

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 02 de setembro de 2024 às 07h57
Seleção de Notícias

Folha.com | BR

Propriedade Intelectual

Painel S.A.: Dona da Animale processa Shein por copiar suas roupas	3
ÚLTIMAS NOTÍCIAS	

O Globo Online | BR

Marco regulatório | INPI

Ex-PM acusa Marçal de copiar o 'Faz o M' e pede registro da marca	5
ÚLTIMAS NOTÍCIAS	

Arbitragem e Mediação

Herdeiros dos Ramones entram em duelo pelo legado da banda punk	8
REGGIE UGWU	

Veja.com | BR

Marco regulatório | INPI

A vitória da Amazon na Justiça sobre uso de patente irregular	10
ÚLTIMAS NOTÍCIAS	

Marco regulatório | INPI

Globo briga com ex-diretor por marca do 'Domingão'	11
---	-----------

Sebrae Notícias | BR

Marco regulatório | INPI

INPI anuncia diretório para combater a falsificação de produtos com Indicação Geográfica	12
SITES	

Fator Brasil - Online | BR

Patentes

A propaganda de medicamentos e os limites legais das restrições da Anvisa	15
CANAL	

Painel S.A.: Dona da Animale processa Shein por copiar suas roupas

ÚLTIMAS NOTÍCIAS



Grupo Soma acusa plataforma asiática de abordar fornecedores de sua grife de luxo para produzir peças similares por preços mais baixos; Shein nega

São Paulo

O Grupo Soma moveu uma ação judicial contra a Shein por, supostamente, vender cópias de roupas da grife Animale em suas plataformas. A companhia acusa a companhia asiática de abordar seus fornecedores para copiar as roupas produzidas e vendê-las por um preço muito menor.

No pedido à 1ª Vara Empresarial e Conflitos de **Arbitragem** do Tribunal de Justiça de São Paulo, o Soma tenta, há pouco mais de um ano, reverter o que considera uma violação de **direitos** autorais.

A Shein é uma das maiores plataformas do varejo de moda no mundo

-

Inicialmente, fornecedores do Soma encaminharam ao grupo um documento da Shein no Brasil com indicações dos tipos de roupas que seriam reproduzidas e as marcas da campanha utilizada pela Animale para serem vendidas no ecommerce. Segundo o Soma, as

roupas foram utilizadas pela Animale na coleção de verão 2024.

A Shein é representada pela In Glow Brasil Intermediação de Negócios, que negou a violação da marca. No processo, ela afirmou que a marca Animale seria utilizada apenas como referência aos produtos feitos pela companhia. O material serviria para avaliar tendências de mercado.

O Soma afirma que, no documento aos fornecedores, a Shein pedia que as peças fossem reproduzidas com outros tecidos. A ideia era alcançar preços inferiores aos praticados pela Animale, que trabalha com um público segmentado, de alto padrão e com peças exclusivas.

No documento estavam contidas imagens utilizadas em campanhas da Animale, com as mesmas modelos e roupas do site da companhia, porém com a indicação de preço que se buscava na operação.

No documento enviado aos fornecedores do Grupo Soma, a Shein indicava o tipo de roupa que pretendia utilizar usando como base coleção da Animale

-

Algumas das roupas continham um preço de produção que variava entre R\$ 15 e R\$ 35 por peça. Outros estavam em torno de R\$ 35 a R\$ 60 - um dos vestidos apontados custa quase R\$ 1.800 no site da Animale.

Em 31 de julho, foi realizada uma audiência entre as empresas. O Soma afirma, no processo, que representantes da Shein no Brasil reconheceram a existência do briefing, mas indicaram que o documento foi enviado por uma funcionária de forma indevida e não endossada pela companhia.

Continuação: Painel S.A.: Dona da Animale processa Shein por copiar suas roupas

A funcionária que assinou o documento aos fornecedores disse, em juízo, que foi instruída pela chefia a distribuir o material e desmentiu as alegações da Shein. Ela afirmou, no entanto, que os disparos foram feitos pelo seu WhatsApp pessoal.

