação musical por escrito, a titularidade dos direitos de autor sobre obras musicais se desenvolveu como uma forma de propriedade intelectual incorporada em textos musicais, ou seja, nas partituras.

No entanto, a emenda de 1971 à Lei do Direito de Autor dos Estados Unidos estendeu a proteção ao som gravado. Também se faz essa distinção na Convenção de Roma e em outras jurisdições do direito romano-germânico, que tratam os produtores de fonogramas como titulares de direitos conexos. Os fonogramas recebem a proteção do direito de autor como obras independentes, para além da proteção concedida à obra musical materializada nos próprios fonogramas. Trata-se do único campo artístico protegido pelo direito de autor em que existe uma distinção entre a obra e seu formato gravado.

Há, contudo, uma nova camada de complexidade na era moderna: quando os novos direitos foram reconhecidos para proteger os fonogramas no século XX, os direitos fonográficos foram

Quando um algoritmo gera uma nova composição, quem detém os direitos de autor dessa obra?

“Salve Regina”, de Johann Christian Bach, composição musical conservada na Biblioteca Britânica, em Londres, como parte do manuscrito Add MS 29293.



investidos na gravadora ou no empresário que encomendava a gravação. Surgiu assim uma nova mercadoria, a gravação matriz; o criador, no entanto, ainda não era reconhecido.

Atualmente, com a democratização da produção de música graças às tecnologias de gravação e de distribuição digitais, tem-se debatido se uma obra gerada por IA pode ser protegida pelo direito de autor ou ser objeto de direitos conexos.

As tecnologias digitais reuniram ferramentas que antes estavam separadas: os instrumentos, os equipamentos de gravação e os computadores. Esse fato alterou de maneira fundamental tanto o processo criativo como o nosso conceito de propriedade dentro desse processo.

A era digital deu origem a formas inteiramente novas de criatividade musical, expressas por meio de conceitos radicalmente diferentes daqueles de épocas passadas.

Música gerada por IA e direitos de autor

Quando olhamos para o futuro, é possível perceber que o advento da inteligência artificial na composição musical introduz provavelmente o mais profundo questionamento, até hoje, de nossos conceitos de autoria musical e direito de autor.

Quando um algoritmo que foi treinado com milhares de obras de criação humana gera uma nova composição que parece indistinguível de uma obra por um compositor humano, quem detém o direito de autor dessa obra, se é que alguém o detém?

Essa pergunta faz eco às questões fundamentais levantadas no caso Bach v. Longman, mas com novas dimensões que os juízes do século 18 nunca podiam ter imaginado.

Assim como Lord Mansfield teve de determinar se a notação musical podia ser considerada um “escrito”



Vista panorâmica dos Jardins de Vauxhall, Londres. Gravura em aquarela colorida à mão, de John S. Müller, à maneira de Samuel Wale, c. 1751.

nos termos do Estatuto da Rainha Ana, os tribunais de hoje devem debater se a música gerada por IA constitui ou não uma obra de autoria.

Esse desafio é ainda mais complexo porque os sistemas de IA rompem com as noções tradicionais de criatividade. À medida que os humanos criam os algoritmos e fornecem os dados de treinamento, a IA gera música nova com cada vez mais autonomia.

Isso levanta questões profundas sobre se as estruturas tradicionais do direito de autor podem assimilar esses desenvolvimentos tecnológicos ou se são necessários modelos inteiramente novos.

A sinfonia inacabada

A jornada desde o caso histórico de Bach até os desafios atuais relativos à tecnologia digital e à IA revela um padrão consistente: a lei do direito de autor precisa perpetuamente acompanhar as mudanças tecnológicas e as evoluções dos conceitos de criatividade.

A história do direito de autor na música é, em diversos aspectos, a história das tentativas de se definir o indefinível: captar em linguagem jurídica a essência elusiva da criatividade musical.

Desde a decisão de Lord Mansfield de que a música “pode ser escrita; e o modo de transmitir as ideias é por sinais e marcas”, e desde a incorporação das obras musicais, ainda que sem definição precisa, na Convenção de Berna, até as leis modernas que separam a composição da gravação, cada estrutura jurídica reflete as realidades tecnológicas e as premissas filosóficas de seu tempo.

Neste momento em que nos encontramos no limiar da revolução da IA para a criação musical, o aprendizado mais valioso de toda essa história talvez não seja nenhuma doutrina jurídica em específico, mas antes o reconhecimento de que nossos conceitos de obras musicais, ao contrário de fixos, estão sempre evoluindo.

Imaginemos o que teria acontecido se os negociadores da Convenção de Berna tivessem decidido definir o termo em 1886. A “obra musical” como conceito jurídico nasceu da determinação de Johann Christian Bach de fazer valer seus direitos criativos, e segue transformando-se com cada novo desenvolvimento tecnológico e inovação artística.

O desafio para a lei dos direitos de autor no século XXI é seguir cumprindo a finalidade fundamental dos direitos de autor: reconhecer e recompensar a criatividade humana em todas as suas formas. Será necessário para isso não só engenhosidade jurídica, mas também a vontade de reconsiderar os nossos pressupostos mais básicos sobre o que é música e como ela surge.

O legado de Bach, portanto, não é apenas o precedente que o compositor estabeleceu, mas o debate contínuo que iniciou: uma sinfonia inacabada de pensamento jurídico que segue evoluindo com cada nova revolução tecnológica e cada novo movimento artístico.

