

[tecnologia e direito social]

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL (IA), DIREITOS AUTORAIS E OS RISCOS PARA PEQUENOS EMPREENDEDORES

Luanjir Luna da Silva¹
Mateus da Silva Junqueira²

Resumo

A inserção crescente da inteligência artificial (IA) nos processos criativos tem gerado debates sobre autoria, originalidade e responsabilidade jurídica, especialmente entre pequenos empreendedores brasileiros. Este artigo busca esclarecer os riscos e cuidados no uso de IA na produção de conteúdos autorais, oferecendo orientações essenciais para proteger marcas, produtos e integridade legal em um ambiente digital em constante evolução. Nos últimos anos, houve uma reconfiguração do conceito de autoria, particularmente na produção cultural e fonográfica, onde a tecnologia digital permitiu que produtores independentes desempenhassem múltiplos papéis, alterando a forma como se compreende a autoria e o empreendedorismo na música. Essa transformação se intensifica com a IA, que automatiza processos criativos e levanta questões sobre a legitimidade da autoria de uma obra. O impacto da IA também se observa no design autoral, onde empreendedores enfrentam desafios na proteção de suas criações. Leitão (2023) ressalta que a constante atualização tecnológica exige conhecimento técnico e jurídico para garantir a originalidade das peças produzidas. Embora a IA otimize processos, seu uso indiscriminado pode gerar conflitos de direitos autorais. Diante desse cenário, torna-se essencial adotar práticas preventivas para evitar litígios e garantir a autenticidade do empreendimento. A responsabilidade no uso da IA é um fator decisivo para a sustentabilidade dos negócios criativos, pois a violação de direitos autorais pode comprometer a reputação e a viabilidade das iniciativas empreendedoras.

Palavras-chaves: Propriedade intelectual; Direitos Autorais; Inteligência Artificial; Empreendedorismo Digital; e Riscos Jurídicos.

ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI), COPYRIGHT LAW, AND THE RISKS FOR SMALL ENTREPRENEURS

Abstract

The increasing integration of artificial intelligence (AI) into creative processes has sparked debates on authorship, originality, and legal responsibility, particularly among small entrepreneurs in Brazil. This article aims to clarify the risks and precautions

¹ Advogado. Graduado em Direito pelo Centro Universitário UNA. Mestrando em PI&TT pela Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ) no programa Profnit. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2482-2231>.

² Professor Associado na Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ). Doutor em Fisiologia Vegetal pela Universidade Federal de Viçosa (UFV). Mestre em Ciência e Tecnologia de Alimentos pela UFV. Graduado em Engenharia de Alimentos pela UFV. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6878-9226>.

associated with AI-driven content production, offering essential guidance to safeguard brands, products, and legal integrity in an ever-evolving digital environment. In recent years, the concept of authorship has been redefined, especially in cultural and phonographic production, where digital technology has enabled independent producers to assume multiple roles, fundamentally changing the understanding of authorship and entrepreneurship in music. This transformation is further intensified by AI, which automates creative processes and raises questions about the legitimacy of authorship. The impact of AI is also evident in authorial design, where entrepreneurs face challenges in protecting their creations. Leitão (2023) highlights that continuous technological updates require entrepreneurs to have a high level of technical and legal knowledge to ensure the originality of their works. While AI can optimize processes, its indiscriminate use may lead to copyright conflicts. In this context, adopting preventive measures is crucial to avoid legal disputes and ensure the authenticity of entrepreneurial initiatives. Responsible AI usage is a decisive factor in the sustainability of creative businesses, as copyright violations can compromise the reputation and viability of these ventures.

Keywords: Intellectual Property; Copyright Law; Artificial Intelligence; Digital Entrepreneurship; and Legal Risks.

1 INTRODUÇÃO

A crescente inserção da inteligência artificial (IA) nos processos criativos tem provocado intensos debates e reflexões sobre os limites entre autoria, originalidade e responsabilidade jurídica, especialmente no contexto dos pequenos empreendedores brasileiros. Este material tem como propósito apresentar, de forma clara e acessível, os riscos e cuidados relacionados ao uso de tecnologias baseadas em IA no âmbito da produção de conteúdos autorais, oferecendo orientações fundamentais para que os empreendedores possam proteger suas marcas, seus produtos e, sobretudo, sua integridade legal diante de um cenário digital em constante transformação.

Nos últimos anos, assistimos a uma significativa reconfiguração do conceito de autoria, em especial no setor da produção cultural e fonográfica. De Marchi (2006) destaca que, com a ascensão da tecnologia digital, produtores musicais independentes passaram a desempenhar múltiplos papéis no processo de criação, distribuição e divulgação de obras, o que alterou de forma definitiva o modo como se entende a autoria e o empreendedorismo na música. Essa transição do “marginal” para o “empreendedor” também evidencia uma desinstitucionalização da produção criativa, em que os atores envolvidos deixam de depender exclusivamente das grandes corporações e passam a articular redes mais fluidas e autônomas. Essa lógica é intensificada com o advento da inteligência artificial, que automatiza etapas criativas e levanta questões profundas sobre quem detém, de fato, a autoria de uma obra.

Essa realidade encontra reflexo também em outros setores da economia criativa, como no design autoral, cujos empreendedores enfrentam desafios semelhantes ao lidar com incertezas sobre a proteção de seus produtos e a origem de suas criações. Leitão (2023), ao analisar os ecossistemas criativos integrados voltados à gestão de microempresas de design, ressalta que a transdisciplinaridade e a constante atualização

tecnológica exigem dos empreendedores um nível elevado de conhecimento não apenas técnico, mas também jurídico, para assegurar a originalidade e a autoria das peças produzidas. Nesse contexto, o uso de ferramentas de IA torna-se uma alternativa tentadora para otimizar processos e ampliar a produtividade, mas seu uso indiscriminado pode acarretar consequências graves no campo dos direitos autorais.