Para a Shein, o documento era uma espécie de benchmarking, método utilizado por empresas para fazer pesquisas de mercado e analisar o que é produzido entre os concorrentes.

O Soma discorda e afirma que, embora estejam em lados opostos na composição de preços dos produtos, as empresas atuam no segmento da moda, de forma que o recorte por preço não seria um limitador de público, mas apenas uma forma de acabar expandindo o consumidor-alvo e beneficiar a Shein.

Além disso, por trabalhar somente com peças exclusivas, a companhia poderia perder clientes que se recusariam a comprar algo encontrado por um valor muito menor ou que tenha perdido o caráter de peça única.

Além de pedir que a Shein pare de enviar pedidos aos fornecedores do Soma, o grupo também pede que todo e qualquer uso da marca Animale, bem como de

materiais publicitários parem de circular nas plataformas da Shein.

O Soma também pede indenização por danos morais e materiais.

Outro lado

A Shein disse que está ciente das alegações feitas pelo Grupo Soma, que leva a sério as questões de **propriedade** intelectual e sempre busca operar dentro das leis e regulamentações aplicáveis em todos os mercados onde atua.

"Reiteramos nosso compromisso com a transparência, a ética empresarial e o respeito pelos direitos de todas as partes envolvidas. Não comentaremos detalhes específicos sobre processos judiciais em andamento, mas acreditamos que os esclarecimentos necessários serão trazidos à luz no curso adequado."

Consultado, o Grupo Soma não quis se manifestar.

Com Diego Felix

Ex-PM acusa Marçal de copiar o 'Faz o M' e pede registro da marca

ÚLTIMAS NOTÍCIAS



Michel Nascimento registrou domínio de site e requisiu propriedade sobre o bordão antes de o candidato do PRTB usar o lema publicamente pela primeira vez

"Faz o M!", incentiva o candidato Pablo Marçal (PRTB) em debates, caminhadas e vídeos da campanha à prefeitura de São Paulo, enquanto exhibe o gesto com três dedos virados para baixo que formam o desenho da letra M, em referência à primeira letra de seu sobrenome. A referência é clara: trata-se de uma subversão do lema "Faz o L", usado pelos apoiadores de Lula em 2022.

Na primeira vez que usou publicamente o bordão, no debate da TV Band, no dia 8 de agosto, Marçal surpreendeu o ex-policial militar Michel Nascimento, de 47 anos. Michel tinha comprado o domínio de um site com o mesmo nome, no dia 27 de março, e pretendia utilizá-lo para divulgar o conteúdo de um canal do YouTube. No dia 3 de junho, também havia entrado com um pedido de registro de marca "Faz o M", incluindo o gesto dos dedos para baixo, no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (**INPI**). O processo está em andamento, na etapa de análise de mérito.

Morador do Guarujá (SP), na Baixada Santista, Michel afirma que tentou nas últimas semanas contato

com a equipe de Marçal e com o PRTB para avisar que o uso da frase pela campanha estaria prejudicando seus planos. Enviou e-mails e ligou para o diretório do partido alegando que o ex-coach estaria usando indevidamente o lema. Segundo ele, não houve resposta.

Michel conta que o seu 'Faz o M' é a forma como decidiu nomear um projeto de comunicação que estaria estruturando desde 2023. Com site e perfis em redes sociais, o ex-policial afirma que faria vídeos sobre desigualdade social, combate à fome e outras bandeiras que defende.

- O Pablo vai me prejudicar porque, quando eu lançar (o projeto), vão achar que é uma referência a ele. Não quero ligação nem com ele, nem com Lula, Bolsonaro ou com outro político. A minha preocupação é que ele pare de usar. Eu ouvi os debates, ele atacando jornalistas. É totalmente contrário à ideia do meu canal, da minha marca - diz Michel, que diz ter investido cerca de R\$ 15 mil na iniciativa na compra de domínios, equipamentos de vídeo e programas de computador.