Ao enfrentarmos os desafios da IA e de quaisquer tecnologias que a possam seguir, seria bom lembrarmos-nos de que as questões que nos colocamos hoje sobre titularidade e criatividade fazem eco àquelas levantadas pela primeira vez num tribunal londrino quase 250 anos atrás, por um compositor determinado a reivindicar aquilo que acreditava ser seu de direito. **M**

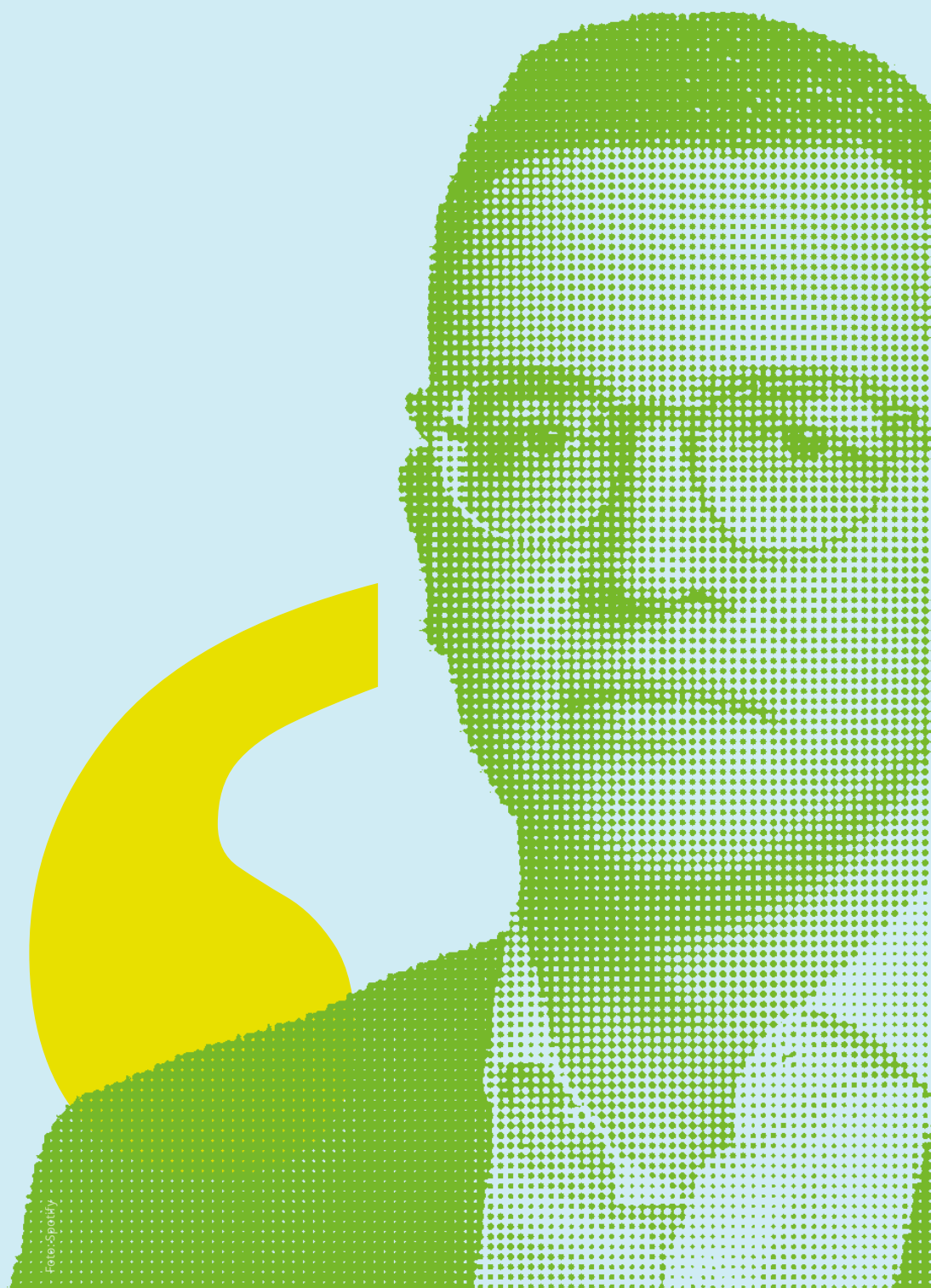
O desafio para a lei dos direitos de autor no século XXI é seguir cumprindo a finalidade fundamental dos direitos de autor: reconhecer e recompensar a criatividade humana em todas as suas formas.

Eyal Brook chefia o Departamento de Inteligência Artificial do escritório S. Horowitz & Co e já escreveu muito sobre a autoria musical na era da IA. É pesquisador sênior do Centro Shamgar de Direito Digital e Inovação, da Universidade de Tel Aviv, e professor adjunto, ministrando cursos sobre direito, música e inteligência artificial na Universidade de Reichman e na Ono Academic College.

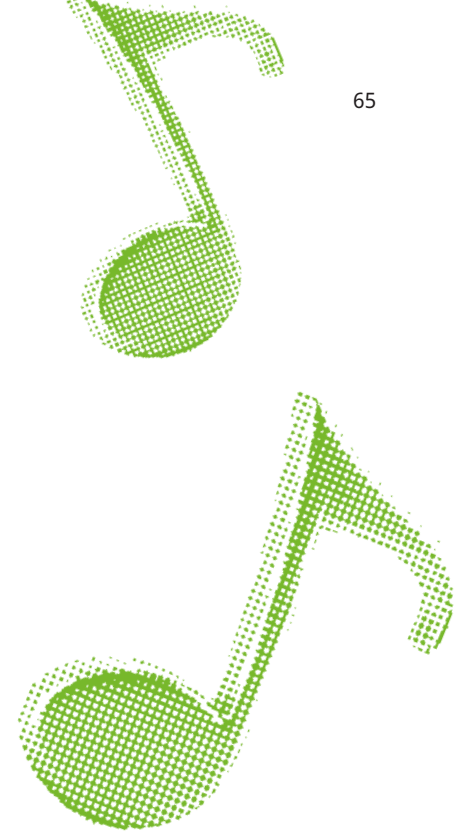
Os bastidores da cena
musical na região do MENA:

Uma conversa com Imad Mesdoua, do Spotify

“



De acordo com o Loud & Clear, o relatório anual do Spotify sobre a economia da música, artistas do mundo inteiro estão alcançando um sucesso sem precedentes em diversos idiomas e regiões. A região do Oriente Médio e Norte da África (MENA) registrou crescimento recorde nas receitas de música gravada, colocando-a no topo da indústria musical global. Em entrevista à Revista da OMPI, Imad Mesdoui, diretor de assuntos públicos do Spotify para o Oriente Médio e África, explica os principais fatores por trás do crescimento do setor musical da região e revela a “fórmula secreta” que ajuda a plataforma de streaming a transformar talentos e artistas locais em fenômenos globais.



— **Você é um ex-analista político e um autodeclarado pan-africanista. O que o atraiu para o Spotify?**

É um trabalho dos sonhos porque, no meu cargo, eu faço inúmeras coisas que considero importantes. Faz muito tempo que uso o Spotify e sempre senti uma conexão muito forte com a música, as artes e questões políticas relacionadas à cultura e identidade. Eu venho da Argélia, um país que fica na interseção entre a África e o mundo árabe. Viver nessas duas regiões despertou em mim um grande desejo de unir culturas e amplificar vozes locais. O que mais me fascina nesse cargo é a oportunidade de apoiar indústrias criativas nas regiões que fizeram de mim quem eu sou.

— **Apesar dos desafios, a indústria musical vem registrando níveis recordes de crescimento na região do Oriente Médio e Norte da África. O que explica esse sucesso repentino?**

Essas estatísticas são muito animadoras e esse crescimento não é fruto do acaso: ele vem sendo impulsionado há muito tempo por uma série de catalisadores.

Em primeiro lugar, os fundamentos desse tipo de crescimento explosivo são inegáveis. Temos uma população

muito jovem que é altamente conectada, digitalizada e ligada à música, tanto local como internacional. É uma região repleta de talentos criativos e com uma crescente demanda interna por esses artistas.

Em segundo lugar, as plataformas de streaming tiveram um papel transformador. Quando analisamos os

- De acordo com o Global Music Report da IFPI, a região do Oriente Médio e Norte da África (MENA) é o mercado musical que mais cresce no mundo, registrando alta de 22,8% nas receitas de música em 2024
- As receitas mundiais de música gravada cresceram 4,8% em 2024, atingindo US\$ 29,6 bilhões
- As receitas de streaming respondem por impressionantes 99,5% do mercado musical da região do MENA
- Os usuários da região estão entre os que mais consomem música no mundo, com uma média de 27 horas semanais, cerca de seis horas a mais que a média mundial

dados mais a fundo, observamos que os serviços de streaming respondem por praticamente a totalidade da receita da indústria musical na região do MENA. Artistas de todas as categorias e gêneros estão sendo beneficiados por uma maré positiva.

O terceiro catalisador específico da região do MENA é o aumento substancial dos investimentos públicos nas indústrias criativas nos últimos anos. Em mercados como a Arábia Saudita e os Emirados Árabes Unidos, grandes programas governamentais estão injetando bilhões de dólares em diferentes segmentos da economia criativa, inclusive na criação da infraestrutura necessária para que os artistas cresçam, façam turnês, gravem e exibam sua música. Esse movimento vem catapultando o crescimento do setor.

O último fator que eu mencionaria é o papel específico que desempenhamos. Desde que entrou nos mercados da região do MENA em novembro de 2018, o Spotify vem dedicando grande atenção ao que chamamos de estratégia editorial e de curadoria, cujo objetivo é promover a visibilidade de artistas locais não só no mercado interno, mas também no cenário internacional.

— **O que o Spotify tem conversado com as autoridades em relação a investimentos públicos no setor?**

Uma das minhas funções é abordar uma série de questões que afetam nossos negócios, as indústrias criativas e os criadores em geral. Meu trabalho é garantir um diálogo construtivo e contínuo com os governos para a construção de um sistema regulatório que promova o desenvolvimento e o crescimento da cultura.

Os temas que discutimos são muito variados. Um deles é a reforma do sistema de direitos de autor. Governos de toda a região já começaram a atualizar suas leis nacionais para melhor adequá-las ao funcionamento atual da indústria musical e à evolução do ecossistema digital.

Nessas regiões, ainda há algumas lacunas na adoção de tratados da OMPI, como o Tratado da OMPI sobre Direitos de Autor e o Tratado da OMPI sobre Interpretações ou Execuções e Fonogramas, que são os pilares do setor da música digital. Em nossas conversas com autoridades do governo, tentamos incentivar reformas práticas, de fácil aplicação e alinhadas às melhores práticas internacionais e tratados de direitos de autor no setor musical.

Também estamos discutindo uma série de questões adjacentes às reformas dos direitos de autor ou decorrentes delas, como melhorias relacionadas a metadados e a sistemas de transparência e geração de relatórios, o que acaba por facilitar a arrecadação e distribuição de royalties para o setor editorial de música e outras áreas. Esse é o primeiro grande eixo temático.

A segunda grande categoria é o que eu chamaria de desafios operacionais que plataformas como o Spotify enfrentam nessas regiões. Essa categoria inclui, mais especificamente, sistemas de licenciamento de plataformas, questões tributárias e outras regulamentações

do setor de tecnologia. Tentamos promover uma maior flexibilidade e compreensão da singularidade do modelo de negócios das plataformas de streaming digital.