Um dos grandes desafios na era da tecnologia é a desinstitucionalização da produção criativa, na qual os criadores não dependem mais exclusivamente das grandes corporações. Essa mudança se intensifica com a IA, que levanta questões sobre quem realmente detém a autoria de uma obra. A esse respeito, o jurista Carlos Alberto Bittar (2012) reforça em sua obra “Direito de Autor na Internet e na Sociedade da Informação” que a proteção da autoria se torna mais complexa no ambiente digital, devido a facilidade de cópia e disseminação de conteúdos que exige uma reanálise dos mecanismos legais de defesa dos direitos autorais. Ele argumenta que, embora a tecnologia crie novos meios de expressão, os princípios fundamentais da autoria e da proteção da obra devem ser preservados.

Com o crescimento de micro e pequenos negócios em diversos segmentos, como os voltados à alimentação e aos cuidados com animais de estimação, também é possível perceber a emergência de novos modelos de empreendedorismo digital. O estudo de caso apresentado por Carvalho et al. (2023) sobre a marca “Patitas”, que comercializa comida orgânica para cães e gatos, exemplifica esse novo perfil de empreendedor que utiliza plataformas digitais para consolidar sua marca e se comunicar com o público. No entanto, à medida que a presença digital se intensifica, cresce também a exposição desses empreendedores a riscos relacionados à propriedade intelectual, ao uso indevido de imagens, textos e marcas, e ao emprego de tecnologias automatizadas que, muitas vezes, geram conteúdos cuja origem não é facilmente rastreável.

A produção de conteúdo por meio da IA levanta importantes questões éticas e legais, principalmente porque grande parte dos sistemas de inteligência artificial generativa, como os que produzem textos, imagens e até composições musicais, são treinados com bases de dados que nem sempre possuem autorização para uso comercial. A partir disso, emerge um dilema: pode um empreendedor utilizar esse tipo de conteúdo para promover sua marca ou produto sem infringir os direitos de terceiros? A resposta, como apontam Silveira e Sartori (2024), passa necessariamente pela compreensão das diretrizes de gestão de direitos autorais, que devem ser observadas com rigor para evitar litígios e prejuízos financeiros. Os autores argumentam que a adoção de práticas preventivas, como a inserção de cláusulas contratuais específicas sobre o uso de IA, pode ser determinante para assegurar a legalidade dos conteúdos adquiridos de terceiros.

No âmbito do empreendedorismo feminino, por exemplo, Escobar et al. (2025) apontam que há uma tendência crescente de mulheres que migram do regime da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) para o empreendedorismo, em busca de autonomia e flexibilidade. Entretanto, essas empreendedoras muitas vezes encontram obstáculos jurídicos e operacionais, sobretudo na gestão dos direitos autorais de suas produções, seja no desenvolvimento de marcas, seja na criação de conteúdo para redes sociais. A adoção de conteúdos prontos ou gerados por IA sem a devida verificação da origem pode se transformar em um problema sério, comprometendo a reputação e a sustentabilidade do negócio. Assim, compreender os limites legais da autoria e da

reprodução é um passo essencial para garantir não apenas a conformidade jurídica, mas também a autenticidade do empreendimento.

Além disso, o uso generalizado de tecnologias baseadas em IA implica desafios para a originalidade das obras, pois muitas dessas ferramentas reproduzem padrões pré-existentes, resultando em criações que, embora aparentemente inéditas, podem carregar fragmentos de conteúdos protegidos por direitos autorais. Silveira e Sartori (2024) evidenciam que, no campo musical, esse fenômeno já é observado de forma concreta, com composições geradas por IA que apresentam semelhanças com obras registradas, colocando em xeque a legitimidade da autoria e abrindo margem para disputas legais. No caso dos pequenos empreendedores, esse tipo de risco pode ser ainda mais delicado, pois muitas vezes eles não dispõem de assessoria jurídica contínua e acabam se tornando vulneráveis a penalizações legais severas.

Ao considerar o atual cenário, em que a inovação tecnológica avança de maneira acelerada e se impõe como ferramenta estratégica no ambiente dos negócios, torna-se imprescindível que os empreendedores compreendam que a adoção responsável da inteligência artificial deve estar acompanhada de uma postura crítica e preventiva. Isso significa, por exemplo, questionar a procedência dos conteúdos, exigir declarações formais de autoria ao contratar freelancers e agências, e adotar cláusulas específicas em contratos que transfiram a responsabilidade sobre eventuais violações de direitos autorais para o prestador de serviço. Essas medidas não apenas protegem a empresa de litígios, como também reforçam seu compromisso com a ética e a legalidade.

Ainda que os benefícios da IA sejam evidentes, como a redução de custos, o ganho de tempo e a diversificação de linguagens criativas, é preciso destacar que esses ganhos não devem ocorrer à custa da violação de direitos de terceiros. Leitão (2023) reforça que a sustentabilidade de um ecossistema criativo depende diretamente do respeito às práticas legais e da valorização da autoria como elemento central da produção. No caso dos micro e pequenos negócios, isso se traduz na construção de uma reputação sólida, na fidelização de clientes e na criação de uma identidade própria que não pode ser artificialmente replicada por máquinas.