Questionado sobre o caso, Marçal afirma que ele mesmo que inventou o slogan e o gesto com as mãos e que não sabia da reivindicação do ex-PM.

- Não tinha conhecimento, mas não muda nada. Pode usar normal se não foi deferido (no **INPI**). Fui eu que inventei. O sinal da mão é milenar, e eu gosto muito de símbolos - respondeu o candidato durante visita a uma panificadora nesta quarta-feira (28) na Vila Prudente, Zona Leste de São Paulo.

A assessoria do candidato também foi procurada pelo GLOBO para explicar se esse fato pode gerar algum prejuízo e se foram contatados por Michel para tratar do assunto, mas não houve retorno.

Continuação: Ex-PM acusa Marçal de copiar o 'Faz o M' e pede registro da marca

Processo pendente Logo após se iniciar o processo de registro de marca o **INPI** abre um prazo de 60 dias para que terceiros possam reivindicar ou contestar o direito sobre aquele nome. O processo de Nascimento já passou desse prazo, mas isso não significa ainda que ele é o dono de "Faz o M".

- Agora, na fase de análise de mérito, os avaliadores vão verificar se a marca cumpre os requisitos de registro ou não, ou seja, pode ser indeferido - explica o advogado especialista em direito empresarial Fernando Canutto, sócio do Godke Advogados.

Canutto explica, no entanto, que se outra pessoa entrasse com o pedido de registro da marca "Faz o M" nos próximos dias, Nascimento tem a preferência, porque entrou com o registro antes.

O advogado também conta que, caso o ex-PM tenha o pedido deferido pelo **INPI**, existe jurisprudência que deu ganho de causa em pedidos de indenização considerando a data em que se deu entrada no pedido de análise pelo órgão federal.

- A lei prevê que, depois da marca registrada, posso pedir indenização por danos morais considerando a data de início do protocolo - conta Canutto.

A etapa de análise costuma demorar, em média, cerca de 17 meses, segundo o **INPI**, que confirmou a abertura do processo no dia 3 de junho deste ano.

O órgão destacou que a proteção legal conferida ao registro de marca é válida "após a concessão do certificado de registro, etapa que ocorre após o deferimento do pedido e o pagamento das retribuições correspondentes". O uso da marca está especificado para serviços de educação, entretenimento e atividades físicas e desportivas.

Nascimento produz vídeos para as redes sociais há alguns anos. Foi uma de suas produções que ocasionou a expulsão dele da Polícia Militar do Paraná, em 2019. Cinco anos antes, quando era tenente, publicou um vídeo usando uma balaclava preta na cabeça, usando o uniforme da corporação, e fez críticas ao comando da instituição. A atitude desencadeou um processo por incitamento à insubordinação, crime previsto no Código Penal Militar.

Nascimento diz que não pretende processar o empresário. Ele afirma que quer resolver a situação de forma amigável, apesar de tecer críticas ao candidato.

- Uma pessoa que quer administrar a cidade de São Paulo já começa fazendo falcatura. Para mim, isso é um coach picareta - reclama.

Semelhança com "Faz o L" O slogan explorado exaustivamente por Marçal nas ruas é bastante similar ao "Faz o L", que marcou a campanha de Luiz Inácio Lula da Silva (PT) em 2022. O presidente apoia o deputado federal Guilherme Boulos (PSOL) na capital paulista este ano.

O publicitário Sidônio Palmeira, responsável pela estratégia de comunicação do petista, conta que o "L" com dois dedos já existia antes (o PT atribui ao jornalista Mário Milani, na década de 1980). A novidade foi o comando, que antagonizou com a "arminha" propagada pelos eleitores de Jair Bolsonaro (PL).

- A grande sacada que a gente teve foi o de virar a mão, de arminha para o L. O gestual marca muito - conta o marqueteiro.