— **O relatório Loud & Clear do Spotify mostra que alguns artistas estão recebendo mais royalties do exterior do que de seus países de origem. Na sua opinião, por que isso acontece?**

Uma das vantagens do Spotify é ser uma plataforma mundial. Segundo um levantamento estatístico, uma em cada 13 pessoas no mundo usa a nossa plataforma, o que permite que artistas regionais tenham acesso a uma comunidade global de usuários. Nossos resultados para o primeiro trimestre de 2025 mostram um total de 268 milhões de assinantes pagos e 678 milhões de usuários ativos mensais, representando um aumento de 10% em relação ao ano anterior.

Ao mesmo tempo, com milhares de faixas sendo lançadas todos os dias na nossa plataforma, pode ser difícil atingir audiências globais. O elemento de curadoria que estamos implementando localmente contribui muito para garantir que os artistas sejam beneficiados pela maré positiva que eu citei anteriormente. Esse apoio, somado a outras iniciativas, cria novas oportunidades para os artistas ampliarem suas bases de fãs.

Os números da última edição do Loud & Clear ilustram essa dinâmica. Se analisarmos os royalties pagos pelo Spotify à indústria local da Nigéria em 2024, o valor chegou a 58 bilhões de nairas (cerca de US\$ 36 milhões). A cifra é o dobro da registrada em 2023. Na África do Sul, foram pagos quase 400 milhões de rands (cerca de US\$ 21 milhões) em 2024 – mais uma vez, o dobro do valor de 2022. Ouvintes de fora dos mercados nacionais dos artistas responderam por uma parcela considerável dessas receitas, o que

“Os eventos que estão acontecendo em nossas regiões são a prova de que a música vai muito além do entretenimento. O setor musical vem impulsionando o crescimento econômico, gerando empregos e transformando indústrias locais em potências globais.”

confirma que a exposição de talentos locais a uma audiência global gera impactos econômicos positivos.

— **Fale um pouco sobre a estratégia editorial e de curadoria do Spotify que você mencionou.**

A descoberta e a personalização são dois elementos fundamentais da fórmula secreta do Spotify. Na nossa plataforma, nenhuma experiência é igual a outra, e isso se deve à experiência personalizada que oferecemos a cada usuário. Um dos grandes responsáveis por essa hiperpersonalização são nossos sofisticados algoritmos, mas a curadoria humana também é essencial nesse sentido.

Trabalhamos com editores musicais do mundo inteiro que são incrivelmente talentosos e têm um conhecimento profundo das cenas musicais locais. São profissionais que vivem e respiram música e conhecem não só o catálogo dos artistas, mas também os lançamentos que estão por vir. Esses

editores desempenham um papel fundamental por estarem conectados ao ecossistema musical local, graças à estreita relação que mantêm com artistas e suas equipes e os demais agentes do setor.

— **Poderia dar um exemplo de como isso funciona na prática?**

Gêneros como o afrobeats, originário da Nigéria, e o amapiano, da África do Sul, vêm ganhando popularidade mundial. Assim, nossos editores criam playlists com músicas desses gêneros na nossa plataforma para dar destaque a elas e ajudar os artistas a alcançar novos públicos ao redor do mundo. Além disso, programas editoriais do Spotify como o Radar Africa ajudam artistas em ascensão oferecendo suporte dentro da plataforma e promovendo campanhas externas de marketing. A playlist Radar Africa já incluiu estrelas como Tems, Tyla e Ayra Starr no auge de suas carreiras.

No Oriente Médio e Norte da África, as cenas musicais locais também estão em alta. É o caso do rap no Marrocos e no Egito e dos sons de pop e khaliji nas regiões do Levante e do Golfo. A ascensão desses gêneros se reflete em playlists emblemáticas, como Melouk El Scene, Yalla e Abatera. Programas como Equal Arabia também dão destaque a artistas mulheres, incluindo Assala Nassri, Balqees e Angham, para ampliar sua audiência nacional e internacional.

— **Parece uma espécie de estação de rádio moderna, mas com dados. Como isso beneficia diretamente os artistas?**

Não exatamente. Ao contrário do rádio, o Spotify não é uma plataforma de escuta passiva, já que os usuários escolhem ativamente o que querem ouvir. Isso nos dá uma visão muito mais clara das preferências reais das pessoas. É uma diferença muito

grande. O Spotify também oferece aos artistas ferramentas que os ajudam a assumir o controle do desenvolvimento de suas carreiras.

Temos uma plataforma, chamada Spotify for Artists, que permite que o artista envie vídeos promocionais e, mais importante ainda, monitore os dados por trás de sua audiência. Assim, os artistas podem se conectar com os fãs e saber de onde são e por quanto tempo interagem com suas músicas, além da possibilidade de visualizar o desempenho de cada faixa em tempo real. Com dados desse tipo, os artistas e suas equipes têm o poder de impulsionar sua carreira de forma estratégica, algo que o rádio não pode oferecer.

— **Quais são as perspectivas para o Oriente Médio e Norte da África? E quais são alguns dos novos talentos promissores da região?**

Estou convicto de que a região do MENA e a África continuarão a moldar a cultura musical global. É difícil expressar em palavras a minha emoção em ver artistas dessa região despontando na cena internacional, seja Tyla e Amaarae se apresentando no festival Coachella ou o artista saudita Mishaal Tamer estourando nas paradas de sucesso da América Latina.

Este ano, fui assistir a uma apresentação do Coldplay em Abu Dhabi. Quem abriu os shows da turnê mundial da banda foi a cantora chilena-palestina Elyanna. Às vezes precisamos parar e reconhecer como momentos como esse são magníficos.