2 O QUE SÃO DIREITOS AUTORAIS?

Os direitos autorais constituem um conjunto de normas jurídicas que visam proteger as criações intelectuais oriundas das esferas literária, artística e científica, garantindo ao criador da obra o reconhecimento de sua autoria, bem como a prerrogativa de utilizá-la e de dispor dela da forma que desejar. Esses direitos estão intrinsecamente ligados à valorização do trabalho intelectual, sendo uma ferramenta essencial para assegurar que os autores sejam remunerados e tenham sua criação respeitada. Segundo Santos (2022), a compreensão e a aplicação adequada dos direitos autorais tornaram-se ainda mais relevantes com o avanço das tecnologias digitais, especialmente no contexto das redes sociais e do marketing digital, pois essas plataformas ampliaram exponencialmente a circulação de conteúdos, o que aumentou significativamente os riscos de violação de obras autorais, sobretudo para pequenos empreendedores que produzem e compartilham conteúdo autoral como parte de suas estratégias de negócio.

A legislação de direitos autorais tem por finalidade estabelecer parâmetros claros

sobre quem é o titular da criação, quais são os seus direitos morais e patrimoniais, como se dá o licenciamento de uso, quais os limites da utilização de obras de terceiros e quais são as penalidades aplicáveis em caso de infração. No Brasil, esse conjunto normativo é regido, principalmente, pela Lei nº 9.610/1998, que dispõe sobre os direitos autorais e os direitos conexos. Conforme aponta Carla Frade de Paula Castro (2023), essa legislação busca um equilíbrio entre a proteção da criação intelectual e o acesso à cultura e à informação, estabelecendo limites ao uso das obras protegidas e, ao mesmo tempo, incentivando a inovação e a criatividade, especialmente em contextos de crescente digitalização das interações sociais e comerciais.

A noção de autoria é um dos fundamentos centrais dos direitos autorais, pois a partir dela se determinam os direitos morais, que são inalienáveis, irrenunciáveis e perpétuos, como o direito de reivindicar a paternidade da obra, de conservar sua integridade e de impedir modificações que possam prejudicar a reputação do autor. Essa dimensão moral do direito autoral é especialmente relevante para pequenos criadores que atuam em ambientes digitais, como artesãos, designers, músicos e produtores de conteúdo, uma vez que suas obras frequentemente circulam de forma descentralizada, sendo copiadas, modificadas ou apropriadas sem a devida autorização, reconhecimento ou remuneração, como assinala De Marchi (2006) ao tratar da trajetória dos músicos independentes e da luta pela valorização de suas produções no cenário brasileiro.

Além dos direitos morais, os direitos autorais compreendem os direitos patrimoniais, que conferem ao titular o poder de explorar economicamente sua obra, autorizando ou proibindo sua reprodução, distribuição, exibição, tradução, adaptação ou qualquer outra forma de utilização. Esses direitos são temporários e, após o prazo legal, a obra entra em domínio público, podendo ser utilizada livremente. Entretanto, enquanto estiver protegida, qualquer uso não autorizado pode configurar infração, sujeita à responsabilização civil e criminal. No ambiente digital, essa dimensão patrimonial torna-se ainda mais crítica, uma vez que a facilidade de cópia e disseminação das obras aumenta o risco de uso indevido, o que impõe desafios adicionais à fiscalização e à proteção dos direitos dos autores, conforme enfatiza Castro (2023).

A Lei brasileira de Direitos Autorais (Lei nº 9.610/1998) busca um equilíbrio entre a proteção da criação intelectual e o acesso à cultura e à informação, incentivando a inovação e a criatividade em um contexto de crescente digitalização. Nesse sentido, o autor Sergio Branco (2013), aponta que o conceito de domínio público é fundamental para a circulação do conhecimento, mas também sublinha a importância de distinguir claramente o que é protegido e o que pode ser utilizado livremente. Ele ressalta que o desconhecimento desses limites é um dos principais obstáculos para empreendedores digitais, que frequentemente utilizam obras de terceiros sem a devida licença, expondo-se a riscos jurídicos.

Com o crescimento das micro e pequenas empresas baseadas na criatividade, como é o caso dos empreendedores que atuam com design, moda, música, arte digital, conteúdos audiovisuais e produtos autorais, torna-se imprescindível que esses profissionais compreendam os fundamentos dos direitos autorais e saibam como utilizá-los a seu favor, seja por meio do registro de suas criações, da formalização de contratos de licenciamento, ou da adoção de estratégias de proteção digital. Pedro Braga Leitão (2023), ao analisar os ecossistemas criativos integrados, ressalta a importância da gestão

transdisciplinar dos produtos autorais, o que exige dos empreendedores um conhecimento não apenas técnico e artístico, mas também jurídico e estratégico, especialmente no que se refere aos seus direitos e deveres como autores.

O desconhecimento ou o descuido quanto aos direitos autorais pode acarretar sérios prejuízos para pequenos empreendedores. Em muitos casos, obras são utilizadas sem o devido crédito ou remuneração, seja por concorrentes, plataformas digitais ou até mesmo por consumidores. Além disso, há situações em que o próprio empreendedor, por falta de conhecimento, utiliza indevidamente obras de terceiros, o que pode resultar em ações judiciais e em danos à sua reputação e sustentabilidade do negócio. Santos (2022) destaca que, nas redes sociais, os riscos de violação de direitos autorais aumentam consideravelmente, uma vez que essas plataformas operam em escala global e possuem políticas de uso nem sempre transparentes ou compatíveis com a legislação nacional.