O GLOBO perguntou se incomoda o fato de Pablo Marçal, considerado por ele como representante de

Continuação: Ex-PM acusa Marçal de copiar o 'Faz o M' e pede registro da marca

uma "nova facção" na extrema-direita, ter adaptado a marca.

- Acho que o meme, o gestual é uma coisa importante, principalmente com o advento das redes sociais, e cada um tem o direito de fazer isso - declarou.

Ele critica, no entanto, o "esvaziamento" do debate público na disputa pela prefeitura de São Paulo e no

uso de memes por expoentes bolsonaristas.

- Marçal acabou com o debate, com a discussão política - diz Palmeira.

Herdeiros dos Ramones entram em duelo pelo legado da banda punk



O risco da briga Moraes x Musk é afetar direitos de terceiros, como clientes da Starlink, e de o país cair na armadilha do dono do X. O risco da briga Moraes x Musk é afetar direitos de terceiros, como clientes da Starlink, e de o país cair na armadilha do dono do X

Irmão de Joey Ramone processou a viúva de Johnny, acusando-a de violação de marca registrada, diluição de marca e quebra de contrato

Anos de disputas sobre o controle do legado dos Ramones ganharam um novo capítulo neste mês quando o irmão de Joey Ramone processou a viúva de Johnny Ramone, acusando-a de violação de marca registrada, diluição de marca e quebra de contrato.

O irmão de Joey Ramone, Mickey Leigh, e a viúva de Johnny Ramone, Linda Cummings-Ramone, controlam cada um 50% da Ramones Productions, a empresa que detém os direitos de propriedade intelectual da banda punk. Joey Ramone, vocalista principal da banda, morreu em 2001, e Johnny Ra-

mone, o guitarrista, em 2004.

No processo, Mickey Leigh, cujo nome legal é Mitchell Hyman, acusa Cummings-Ramone de explorar indevidamente o legado da banda e alavancar sua propriedade intelectual "para sua própria fama e vaidade". Já Cummings-Ramone processou Hyman em janeiro, acusando-o de desenvolver indevidamente um filme biográfico dos Ramones sem sua aprovação. Esse caso está pendente.

Alan Fisch, um veterano litigante de propriedade intelectual, disse que a participação acionária da Cummings-Ramone na Ramones Productions não necessariamente lhe garantia controle sobre seus ativos intelectuais.

"Só porque ela é dona de metade do negócio não significa que ela tenha o direito irrestrito de usar sua propriedade intelectual", disse ele. "O fato de cada um dos dois acionistas ter visões diferentes é parte do desafio que eles criaram para si mesmos ao serem donos de 50%."

Relação fria entre Joey e Johnny A rivalidade entre Hyman e Cummings-Ramone, de certa forma, reflete o relacionamento notoriamente frio entre Joey e Johnny Ramone. Antes de começar a namorar Johnny Ramone, Cummings-Ramone, uma filantropa e modelo, estava em um relacionamento de vários anos com Joey.

O conflito de Hyman e Cummings-Ramone atingiu um ponto de inflexão em 2018, quando ele a levou para **arbitragem** sobre o uso das marcas registradas dos Ramones em um evento anual de homenagem a Johnny Ramone. Hyman também se opôs à adoção do nome "Linda Ramone" por Cummings-Ramone, que ele alega retratar falsamente como a "guardiã do legado" do grupo. (O sobrenome "Ramone" era um pseudônimo e não o nome legal de nenhum membro

Continuação: Herdeiros dos Ramones entram em duelo pelo legado da banda punk

da banda.)

Representantes de Cummings-Ramone não responderam a um pedido de comentário. Karen Winner, consultora de Hyman, disse em uma declaração que a decisão de Cummings-Ramone de usar o nome há muito tempo causava confusão entre os fãs.

"Infelizmente, ela expandiu seu uso do nome, o que é problemático não apenas para Joey Ramone e os Ramones, mas para seus fãs", disse Winner.