Eu tento ao máximo ficar atento a novos artistas da região, mas um bom caminho para descobrir a próxima onda de talentos promissores é começar pelas

nossas playlists Radar Arabia ou Radar Africa. A criatividade que emana dessas playlists é extraordinária e vale cada segundo de tempo investido. O futuro é realmente brilhante!

Os eventos que estão acontecendo em nossas regiões são a prova de que a música vai muito além do entretenimento. O setor musical vem impulsionando o crescimento econômico, gerando empregos e transformando indústrias locais em potências globais. A música também é a representação mais fiel do chamado “soft power” (ou poder brando), conectando pessoas e culturas quando mais precisamos. Para mim, é uma imensa satisfação poder contribuir com isso através do meu trabalho, ainda que modestamente. **M**



Esta entrevista é uma combinação resumida de duas conversas conduzidas por Nora Manthey, editora da Revista da OMPI.

Como artesãos usam a propriedade intelectual para proteger a fabricação de instrumentos tradicionais na Índia

| Neelima Bogadhi, professora e pesquisadora de propriedade intelectual, Índia



Os artesãos que fabricam esse tradicional instrumento indiano foram duramente atingidos pela queda na procura por seu trabalho. Veja como eles usaram a PI para proteger o produto e salvaguardar seus meios de subsistência.

A As ricas tradições culturais da Índia deram origem a muitas formas de música e a muitos instrumentos musicais. Tradicionalmente esculpida a partir de uma única peça de madeira de jaqueira, a vina de Bobbili é um grande instrumento de cordas que foi fabricado pela primeira vez no século 17, na cidade de Bobbili, sul da Índia.

Em 2012, o governo da Índia emitiu um certificado de indicação geográfica para a vina de Bobbili. Certificados como esse são utilizados em produtos, inclusive agrícolas, que têm uma origem geográfica específica e apresentam uma reputação, qualidades e outras características diretamente associadas ao lugar em que são produzidos. É o caso do queijo italiano Grana Padano, da Tequila mexicana e do chá Darjeeling, para citar apenas alguns exemplos.

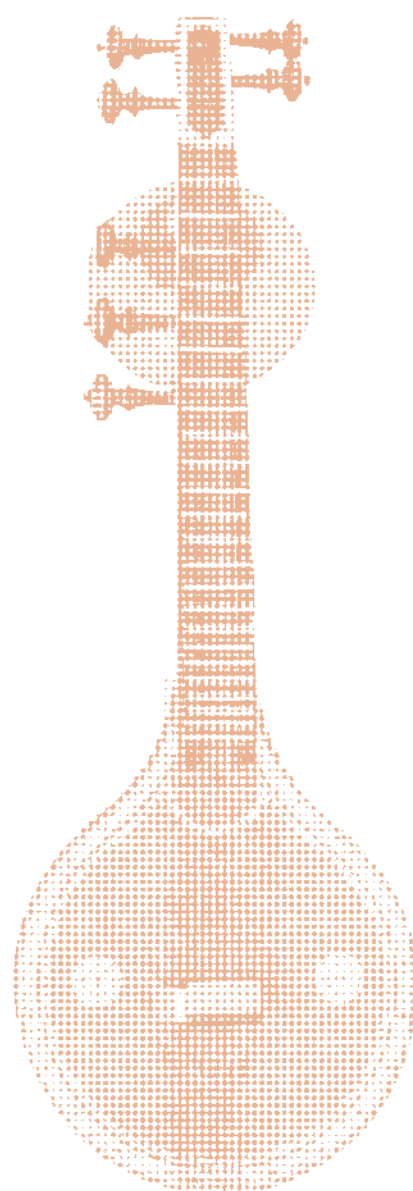
Podem também obter indicações geográficas objetos que são fabricados manualmente com recursos naturais, e pertencem às tradições de comunidades locais.

A indicação geográfica referente à vina de Bobbili protege a cultura dos artesãos locais que a manufaturam, o que por um lado aumenta o valor de mercado do instrumento e, por outro, estimula a economia local.

A arte da vina de Bobbili

A música na Índia, bem mais que simples entretenimento, é um meio de se alcançar a espiritualidade. Isso é possível graças aos sons que emanam dos instrumentos tradicionais indianos.

Existem muitos tipos de vina. Este termo genérico é utilizado para designar vários instrumentos musicais de corda do subcontinente indiano. As raízes da vina de Bobbili estão relacionadas com um mecenas real de Bobbili, hoje uma pequena cidade situada no atual estado de Andhra Pradesh. O reino de Bobbili foi fundado pelo Rei Pedarayudu no século 17. Pedarayudu, que era um grande apreciador da música, encomendou a fabricação de uma série de vinas para que fossem tocadas na corte. Os artesãos da época, ancestrais daqueles dos dias atuais, migraram desde Vizianagaram, fixando residência em Bobbili. A arte deles foi transmitida ao longo de sucessivas gerações de artesãos, moradores do povoado vizinho de Gollapalli.



Como é fabricada a vina

A matéria-prima essencial utilizada na fabricação da vina de Bobbili é a madeira da jaqueira, espécie vegetal endêmica da Índia. O instrumento é esculpido em um único tronco de jaqueira. Primeiro vem o “kunda”, ou bojo, que, depois de oco, é coberto com uma placa de madeira. Em seguida, vem o “dandi”, ou braço, que costuma ter 130 cm de comprimento e é esculpido no mesmo tronco de madeira. São instaladas sete cordas antes da aplicação das incrustações decorativas. É um processo que exige habilidade e paciência: a fabricação de uma vina de Bobbili pode levar até 25 dias.