A responsabilidade civil por violações de direitos autorais no ambiente digital é um tema em crescente debate no Brasil. De acordo com De Paula Castro (2023), a legislação brasileira ainda carece de mecanismos eficazes para responsabilizar os provedores de aplicação de internet que facilitam ou se beneficiam economicamente de infrações cometidas por terceiros. Isso coloca os autores em posição vulnerável, especialmente aqueles com poucos recursos para promover ações judiciais ou para monitorar o uso de suas obras nas diversas plataformas. A autora propõe uma reavaliação do regime de responsabilidade dos intermediários digitais, buscando maior proteção aos titulares de direitos autorais, sem comprometer a liberdade de expressão e o desenvolvimento tecnológico.

A proteção das obras autorais também depende de políticas públicas e de ações coletivas que fortaleçam a posição dos criadores, especialmente no contexto das transformações culturais e tecnológicas em curso. Conforme De Marchi (2006), a trajetória dos produtores fonográficos independentes no Brasil evidencia a necessidade de reconhecimento institucional e de valorização do trabalho criativo, o que inclui acesso a instrumentos de proteção jurídica, fomento à inovação e construção de redes colaborativas. Essa lógica se aplica, igualmente, aos pequenos empreendedores criativos, que muitas vezes operam em condições precárias, enfrentando barreiras estruturais para a formalização e para a proteção de seus produtos autorais.

Em paralelo, é fundamental que se invista em educação empreendedora voltada para a compreensão dos direitos autorais, especialmente nos setores criativos. Leitão (2023) argumenta que a formação de empreendedores deve integrar conhecimentos técnicos, artísticos e jurídicos, de modo a permitir uma gestão mais eficiente e segura das criações. Essa abordagem integrada favorece a sustentabilidade dos negócios, reduz os riscos legais e amplia as possibilidades de monetização das obras, contribuindo para a consolidação de um ecossistema criativo dinâmico e inclusivo.

Outro ponto importante é a distinção entre obras protegidas por direitos autorais e outras formas de proteção da propriedade intelectual, como as marcas, as patentes e os desenhos industriais. Embora esses institutos compartilhem o objetivo de valorizar a criatividade e a inovação, eles se aplicam a objetos distintos e possuem regras específicas. No caso dos direitos autorais, a proteção incide sobre obras originais expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte, tangível ou intangível, independentemente de registro. No entanto, o registro, ainda que não obrigatório, é

altamente recomendável como meio de prova da autoria e da data de criação, sendo especialmente útil em disputas judiciais. Conforme Santos (2022), o desconhecimento sobre essas distinções e sobre os procedimentos legais de proteção é uma das principais causas de vulnerabilidade jurídica entre pequenos empreendedores.

3 A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E A PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

A inteligência artificial tem transformado profundamente a forma como os conteúdos são produzidos, distribuídos e consumidos, impactando diretamente pequenos e médios empreendedores criativos que dependem da originalidade e da proteção de seus produtos autorais para se sustentar no mercado. Esta transformação é visível tanto na automação de processos quanto na possibilidade de geração de textos, imagens, músicas e vídeos por sistemas algorítmicos treinados com grandes volumes de dados. Essa realidade coloca em xeque o conceito tradicional de autoria, uma vez que a produção automatizada pode imitar estilos, reproduzir padrões criativos e, muitas vezes, utilizar fragmentos de obras protegidas por direitos autorais, muitas vezes sem o devido crédito ou remuneração aos autores originais. Segundo Dos Santos (2022), as redes sociais, quando integradas a ferramentas baseadas em inteligência artificial, ampliam significativamente os riscos de violações de direitos autorais, principalmente quando as pequenas e médias empresas utilizam conteúdos gerados por terceiros sem ter a real dimensão das implicações legais dessas ações.

Nesse cenário, a produção de conteúdo passa a ser mediada por uma lógica algorítmica que não apenas reproduz, mas também adapta e modifica criações humanas com base em padrões preexistentes. A capacidade da inteligência artificial de gerar conteúdo “original” com base em informações extraídas da internet inteira levanta questões cruciais sobre autoria, propriedade intelectual e responsabilidade jurídica. De Paula Castro (2023) analisa que, no Brasil, a responsabilização civil de provedores de aplicações de internet por infrações cometidas por terceiros ainda é um tema delicado e carente de normatização específica, o que deixa empreendedores criativos em uma zona de vulnerabilidade. A autora propõe, inclusive, que o ordenamento jurídico brasileiro evolua para reconhecer e enfrentar a complexidade dessas novas dinâmicas, estabelecendo critérios claros para a responsabilização das plataformas que disponibilizam ou facilitam o acesso a conteúdos gerados com auxílio da IA.

Além das questões legais, há também uma dimensão cultural e simbólica nesse processo de reconfiguração da produção de conteúdo. De Marchi (2006) aponta que, historicamente, os produtores independentes sempre buscaram formas alternativas de criar e distribuir seus produtos, muitas vezes se posicionando à margem dos sistemas industriais convencionais. No entanto, com a chegada da IA, essa lógica marginal ganha uma nova roupagem, em que o empreendedor independente precisa agora lidar com algoritmos que, embora democratizem o acesso à produção, também impõem barreiras invisíveis, como a padronização estética e a obsolescência de linguagens que não se adequam aos critérios de viralização das plataformas. A IA, nesse sentido, não apenas transforma a produção, mas redefine o que é considerado relevante ou digno de circulação na economia digital.

O uso de ferramentas de inteligência artificial por microempreendedores criativos

é, por um lado, uma oportunidade de reduzir custos e otimizar processos, mas, por outro, representa um desafio ético e estratégico. Leitão (2023) enfatiza a importância da construção de ecossistemas criativos integrados, nos quais os empreendedores possam compartilhar recursos, conhecimentos e experiências para enfrentar coletivamente os riscos trazidos pela automação da criatividade. Para o autor, é fundamental que esses ecossistemas promovam uma gestão transdisciplinar, que contemple aspectos técnicos, jurídicos, sociais e culturais do uso da IA, especialmente no que diz respeito à preservação dos direitos autorais e ao fortalecimento da identidade dos produtos autorais.