Quando o árbitro decidiu sobre as disputas entre os

parentes Ramone, ele expressou frustração com suas batalhas frequentes.

"Mickey Hyman e Linda Cummings-Ramone têm uma missão quase sagrada de serem os zeladores do trabalho criativo da banda, proteger sua marca icônica e educar novos fãs para aumentar sua lenda", escreveu ele. "Em vez disso, as partes permitiram que seus egos pessoais e sua animosidade um pelo outro interferissem em suas obrigações conjuntas."

A vitória da Amazon na Justiça sobre uso de patente irregular

ÚLTIMAS NOTÍCIAS



"Ainda que ao final da demanda venha a ser reconhecido o direito da parte autora (Divx) na manutenção da patente que lhe fora conferida pelo **INPI**, eventual prejuízo decorrente da decisão proferida nesta sede de cognição sumária estaria sujeita à ação indenizatória a ser proposta pela parte autora, sem prejuízo da declaração de indenizar os prejuízos advindos com o deferimento da tutela provisória, caso esta venha a ser revogada", informa o documento do processo.

Notícias sobre as pessoas mais influentes do mundo do entretenimento, das artes e dos negócios

Notícias sobre as pessoas mais influentes do mundo do entretenimento, das artes e dos negócios

(Amazon/Divulgação)

A Amazon conseguiu suspender na justiça a **patente** de uma tecnologia registrada no Brasil pela Divx, que consiste em um método de codificação de um vídeo digital.

De acordo com o documento obtido pela coluna GENTE, a decisão anterior que deferiu a tutela provisória à Divx proibia a empresa fundada por Jeff Bezos de "utilizar o padrão tecnológico HECV", sob pena de multa diária de 300 mil reais.

A Amazon alega que o governo brasileiro, através do **Instituto** Nacional de Propriedade Industrial (**INPI**), registrou a **patente** da tecnologia que ela já possui registro internacional. A justiça acatou a alegação e concedeu a liminar para suspensão da **patente** até o julgamento da ação.

Vale destacar que a batalha judicial começou com a Divx processando a Netflix pelo uso irregular da tecnologia. Na decisão, o juiz também solicita a indicação de um novo perito para analisar o caso.

Globo briga com ex-diretor por marca do 'Domingão'



Emissora luta pelo registro da expressão usada em programas Notícias sobre as pessoas mais influentes do mundo do entretenimento, das artes e dos negócios

Notícias sobre as pessoas mais influentes do mundo do entretenimento, das artes e dos negócios

(Vídeo/Reprodução)

A Globo trava uma batalha na justiça há cerca seis anos pela marca "Domingão". O registro do termo, que é símbolo dos programas dominicais da emissora, como o Domingão do Faustão e agora Domingão do Huck, foi inviabilizado por ser considerado uma imitação de outro já registrado.

Acontece que, há alguns anos, o diretor da Banda Domingão, Evanil Bernardes da Silva, conhecido como Nil Bernardes, registrou no **Instituto** Nacional de Propriedade Industrial (**INPI**) o nome do grupo que se apresentava no programa de Fausto Silva, o que impede a Globo de usar a expressão "Domingão".

Neste caso, o **INPI** considera imitação, o que inviabiliza a autorização.

Em 2018, a empresa dos Marinho entrou com um pedido no instituto para a "nulidade administrativa do registro de marca". Já em julho de 2024, a justiça deferiu a petição de caducidade do registro por falta de contestação. "O titular será intimado para se manifestar no prazo de 60 dias, cabendo-lhe o ônus de provar o uso da marca ou justificar seu desuso por razões legítimas", informa o documento do processo obtido pela coluna GENTE.

INPI anuncia diretório para combater a falsificação de produtos com Indicação Geográfica

SITES



Por Redação

O Instituto Nacional da Propriedade Industrial (**INPI**) fez o pré-lançamento do Diretório Nacional de Combate à Falsificação de **Indicação** Geográfica, que vai combater a pirataria de produtos de origem certificados. Na plataforma que fica dentro do portal do **INPI**, os produtores poderão registrar informações diversas de seus produtos, como principais características, descrição de embalagens e rotas utilizadas. A novidade foi apresentada na abertura do Connection Terroirs do Brasil 2024, nessa quinta-feira (29), em Gramado (RS).