Gollapalli é um pequeno povoado com serviços mínimos, baixos níveis de alfabetização e poucas oportunidades econômicas. A vina de Bobbili é parte integral da música carnática, uma forma de música clássica indiana associada ao sul do país. No entanto, com o advento da música contemporânea, houve uma queda na procura por instrumentos musicais tradicionais, e entre eles a vina de Bobbili. A queda na procura por esse instrumento magnífico forçou muitos artesãos a procurarem outro ofício, e muitos chegaram até a deixar a região.

Para reavivar essa arte, os artesãos mais experientes estão conscientizando o público para a importância de se dar continuidade às tradições familiares, com vistas a preservar o patrimônio cultural e a promover o bem-estar econômico. Após fundarem a Sarada Veena Workers Cottage Industrial Cooperative Society, na década de 1950, os artesãos começaram a fabricar vinas em miniatura, para serem vendidas como souvenirs. Feitas também de madeira de jaqueira, essas miniaturas geraram uma demanda própria.



A emissão de um certificado de indicação geográfica na Índia

Empenhada, na década de 1990, em proteger internacionalmente produtos como o arroz Basmati, a Índia introduziu a Lei relativa às Indicações Geográficas de Produtos (Registro e Proteção), em 1999. Essa lei aplica as disposições do Acordo sobre Aspectos dos Direitos da Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio (o Acordo TRIPS), da Organização Mundial do Comércio (OMC), que contém uma seção sobre as indicações geográficas.

Na Índia, a Controladoria Geral de Patentes, Desenhos Industriais e Marcas supervisiona a Secretaria do Registro de Indicações Geográficas. O processo de registro propriamente dito é rigoroso e um dos requisitos consiste em comprovar e corroborar a origem do produto em questão com dados históricos, unidade local e coordenação.

As associações de artesanato e as autoridades governamentais muitas vezes ajudam as comunidades locais a registrarem indicações geográficas. No caso da vina de Bobbili, o pedido inicial foi feito por intermédio da Corporação do Desenvolvimento do Artesanato de Andhra Pradesh

(APHDC), que identificou o instrumento como sendo um produto daquele Estado, com potencial para merecer uma indicação geográfica. Mais tarde, a APHDC e o Centro de Desenvolvimento e Promoção de Tecnologia de Andhra Pradesh criou no povoado um centro de desenvolvimento de artesanato, e ajudou os artesãos a comercializarem seus produtos. Em 2012, foi concedida uma indicação geográfica para a vina de Bobbili, na classe de instrumentos musicais, e uma para as vinas em miniatura, na classe de artesanato.

O selo da indicação geográfica deu nova vida à reputação do instrumento, especialmente entre as gerações mais jovens. A Índia também lançou iniciativas para promovê-lo melhor: os artesãos foram honrados com prêmios reconhecendo suas habilidades; plantaram-se jaqueiras para melhorar o suprimento de madeira de lei; e a vina de Bobbili foi associada ao programa “Uma Aldeia, Um Produto” (OVOP).

Contudo, o sucesso não depende só dos artesãos e das políticas – o público também tem de fazer a sua parte, conscientizando-se e gerando uma procura por instrumentos de fabricação artesanal sustentável. **M**

Neelima Bogadhi obteve o título de doutora pela Universidade de Andhra, na Índia, tendo defendido uma tese sobre o direito indiano e as indicações geográficas. É editora assistente do Journal of the Academy of Juridical Studies e da revista online Bonafide Voices, e membro da Faculdade Nacional de Direito Damodaram Sanjivayya, em Andhra Pradesh. Neelima foi a segunda colocada no Concurso de Vídeos de Jovens da OMPI de 2023.



Foto: Alamy Stock Photo / Matt Crossin

NOS TRIBUNAIS

Juízes brasileiros cogitam aplicar a Convenção de Berna ao caso Adele

| Carla Frade, advogada especialista em direitos de autor e pesquisadora

Um compositor brasileiro alega que Adele plagiou seu clássico do samba; a ação judicial que se seguiu levanta dúvidas fundamentais sobre similaridade musical e a garantia de direitos de autor em âmbito internacional.

No início de 2024, após tentar soluções amigáveis sem sucesso, o compositor brasileiro Toninho Geraes ajuizou uma ação alegando que “Million Years Ago”, canção lançada pela cantora inglesa Adele em 2015, é um plágio de “Mulheres”, de sua autoria. A música de Geraes, considerada um clássico do samba, alcançou fama nacional no Brasil em 1995, pela voz de Martinho da Vila.

O processo tem como réus a cantora e compositora Adele, o cocompositor e produtor Greg Kurstin, a editora Universal Music e as gravadoras Sony Music e Beggars Group. Além de indenização, Geraes busca, principalmente, ser creditado como coautor da música, o que resultaria no pagamento de royalties ao artista. Isso também pode afetar Adele.

Identificando o plágio

No Brasil, uma lei federal de 1998 garante a proteção de direitos de autor para obras intelectuais fixadas em suportes tangíveis ou intangíveis. Para obras musicais, a proteção de direitos de autor abrange a composição musical (as notas musicais que formam a melodia) e literomusical (a letra da música), enquanto a execução (a forma específica de interpretação de músicos e cantores) é protegida por direitos conexos. A alegação de plágio de Geraes se refere apenas à composição musical.

Como decidir se duas músicas se parecem

A lei brasileira, no entanto, não define nem menciona plágio, por isso o conceito é fornecido pela jurisprudência e a doutrina. De acordo com essas fontes, o plágio pode ser definido como a reprodução não autorizada de elementos de

uma obra protegidos por direitos de autor, apresentados como se fossem do plagiador. Para que a alegação seja julgada procedente, o juiz deve entender que o réu teve acesso à obra do autor da ação e que o trecho apropriado é significativo o suficiente para ser reconhecido dentro da obra infratora. Nesse caso, isso significa que é necessário determinar se as duas obras são similares.