Dentro desse ecossistema, é imprescindível que o empreendedor compreenda os limites do uso da inteligência artificial e busque desenvolver estratégias que conciliem inovação tecnológica com responsabilidade autoral. A utilização de sistemas de IA para gerar logos, embalagens, jingles ou campanhas publicitárias, por exemplo, deve ser acompanhada de um rigoroso controle sobre as fontes utilizadas pelos algoritmos, garantindo que não haja apropriação indevida de material protegido. Dos Santos (2022) alerta que muitas empresas de pequeno porte ainda não possuem estrutura jurídica adequada para lidar com processos de violação de direitos autorais, o que as coloca em uma posição frágil diante de litígios, principalmente quando seus conteúdos são reproduzidos por outras empresas ou plataformas sem autorização.

Outro aspecto relevante diz respeito à percepção do consumidor em relação aos conteúdos gerados por inteligência artificial. De Marchi (2006) já apontava que a autenticidade era um valor central na lógica da produção fonográfica independente, sendo muitas vezes um diferencial competitivo frente aos produtos industrializados. Hoje, essa autenticidade se vê ameaçada pela massificação do conteúdo algorítmico, que, embora eficiente e visualmente atrativo, tende a esvaziar o sentido original da criação artística. Isso exige dos empreendedores um esforço redobrado para comunicar o valor simbólico de suas criações e reforçar os laços afetivos com seus públicos, evidenciando que por trás de cada produto há uma história, uma identidade e uma ética de produção.

A relação entre IA e produção de conteúdo também exige uma reflexão sobre o papel das plataformas digitais nesse ecossistema. De Paula Castro (2023) critica a omissão de muitas empresas de tecnologia em relação à responsabilidade pelas violações cometidas em seus ambientes virtuais. No atual modelo, os provedores se beneficiam da circulação massiva de conteúdos, incluindo aqueles gerados com base em obras protegidas, sem que haja uma contrapartida justa para os autores originais. Essa lógica precisa ser revista à luz de uma governança digital mais justa, que assegure aos pequenos produtores os meios necessários para proteger seus direitos e disputar espaço de forma equitativa nas redes.

A ascensão da IA na produção de conteúdo também levanta uma discussão sobre a natureza da “originalidade” da obra. Lawrence Lessig (2004), argumenta que a cultura sempre se construiu sobre o remix e a reutilização de obras preexistentes, mas que o ambiente digital e a rigidez das leis de direitos autorais podem sufocar a criatividade. Ele defende que a IA, ao usar vastos bancos de dados, pode ser vista como uma ferramenta de “remix” em uma escala sem precedentes. Lessig levanta o questionamento sobre como a lei deve se adaptar para incentivar a inovação sem desvalorizar o trabalho do autor original, um dilema que se torna ainda mais crítico para os pequenos empreendedores que buscam se diferenciar no mercado.

Por fim, é importante destacar que a produção de conteúdo com apoio da inteligência artificial não é, por si só, negativa ou indesejável. Pelo contrário, ela pode representar uma poderosa aliada dos empreendedores criativos, desde que seu uso seja consciente, ético e juridicamente responsável. Leitão (2023) aponta que o desenvolvimento de competências tecnológicas e jurídicas por parte dos designers empreendedores é essencial para que possam explorar todo o potencial da IA sem comprometer a integridade de suas obras. Para isso, torna-se fundamental o acesso a formação continuada, redes de apoio e instrumentos legais que garantam a sustentabilidade do trabalho criativo diante das transformações digitais.

Nesse contexto, o uso da inteligência artificial deve ser incorporado às práticas empreendedoras como uma ferramenta complementar, e não como substituta da criatividade humana. A valorização do conteúdo autoral, o respeito aos direitos de terceiros e o compromisso com a ética da criação são princípios que devem nortear todas as etapas da produção de conteúdo na era digital. Dos Santos (2022) observa que a falta de políticas públicas voltadas à educação digital e à proteção de micro e pequenos empreendedores contribui para a precarização do trabalho criativo, o que só reforça a necessidade de ações articuladas entre Estado, sociedade civil e setor privado.

4 RISCOS DO USO DESREGRADO DA IA

A utilização da inteligência artificial (IA) em ambientes empresariais, especialmente em micro e pequenas empresas (ME's), tem se intensificado nos últimos anos como uma ferramenta promissora para a otimização de processos, criação de conteúdo, gestão de dados e marketing digital. No entanto, o uso indiscriminado e sem o devido cuidado dessas tecnologias acarreta riscos significativos, especialmente no que diz respeito à violação de direitos autorais, privacidade de dados e responsabilidade civil. Como apontado por Santos (2022), muitas pequenas e médias empresas ao se engajarem com ferramentas digitais e redes sociais acabam por negligenciar questões fundamentais de privacidade e autoralidade, expondo-se a possíveis processos judiciais e à perda de credibilidade no mercado. A falta de conhecimento jurídico específico sobre os limites da utilização da IA, em especial na reprodução e adaptação de conteúdos protegidos por direitos autorais, agrava esse cenário.