É mais um passo do instituto em direção ao aumento da segurança jurídica e da facilitação do comércio e dos negócios entre os diferentes atores envolvidos. Com isso, vamos disponibilizar aos usuários dos sistemas de IG no Brasil a possibilidade do cadastro através do site do Instituto, inserindo informações que efetivamente sirvam para combater a pirataria e a contrafação dessa área. Júlio César Moreira, presidente do **INPI**

"Entendemos, com a adição ao Diretório de Combate às Falsificações de Máquinas, que estamos dando mais um passo para aumentarmos a segurança jurídica do uso da propriedade industrial no país e disseminarmos a cultura desse sistema entre o nosso povo", explicou.

abpi.empauta.com

Para Hulda Giesbrecht, analista de inovação do Sebrae, a medida é importante não só para o consumidor, que terá a garantia de estar comprando realmente um produto com IG reconhecida pelo **INPI**, mas protege também a região produtora. As **Indicações** Geográficas agregam valor a artigos tradicionais e impulsionam a comunidade, o desenvolvimento e a economia local", defende.

Ao longo dos últimos anos, o país tem caminhado no sentido de valorizar e escalar as vendas de produtos com **Denominação** de Origem ou Indicação de Procedência reconhecidos. Isso fortalece nossa economia, gera emprego, renda e valorização de nossos produtos e serviços. Hulda Giesbrecht, analista de inovação do Sebrae

Uma das mais recentes **Indicações** Geográficas brasileiras, a Cachaça de Luiz Alves, de Santa Catarina, recebeu seu certificado oficial de **Denominação** de Origem durante a cerimônia de abertura Connection Terroirs do Brasil 2024. A fabricação da bebida tem uma peculiaridade: utiliza o melado como matéria-prima da fermentação no lugar do caldo de cana fresco. Além disso, são utilizadas leveduras nativas, que não existem em outro lugar do Brasil, em vez das industrializadas.

Abertura e programação

O Connection Terroirs do Brasil, que segue até sábado (31) e é realizado pela Rossi e Zorzanello, com correalização do Sebrae, grande apoiador de produtores na certificação de origem.

Gustavo Rech, gerente do Sebrae na Região da Serra Gaúcha, destacou a relevância do evento para o desenvolvimento econômico e turístico de comunidades e destinos. "O Connection traduz um sentimento de valorização dos nossos produtos, mas

Continuação: INPI anuncia diretório para combater a falsificação de produtos com Indicação Geográfica

principalmente da nossa história, das nossas experiências, que faz com que as pessoas que nos visitam consigam experimentar um pouquinho daquilo que nós temos de melhor. Os produtos de origem são um dos pilares com que o turismo se coloca", ressaltou.

Com apresentações da Orquestra Jovem de Gramado e do músico Pepeu Gonçalves, a cerimônia concedeu ainda um troféu de participação a 32 **Indicações** Geográficas que estão participando do evento pela primeira vez. A noite foi encerrada com um coquetel com produtos de Origem e **Indicação** Geográfica oferecido pelos Terroirs do Sul do Brasil com o apoio do SENAC-RS.

Confira a programação:

30 de agosto - sexta-feira

Programação da Arena Gastronômica (Cozinha Show)

Local: Praça Major Nicoletti

Atividade gratuita.

Imersão sensorial com produtos tipicamente brasileiros.

Programação sujeita a alterações sem aviso prévio.

13h â Chef Nicolas Heckel - CATHERINE

14h30 â Gustavo Bonfiglio - Chef Senac Bento Gonçalves

Harmonização de queijo serrano, mel da Bracatinga e rapadura de cacau de Rondônia com vinhos da região de Altos Montes.