Mas como a Justiça chega à conclusão de que duas músicas ou composições são semelhantes? A semelhança entre obras musicais é uma questão essencial e altamente técnica nos casos de plágio, exigindo a análise de especialistas. Judith Finell, musicóloga forense, que atuou como perita para a família de Marvin Gaye no famoso caso “Blurred Lines”, disse para a Revista da OMPI que sua função nos litígios sobre direitos autorais é “informar o juiz e o júri” e fornecer uma “opinião objetiva sobre as semelhanças e diferenças musicais e sobre possíveis artes prévias”. Ao ilustrar seu ponto de vista em juízo, Finell frequentemente toca um instrumento para ajudar o júri a entender sua análise.

Ambas as partes do processo pediram um exame de semelhança entre as músicas para respaldar suas alegações no Brasil. Geraes apresentou opiniões especializadas e leigas afirmando que as melodias são semelhantes. Ele também observou que o coautor da obra, Kurstin, provavelmente teve acesso à sua composição, já que estuda e promove publicamente a música brasileira.

Universal, Adele, Kurstin e Beggars argumentaram que não houve cópia intencional ou ilegal, atribuindo as melodias similares ao uso de um clichê musical. Eles explicaram que a progressão de acordes pelo círculo de quintas em ambas as composições não é protegida por direitos de autor e que outras características musicais diferenciam as duas obras. Os réus

também procuraram desacreditar os especialistas contratados por Geraes questionando as credenciais e a metodologia dos profissionais.

A Sony Music levantou questões processuais, afirmando ter sido incorretamente incluída no polo passivo da ação e defendendo a ocorrência de prescrição.

O caso foi encaminhado para análise de um perito musical nomeado pelo juízo, que emitiu um parecer preliminar em maio de 2025. O especialista aponta semelhanças relevantes no tocante à melodia e correspondências significativas de harmonia, mas não afirma se ocorreu plágio.

Depois que as partes tiveram a oportunidade de apresentar seus comentários e alegações finais, o juiz dará a sentença. No Brasil, ao contrário dos EUA, por exemplo, os litígios sobre direitos de autor não são julgados por um júri.

Decisão de alcance nacional com implicações globais

Embora ainda não tenhamos uma decisão final, uma análise de casos anteriores pode oferecer uma visão do que está por vir. Em dezembro de 2024, considerando plausível a alegação de plágio, um juiz do Rio de Janeiro concedeu tutela antecipada ordenando que os réus parassem de usar e distribuir “Million Years Ago” no mundo inteiro. A decisão exigiu, também, que plataformas digitais como o Spotify e o YouTube removessem a canção globalmente, embora a ordem tenha sido posteriormente suspensa por acordo entre as partes.

A competência do juiz para proferir uma decisão tão radical tem fundamento em dois importantes princípios jurídicos. O primeiro é a Convenção de Berna para a Proteção das Obras Literárias



Foto: Alamy Stock Photo/PA Images

Embora a medida liminar tenha sido revogada por decisão interlocutória, a ação continua em curso na Justiça brasileira

e Artísticas, um tratado administrado pela OMPI que assegura proteção internacional para obras resguardadas por direitos de autor. Celebrado em 1886, o pacto tem mais de 180 países signatários, incluindo Brasil, Estados Unidos e Reino Unido.

As disposições sobre tratamento nacional da Convenção de Berna exigem que as obras de qualquer país signatário recebam a mesma proteção de direitos de autor em outros Estados membros, como se fossem obras nacionais. Em segundo lugar, um precedente do Superior Tribunal de Justiça (STJ) estabeleceu, em 2024, que os tribunais brasileiros podem ordenar a remoção global de conteúdo quando há interesses brasileiros em jogo, dada

a interconectividade característica da internet. Posteriormente, o Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro (TJ-RJ) discordou da decisão do juiz de primeiro grau fundamentada no precedente do STJ.

Embora a medida liminar tenha sido revogada por decisão interlocutória, a ação continua em curso na Justiça brasileira. A expectativa é que a sentença sobre a acusação de plágio seja prolatada no início de 2026. Seja qual for o resultado, o caso provavelmente influenciará a forma como os litígios de direitos autorais com implicações internacionais são tratados na era digital, especialmente em relação ao alcance da jurisdição nacional sobre as plataformas digitais globais. **M**

Carla Frade é advogada especialista em direitos de autor e pesquisadora. Recentemente, concluiu seu mestrado na Universidade de Nova York, EUA, e passou a fazer parte do Center for Art Law como bolsista. Antes de se mudar para os EUA, Carla estudou Direito, Relações Internacionais e Propriedade Intelectual na Universidade de Brasília, Brasil. Sua experiência inclui a negociação de tratados sobre propriedade intelectual como membro da delegação brasileira da OMPI e a codireção da Brasil Music Exchange, que promove a música brasileira no mundo.

Os artigos “Nos tribunais” geralmente abordam ações e decisões judiciais e são divulgados periodicamente para discussão e comentários.



O produtor saudita Ahmed Alsallal usa a música para promover a propriedade intelectual

| Nora Manthey, editora da Revista da OMPI

Conheça Ahmed Alsallal, produtor musical, poeta e profissional da área de PI que traz a tradição saudita para a música moderna. Aprenda sobre as músicas nacionais do artista e como ele promove a propriedade intelectual em toda a região do Golfo.

Ahmed Alsallal é tanto artista como empreendedor, e está altamente ligado nas possibilidades criativas e oportunidades comerciais associadas à propriedade intelectual (PI). Como produtor e poeta, ele cria canções para grandes organizações da Arábia Saudita, bem como de toda a região do Conselho de Cooperação do Golfo. Algumas de suas produções, para artistas profissionais, alcançaram mais de 500 milhões de visualizações no YouTube e em outras plataformas.