A automação de processos criativos através da IA, como a geração de textos, imagens e músicas, levanta sérias preocupações legais quando o conteúdo gerado é baseado em bases de dados alimentadas por obras previamente protegidas. Conforme analisa De Paula Castro (2023), a ausência de uma legislação clara e específica sobre a responsabilidade civil dos provedores de aplicações de internet frente às infrações de terceiros torna ainda mais vulnerável o empreendedor que utiliza essas ferramentas sem conhecimento técnico-jurídico. O uso da IA deve ser feito de forma ética e responsável, com atenção especial à origem dos dados e conteúdos processados por tais tecnologias. A negligência nesse aspecto pode resultar em sanções jurídicas severas, especialmente se restar comprovado o uso de material protegido sem a devida autorização dos titulares dos direitos autorais.

Leonardo De Marchi (2006), ao tratar das transformações na produção fonográfica independente no Brasil, já alertava sobre a fragilidade das produções autorais frente à

apropriação indevida, mesmo antes da popularização das ferramentas de IA. A partir dessa reflexão, nota-se que o problema da reprodução não autorizada e da diluição do valor autoral torna-se ainda mais complexo no atual contexto tecnológico, exigindo uma postura proativa do empreendedor. A IA, ao permitir a geração massiva de conteúdo, pode, inadvertidamente, se apropriar de obras protegidas ao replicar padrões estilísticos e elementos criativos sem respeitar os limites da legislação autoral vigente. Por isso, o uso despreparado dessas ferramentas pode comprometer não apenas a integridade legal do negócio, mas também sua reputação diante do público consumidor.

Leitão (2023), em sua análise sobre os ecossistemas criativos de designers empreendedores, aponta que a integração transdisciplinar e a gestão consciente dos produtos autorais são fundamentais para o sucesso de ME's. No entanto, ele destaca que muitos empreendedores ainda subestimam os riscos jurídicos envolvidos na manipulação de conteúdos por ferramentas digitais, incluindo a IA. A despreocupação com a licitude das fontes, a reutilização de obras sem checagem de direitos e a ausência de políticas internas de compliance autoral são práticas comuns entre pequenos empreendedores, mas que podem resultar em processos judiciais com sérias implicações financeiras e operacionais. A construção de um ecossistema criativo que respeite os direitos de terceiros é, portanto, não apenas uma exigência legal, mas um diferencial competitivo em um mercado cada vez mais atento à ética da produção.

Além disso, o uso da IA sem a devida precaução pode expor dados sensíveis tanto do próprio negócio quanto de seus clientes, gerando potenciais violações à Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Santos (2022) aponta que as empresas que atuam nas redes sociais com ferramentas de automação frequentemente não se atentam à coleta, armazenamento e tratamento de dados, o que pode levar a penalidades administrativas, sanções civis e até perdas reputacionais. Os riscos são ainda maiores quando se utiliza IA que integra dados de múltiplas fontes, sem o devido consentimento dos titulares. A ausência de políticas claras de governança de dados e de auditoria sobre as decisões tomadas por algoritmos pode caracterizar negligência, conforme o entendimento jurisprudencial que começa a se consolidar no Brasil.

5 PROTEÇÃO DAS EMPRESAS: PEQUENOS EMPREENDEDORES

Frente a esse panorama, é essencial que os pequenos empreendedores adotem uma postura preventiva e estratégica quanto ao uso da IA. A proteção da empresa passa necessariamente pela adoção de medidas jurídicas básicas que, embora simples, são frequentemente negligenciadas por falta de informação ou orientação especializada. Entre essas medidas, destaca-se a realização de auditorias internas para verificar a conformidade dos conteúdos produzidos com a legislação de direitos autorais. Conforme De Paula Castro (2023), o desconhecimento da procedência do material utilizado não exime a empresa de responsabilidade civil, sendo imprescindível adotar mecanismos de verificação da originalidade e da autorização de uso de quaisquer obras incorporadas ao processo criativo.

Além disso, é recomendável que os empreendedores estabeleçam contratos específicos com cláusulas de cessão de direitos autorais claras, tanto com fornecedores de conteúdo quanto com desenvolvedores de IA. Tais contratos devem prever a

responsabilidade sobre eventuais infrações e a forma de reparação, evitando assim que o empreendedor seja surpreendido por demandas judiciais que poderiam ter sido evitadas. Como bem observa De Marchi (2006), a informalidade ainda é um traço marcante na cultura empreendedora brasileira, sobretudo nos setores criativos. Essa informalidade, quando transposta para o ambiente digital e automatizado, pode se tornar um fator de risco considerável.

Outro ponto crucial é a criação de uma política interna de compliance digital, com a definição de protocolos claros para o uso de ferramentas de IA. Tais protocolos devem incluir a identificação das fontes de dados utilizadas pelas plataformas, a verificação de licenças de uso, a análise dos termos de serviço dos fornecedores de IA e a capacitação da equipe sobre boas práticas legais no ambiente digital. Leitão (2023) aponta que o sucesso dos designers empreendedores está diretamente relacionado à sua capacidade de compreender as interações entre criatividade, gestão e legislação. Esse entendimento transdisciplinar deve ser adotado também por outros segmentos criativos, que precisam reconhecer que a inovação tecnológica só é benéfica quando acompanhada de segurança jurídica.

A consulta a profissionais especializados, como advogados e consultores jurídicos com experiência em direito digital e autoral, é outra recomendação fundamental para proteger a empresa. Esses profissionais podem oferecer pareceres técnicos sobre a legalidade do uso de determinadas ferramentas, além de orientar sobre registros de propriedade intelectual, notificações extrajudiciais e defesas judiciais, caso necessário. Como destaca Santos (2022), a presença de assessoria jurídica é um fator que distingue empresas preparadas daquelas que operam no limite da legalidade, sujeitando-se a prejuízos consideráveis. A cultura da prevenção jurídica precisa ser incorporada à rotina das ME's, com o mesmo peso dado à contabilidade e à gestão financeira.