16h â Gustavo Bonfiglio - Chef Senac Bento Gonçalves

Harmonização de doces de Pelotas com espumantes da região de Altos de Pinto Bandeira.

17h30 â Gustavo Bonfiglio - Chef Senac Bento Gonçalves

Harmonização de queijos Iserrano e colonial com vinhos da Campanha Gaúcha.

Sessão de autógrafos

14h30 â Rita Gil + Vera Fisch (Imagens e Emoção)

15h30 â Iraci Casagrande (O Lago, As Hortênsias e o Turismo)

16h30 â Sebastião Fonseca de Oliveira (Antigos Povoadores de Gramado / Memória das Fazendas Serranas I / Memória das Fazendas Serranas II)

17h30 â Marco Ferreira (La Cueva - A Caverna / A Flecha do Tempo / Alfonso)

31 de agosto - sábado

Programação de palestras Palco de Conteúdo

Local: Palácio dos Festivais

Atividade mediante ingresso.

9h â Encontro dos IGs

Painel com o Professor Dr. Jean Le Guerroué - Universidade de Brasília

IG - Desenvolvimento dos territórios e inovação
(exclusivo para inscritos)

10h â Troca de Experiências - Aberto para os participantes.

Programação da Arena Gastronômica (Cozinha

Continuação: INPI anuncia diretório para combater a falsificação de produtos com Indicação Geográfica

Show)

Local: Praça Major Nicoletti

Atividade gratuita.

Imersão sensorial com produtos tipicamente brasileiros.

Programação sujeita a alterações sem aviso prévio.

13h â Arika Messa - Chef Senac Gramado

Arroz doce ao perfume de camomila desidratada da região de Mandirituba e açafrão da região de Mara Rosa.

14h30 â Bruna Gotardo - Chef Senac Gramado

Barquete de castanha com creme de queijo artesanal dos Campos de Cima da Serra e melado escorrido de Capanema.

16h â Sandra Weiss Barth - Chef Senac Gramado

Tartelete de cacau da região de Matas de Minas, recheada com ganache de café e nibs de cacau e finalizada com honeycomb com mel de melato de Bracatinga.

17h30 â Chef André Bertolucci - OLIVAS GRAMADO

Bruschetta de pão de milho colonial com queijo serrano dos Campos de Cima da Serra, salame artesanal de javali, azeitonas ascolana da Olivas de Gramado, açafrão de Mara Rosa finalizado com azeite de oliva Extravirgem Terroir Serrano Safra 2024 - Blend de Campo intenso - multivarietal - microlote

Sessão de autógrafos

14h30 â Prof. Romeo Riegel (O Espírito de uma Cidade / Gramado em Crônicas Históricas)

16h30 â Cristina Petersen Bonato (Da Natureza para Sua Mesa)

De quinta a sábado, às 15h

Degustação Guiada

Esta atividade é uma imersão fascinante no mundo do café especial. São 4 **Indicações** Geográficas do Brasil em cada sessão. Cada uma tem o tempo de 30 minutos de duração e incluirá: Introdução ao Terroir do Café, processo de produção e perfil sensorial destacando todas as nuances de cada café.

Diariamente, das 12h às 21h

A propaganda de medicamentos e os limites legais das restrições da Anvisa

CANAL

Os limites da atuação reguladora da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) em matéria de propaganda de medicamentos ganharam os holofotes após decisão recente do Superior Tribunal de Justiça (STJ) sobre o tema.

Ao julgar o Recurso Especial 2.035.645, a Corte Superior afirmou que a Anvisa extrapolou sua competência ao criar regras sobre propaganda de remédios. No entendimento da Primeira Turma do STJ, a Agência não tem poder normativo para restringir as ações das empresas em matéria de propaganda comercial de fármacos, especialmente quando seus atos regulamentares contrariam as regras estabelecidas na Lei 9.294/1996 e em outros atos legislativos.