Alsallal trabalha também na Autoridade Saudita da Propriedade Intelectual (SAIP). Em novembro de 2024, ele deu à Conferência Diplomática para a Celebração e Adoção de um Tratado sobre o Direito de Desenhos Industriais, que aconteceu em Riad, Arábia Saudita, um floreio artístico compondo uma assinatura eletrônica em linha com a identidade visual do evento. “Sempre componho aqui na minha cabeça”, diz ele. “Eu vi a palmeira. Vi o patrimônio, os designs, a tradição”. Daí lhe veio a inspiração para mesclar elementos tradicionais da Arábia Saudita – como os ritmos da ardah e o som distintivo do oud – com uma orquestração contemporânea, trabalhando com um arranjador para concluir a composição e incorporando um certo “tom do hino nacional saudita”.

Com a IA, a música alcançará outros níveis de precisão, mas é o coração humano que lhe dá alma.

A música tornou-se a trilha sonora da conferência, que durou 11 dias e resultou na adoção do Tratado de Riad sobre o Direito de Desenhos Industriais (RDLT). O objetivo do Tratado é ajudar designers a protegerem seu trabalho em mercados nacionais e internacionais.

Como produtor musical, Alsallal é especializado naquilo que chama “canções nacionais” – música de promoção patriótica. “Já compus mais de 60 canções nacionais para empresas e organizações, tanto públicas como privadas”, afirma. Tais canções costumam expressar “nossa ambição e nossos sonhos para este país”.

Ele também atuou como jurado da MBC, a maior empresa de mídia do Oriente Médio e Norte da África, para, em suas próprias palavras, “avaliar e cultivar talentos em todo o Reino da Arábia Saudita”.

Apesar do avanço da inteligência artificial (IA) nas indústrias criativas, Alsallal acredita no trabalho com

artistas intérpretes humanos. “Conservemos esta regra ética”, apela. “Podemos, sim, usar a IA como uma ferramenta para nos ajudar a desenvolver e aumentar a nossa criatividade, mas não devemos depender das máquinas. Os artistas ainda têm sentimentos em que se inspirar, e famílias para sustentar, independentemente daquilo que a tecnologia possa realizar”.

Em resposta à pergunta sobre a promoção da PI na Arábia Saudita e o trabalho dele para a SAIP, Alsallal fala da recente campanha “Sinta a Criatividade” e ressalta que a música transcende as fronteiras culturais: “Seja qual for a sua língua, você entenderá a linguagem da música porque ela fala à alma e ao coração”. **M**



Alsallal durante a rodada final do Creative National Roadshow da MBC Academy.

A Revista da OMPI foi relançada online.

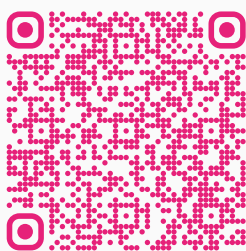
Reformulamos a experiência digital para tornar as análises e perspectivas sobre a propriedade intelectual mais acessíveis do que nunca – navegação mais simples, busca mais eficaz e conteúdos organizados em tópicos importantes para a propriedade intelectual.

As mesmas análises aprofundadas com a perspectiva global que você espera, agora mais fáceis de encontrar e compartilhar.

Conheça nossa experiência digital renovada.

Disponível em oito idiomas.

Acesse a Revista da OMPI



WIPO

Revista da OMPI

Edição 1/2025

Foco Música e PI

ISSN (impresso): 1020-7074

ISSN (online): 1564-7854

DOI: 10.34667/tind.58701

Editora: Nora Manthey

Editor de imagens: Fairouz El Tom

Design: Yona Lee

Colaboradores: Neelima Bogadhi, Elay Brook, Carla Frade,
Dorien Herremans, Clovis McEvoy, James Nurton, Dipak G. Parmar,
Lauri Rechartt, Ana Clara Ribeiro, Geoff Taylor, María L. Vázquez, Qinqing Xu

Agradecimentos: Charlotte Beauchamp, Tobias Bednarz, Matthew Bryan,
Sara Calegari, Solange Cesarovna, Rafael Ferraz Vazquez, Marina Foschi,
Edwin Hassink, Nathalie Humsi, Hanna Koonen, Garrett Levin, Hua Liu,
Dominic Matar, Imad Mesdoua, Allain Michel, Niclas Molinder, Miyuki
Monroig, Oluwatobiloba Moody, Benoit Mler, Andrew Ong,
Isabella Pimentel, Marie Paule Rizo, Nicole Rosenberg, Samar Shamooun,
Damien Simonis, Binying Wang, Academia da OMPI, Michele Woods

© OMPI, 2025



Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0)

O usuário está autorizado a reproduzir, distribuir, adaptar, traduzir e utilizar publicamente esta publicação, inclusive com fins comerciais, sem permissão expressa, desde que tal uso seja acompanhado do reconhecimento de que a fonte é a OMPI e que sejam claramente indicadas quaisquer mudanças efetuadas no conteúdo original.

O usuário não tem o direito de utilizar nenhum emblema ou logotipo oficial da OMPI, nem pode dar a entender, de forma implícita ou explícita, que conta com o patrocínio ou o apoio da OMPI sem prévia autorização expressa por escrito da Organização. Interessados em obter tal autorização podem enviar um pedido para a OMPI.

Esta Política de Acesso Aberto não se aplica a conteúdos de terceiros. Quando um conteúdo publicado pela OMPI incluir material sobre o qual um ou mais terceiros sejam titulares de direitos, como imagens, gráficos, marcas e logotipos, entre outros, qualquer pessoa que desejar usar tal conteúdo será individualmente responsável pela obtenção das autorizações dos respectivos titulares para fazer uso do material em questão.