A propósito, Ronaldo Lemos (2016), enfatiza que a autorregulamentação e a adoção de boas práticas pelas empresas são cruciais para a segurança jurídica e a reputação no ambiente online.

É importante também que os empreendedores estejam atentos à jurisprudência e às mudanças legislativas que envolvem o uso da IA. No Brasil e em diversos países, discute-se atualmente a responsabilidade objetiva de plataformas e empresas que utilizam IA na criação de conteúdos. A responsabilização pode recair sobre quem utilizou a ferramenta, mesmo que a infração tenha sido indireta ou não intencional. De Paula Castro (2023) propõe que o Brasil adote um modelo de responsabilidade solidária entre provedores e usuários, o que reforça ainda mais a necessidade de cuidado por parte dos pequenos empreendedores. O desconhecimento da norma não isenta o infrator, e a negligência quanto à atualização normativa pode ser interpretada como dolo eventual.

Por fim, é necessário que os empreendedores invistam na educação continuada, participando de cursos, oficinas e seminários que tratem das interseções entre tecnologia, direito e gestão empresarial. A construção de uma cultura organizacional pautada na ética digital é essencial para a sustentabilidade do negócio. Leitão (2023) defende que os ecossistemas criativos mais resilientes são aqueles que incentivam a formação crítica de seus integrantes, capacitando-os para tomar decisões fundamentadas e juridicamente seguras. Em um ambiente cada vez mais regulado, o conhecimento passa a ser o principal diferencial competitivo, e a ignorância legal, um risco que não pode mais ser tolerado.

6 IDENTIFICAÇÃO DE FONTES CONFIÁVEIS

A crescente dependência da internet e das tecnologias digitais, especialmente no campo do marketing, tem incentivado empresas a recorrerem a diferentes fontes de informação disponíveis online, muitas vezes sem a devida verificação de sua veracidade. Identificar e utilizar corretamente fontes confiáveis tornou-se, portanto, uma competência essencial para qualquer empreendimento que deseje preservar sua integridade, evitar litígios e garantir a originalidade e a segurança de seus conteúdos. A ausência de rigor na verificação da origem da informação e a utilização de materiais de procedência duvidosa têm acarretado implicações sérias, principalmente quando se trata de pequenas e médias empresas que, em muitos casos, operam com recursos limitados e não possuem suporte jurídico robusto. Conforme salienta Dos Santos (2022), o uso indiscriminado de conteúdo obtido nas redes sociais sem o devido cuidado quanto aos direitos autorais configura não apenas uma violação legal, mas também um risco à reputação da marca.

A identificação de fontes confiáveis deve partir de uma avaliação criteriosa que considere a origem do material, o reconhecimento da instituição ou autor que o produziu e a atualidade das informações apresentadas. Universidades, institutos de pesquisa, periódicos acadêmicos reconhecidos e órgãos governamentais são, em regra, fontes mais confiáveis do que blogs pessoais ou conteúdos não referenciados compartilhados em redes sociais. No entanto, mesmo fontes tradicionalmente confiáveis devem ser analisadas quanto à pertinência de suas informações para o contexto da empresa, pois o uso descontextualizado de dados pode comprometer a coerência e a eficácia de uma campanha de marketing ou de uma tomada de decisão empresarial. De Paula Castro (2023) destaca que a negligência na checagem da procedência da informação, especialmente no ambiente digital, tem sido um dos principais fatores que alimentam disputas judiciais envolvendo infrações aos direitos autorais e à desinformação.

Além da identificação, a correta utilização das fontes também exige atenção às normas jurídicas e éticas que regem a citação, a reprodução e a redistribuição de conteúdos. O plágio, mesmo que não intencional, pode gerar sérias consequências legais, bem como prejudicar a imagem da empresa perante seus clientes e parceiros. No campo do marketing digital, isso se torna ainda mais sensível, pois a velocidade de disseminação das informações nas redes sociais aumenta exponencialmente a possibilidade de que uma infração seja descoberta e amplamente divulgada. Segundo De Marchi (2006), na era digital, a produção independente passou a ser reconhecida como um campo legítimo de atuação econômica e cultural, mas essa autonomia exige responsabilidade redobrada quanto à originalidade e ao uso ético do conteúdo, sob pena de comprometer a credibilidade da própria economia criativa.

Outro aspecto fundamental a ser considerado é o uso de ferramentas de inteligência artificial na criação e disseminação de conteúdos. Embora essas tecnologias ofereçam vantagens significativas em termos de agilidade e personalização, elas também apresentam riscos quando alimentadas com dados de fontes não verificadas ou utilizadas sem o acompanhamento de profissionais qualificados. A IA pode reproduzir e amplificar erros, preconceitos e violações de direitos, caso não sejam estabelecidos parâmetros éticos e jurídicos para sua atuação. Leitão (2023) argumenta que a gestão criativa e integrada das microempresas de produtos autorais exige uma abordagem

transdisciplinar que contemple tanto a inovação quanto a segurança jurídica, sobretudo no uso de novas tecnologias.

Diante de tais desafios, a construção de uma política interna de boas práticas informacionais e de uso ético das fontes é indispensável para qualquer empresa que queira se posicionar de forma sustentável no mercado. Isso implica investir em capacitação dos colaboradores, manter-se atualizado sobre a legislação vigente e adotar ferramentas confiáveis de verificação de dados e de gestão de conteúdo. Além disso, é recomendável consultar regularmente especialistas jurídicos, principalmente ao lidar com conteúdos sensíveis ou ao planejar campanhas publicitárias que envolvam personagens, imagens ou textos de terceiros. Dos Santos (2022) reforça que o desconhecimento da legislação não exime a empresa de responsabilidade, sendo fundamental desenvolver uma cultura organizacional voltada para a legalidade e o respeito aos direitos autorais e à privacidade.