O caso foi iniciado pela Aspen **Pharma** Indústria Farmacêutica Ltda. que questionou judicialmente a validade da RDC 96/08, argumentando que a Anvisa teria extrapolado sua competência regulatória ao impor obrigações não previstas na legislação federal.

De fato, de acordo com o inciso II do artigo 5º da Constituição, "ninguém será obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa senão em virtude de lei". Ou seja, uma resolução não pode criar direitos e deveres, mas tão somente regulamentar aquilo que a lei previamente estabeleceu. O dispositivo é fundamento para inúmeras incursões judiciais contra deliberações abusivas de autoridades reguladoras e agentes de vigilância sanitária, por exemplo

Com isso, o Tribunal Superior entendeu que "a Anvisa, com a edição da RDC 96/08, de fato surpreendeu seus destinatários, uma vez que trouxe restrições e proibições, ultrapassando o seu poder de regulação, em ofensa ao art. 220 da Constituição Federal".

Importante destacar que o referido artigo constitucional garante a liberdade de expressão, tema que ecoa com frequência nos debates país a fora, e que foi uma resposta do poder constituinte a censura que era imposta a opositores do regime ditatorial brasileiro. Pois o §4º, do mesmo artigo, trata especificamente sobre o tema de propaganda de medicamentos, estabelece que estará sujeita às restrições impostas por lei e não por ato ou resolução administrativa da Anvisa.

No entanto, há duas décadas sobrevive a RDC 96/2008, que trata sobre a "propaganda, publicidade, informação e outras práticas cujo objetivo seja a divulgação ou promoção comercial de medicamentos", que vai além de meramente regulamentar a lei 9294, de 1996, dedicada ao tema, dando balizas adequada à sua aplicação. E também criou novas obrigações e impôs restrições inéditas, sem qualquer sustentação legal. Assim, o STJ, no julgamento do Recurso Especial, afastou a possibilidade de qualquer punição com base em descumprimento a restrições impostas não por uma lei, mas pela própria Resolução.

É bastante comum observarmos reiteradas ações severas de restrições a propaganda de medicamentos por parte da Anvisa. Há casos em que a Agência determina, de modo unilateral e sem contraditório, que sites ou contas de redes sociais fossem retiradas do ar.

Em outros casos, a Agência aplica multas esdrasianas para supostas propagandas irregulares. Em recente iniciativa, a Anvisa vem se utilizando de robôs para disparar e-mails para inúmeras empresas com ordens para a retirada de páginas virtuais de produtos manipulados do ar, sem qualquer justificativa quanto a suposta irregularidade e sem considerar qualquer possibilidade de defesa.

É uma regra basilar do Direito Administrativo que os

Continuação: A propaganda de medicamentos e os limites legais das restrições da Anvisa

órgãos da administração pública somente possam fazer aquilo que a lei determina, não há espaço para a criação marginal de instrumentos para constranger os jurisdicionados em procedimentos espúrios.

Apesar do resultado contrário à Anvisa, a Primeira Turma, de maneira inédita, entendeu necessário abrir um diálogo institucional, comunicando o resultado do julgamento ao Ministério da Saúde e ao Congresso Nacional.

Por fim, espera-se que a jurisprudência avance no sentido de impor às agências reguladoras a atuação

dentro dos estritos limites legais previstos na Constituição. De outra forma, o Brasil se tornará "terra sem lei", com braços abertos à atuação autoritária dos órgãos institucionais.

â€ Por: Claudia de Lucca Mano, advogada, sócia fundadora da banca De Lucca Mano Consultoria, consultora empresarial atuando desde 1994 na área de vigilância sanitária e assuntos regulatórios.

â€ Por: Renan Alves do Nascimento, advogado da banca De Lucca Mano Consultoria.

Índice remissivo de assuntos

Propriedade Intelectual
3

Direitos Autorais
3

Arbitragem e Mediação
3, 8

Marco regulatório | INPI
5, 10, 11, 12

Patentes
10, 15

Denominação de Origem
12