7 CONCLUSÃO

Em síntese, a utilização criteriosa e ética das fontes de informação é uma exigência do cenário digital contemporâneo, marcado por rápidas transformações tecnológicas e pela ampliação da responsabilidade legal das empresas frente ao conteúdo que produzem e disseminam. Ignorar essa realidade pode resultar em sanções jurídicas, perda de credibilidade e prejuízos financeiros consideráveis, especialmente para negócios de pequeno e médio porte, que operam com maior vulnerabilidade diante de disputas legais. A responsabilidade pelo uso das informações deve ser compartilhada entre os produtores de conteúdo, os gestores empresariais e os próprios usuários das plataformas, exigindo uma postura ativa e consciente na gestão de riscos e na valorização do conhecimento confiável e legitimamente produzido.

A análise dos riscos do uso descuidado de inteligência artificial e da má utilização de fontes de informação leva, inevitavelmente, a uma reflexão sobre as estratégias que devem ser adotadas pelas empresas para garantir uma atuação segura, ética e juridicamente respaldada no ambiente digital. Nesse contexto, algumas recomendações se impõem como caminhos viáveis e eficazes para a consolidação de boas práticas empresariais.

Em primeiro lugar, é imprescindível que as empresas, independentemente de seu porte, reconheçam que o ambiente digital não é um espaço isento de normas jurídicas. Ao contrário, ele está sujeito a legislações específicas, muitas das quais estão em constante atualização, especialmente no que diz respeito à proteção de dados, aos direitos autorais e à responsabilidade civil. O Brasil já possui dispositivos legais suficientes para responsabilizar empresas que negligenciem suas obrigações quanto ao uso correto de conteúdos protegidos. Nesse sentido, é fundamental que os gestores estejam atentos às obrigações legais e éticas que envolvem o uso de ferramentas digitais e de inteligência artificial.

A adoção de políticas internas claras sobre a verificação de fontes, a obtenção de autorizações para uso de conteúdos de terceiros e o respeito à privacidade dos usuários é um passo decisivo para evitar litígios e danos à reputação empresarial. Além disso, a capacitação contínua das equipes de marketing, comunicação e tecnologia da informação é uma medida eficaz para reduzir os riscos e aumentar a eficiência no uso de

recursos digitais. A integração transdisciplinar das diferentes áreas da empresa contribui significativamente para a construção de ecossistemas criativos sustentáveis, nos quais a inovação caminha lado a lado com a responsabilidade social e jurídica.

Outro aspecto que merece atenção nas recomendações finais é a necessidade de transparência e coerência nas ações digitais da empresa. O público consumidor está cada vez mais atento às práticas das marcas e exige posturas éticas, especialmente quando se trata de dados pessoais, representatividade e originalidade dos conteúdos. A confiança do consumidor é um ativo valioso, que pode ser perdido em segundos diante de uma denúncia de plágio, de uso indevido de imagem ou de vazamento de informações. Por isso, recomenda-se que as empresas adotem posturas preventivas, como a realização de auditorias regulares em seus conteúdos digitais, a implementação de sistemas de compliance informacional e o monitoramento contínuo das legislações aplicáveis

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BITTAR, Carlos Alberto. **Direito de autor na internet e na sociedade da informação**. São Paulo: Atlas, 2012.

BRANCO, Sergio. **O domínio público no direito autoral brasileiro**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2013.

BRASIL. Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Poder Executivo, Brasília, DF, 20 fev. 1998.

CARVALHO, Fernando Cesar Messias et al. **Patitas: comida orgânica para cães e gatos**. 2023.

DE MARCHI, Leonardo. Do marginal ao empreendedor: transformações no conceito de produção fonográfica independente no Brasil. **Revista Eco-Pós**, v. 9, n. 1, 2006.

DE PAULA CASTRO, Carla Frade. Responsabilidade civil de provedores de aplicações de internet por infrações de terceiros a direitos autorais: uma proposta para o Brasil. **Revista de Informação Legislativa**, v. 60, n. 237, p. 141-171, 2023.

DOS SANTOS, Margarida Pacheco. **As redes sociais como ferramenta de marketing digital: os riscos de privacidade e violações de direitos autorais para pequenas e médias empresas**. 2022. Dissertação de Mestrado. Universidade do Porto (Portugal).

ESCOBAR, Carolina Freire Assis *et al.* Empreendedorismo Feminino e CLT: Desafios e oportunidades a curto e longo prazo. **Revista do Encontro de Gestão e Tecnologia**, v. 2, n. 3, p. e23228-e23228, 2025.

LEITÃO, Pedro Braga. **Características de um ecossistema criativo integrado para a gestão transdisciplinar de ME's de designers empreendedores de produtos autorais**. 2023. Tese de Doutorado. PUC-Rio.

LEMOS, Ronaldo. **O marco civil da internet**. São Paulo: Atlas, 2016.

LESSIG, Lawrence. **Cultura livre**: como a grande mídia usa a tecnologia e a lei para bloquear a cultura e controlar a criatividade. São Paulo: Trama, 2005.

SILVEIRA, Luiz Henrique Pereira; SARTORI, Rejane. Práticas de gestão de direitos autorais para músicos independentes. **Economic Analysis of Law Review**, v. 15, n. 01, p. 171-193, 2024.

Data de submissão: 09 jun. 2025. Data de aprovação: 27 out. 2025.