

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 30 de junho de 2025 às 07h51
Seleção de Notícias

Metrópoles Online | BR-DF

Pirataria

Empresas dos EUA acusam Shein de cópia e concorrência desleal	3
<small>COLUNAS ILCA MARIA ESTEVÃO HEBERT MADEIRA</small>	

Migalhas | BR

27 de junho de 2025 | Marco regulatório | INPI

Distintividade adquirida e marcas na nova portaria 15/25 do INPI	5
---	----------

O Estado de S. Paulo | BR

Marco Civil

Big techs indicam preocupação com decisão do Supremo	7
<small>POLÍTICA MARIA MAGNABOSCO</small>	

Folha de S. Paulo | BR

Marco Civil

Big techs rechaçam decisão do STF, criticam instabilidade e preveem judicialização	8
<small>POLÍTICA PATRÍCIA CAMPOS MELLO</small>	

Folha.com | BR

27 de junho de 2025 | Patentes

Farmacêuticas pedem proibição de remédio que imita Ozempic em farmácia de manipulação ...	10
<small>ÚLTIMAS NOTÍCIAS JOANA CUNHA</small>	

G1 - Globo | BR

Direitos Autorais

Quando redes sociais são obrigadas a remover posts por conta própria?	13
<small>TECNOLOGIA REDAÇÃO G1</small>	

Consultor Jurídico | BR

27 de junho de 2025 | Direitos Autorais

Sem cessão expressa, autores seguem com direitos de suas obras	15
---	-----------

Empresas dos EUA acusam Shein de cópia e concorrência desleal

COLUNAS



As companhias por trás das marcas Brandy Melville e Coach entraram com processos contra a varejista Shein alegando violação de direitos

Mais um processo entrou para a fila de polêmicas da Shein. Nesta semana, a Bastiat USA, Inc., que controla a propriedade intelectual da marca multinacional Brandy Melville nos Estados Unidos, acusa a varejista chinesa de cópia e outras infrações, e pede indenização por danos e a proibição das mesmas supostas violações no futuro.

Vem saber os detalhes sobre o novo processo contra a empresa de , que tem sede em Singapura e já foi alvo de acusações de marcas como H&M, Ralph Lauren e Dr. Martens!

Ação judicial da Brandy Melville

A varejista Shein é alvo de mais uma polêmica. Desta vez, com a marca Brandy Melville

A Shein teria copiado o design de roupas e até fotos originais da Brandy Melville sem autorização, conforme acusa a ação judicial recente, movida em 23 de junho em um tribunal da Califórnia.

A intenção da varejista e de afiliados do Shein Marketplace, segundo a denúncia, seria lucrar apro-

veitando a popularidade da marca para confundir consumidores, a partir do plágio de propriedades protegidas por **direitos** autorais, como informa o site The Fashion Law.

Veja exemplos de peças da Brandy Melville na galeria abaixo:

5 imagens Fechar modal. 1 de 5 Peça da marca Brandy Melville Brandy Melville/Divulgação 2 de 5 Peças da marca Brandy Melville Brandy Melville/Divulgação 3 de 5 Peças da marca Brandy Melville Brandy Melville/Divulgação 4 de 5 Peças da marca Brandy Melville Brandy Melville/Divulgação 5 de 5 Peças da marca Brandy Melville Brandy Melville/Divulgação

Dessa forma, a prática estaria levando clientes, sobretudo das gerações Y e Z, a adquirirem produtos no aplicativo e no site da empresa chinesa, achando que se tratariam de peças originais da marca fundada na Itália, mas com preços inferiores.

"A Shein não copiou apenas um design. Ela copiou vários designs de produtos da Brandy Melville e, em seguida, exibiu produtos e fotografias autênticos da Brandy Melville no site da Shein", alega a etiqueta, também voltada para o ramo de .

Mercado cinza

A Brandy Melville acusa a Shein de copiar designs e fotografias sem autorização

De acordo com o processo, o da varejista - que, até a publicação desta matéria, não se manifestou publicamente sobre o assunto - oferece produtos do chamado "mercado cinza", quando peças originais são comercializadas por vendedores não autorizados ou canais que não são os oficiais da respectiva marca.

Continuação: Empresas dos EUA acusam Shein de cópia e concorrência desleal

A Shein ganha uma comissão de 10% sobre cada venda, o que, para a Brandy Melville, seria uma forma de incentivar o anúncio do que a marca chamou de "produtos infratores". Além das acusações envolvendo **direitos** autorais, o processo cita concorrência desleal e falsa designação de origem.

Processo da Coach

Segundo o processo, a varejista asiática teria se aproveitado da confusão gerada para os consumidores com os supostos produtos copiados no site e aplicativo

Em março, a Tapestry, companhia dona da Coach, alegou que o da Shein teria feito infrações similares, incluindo violação de marca registrada federal, em relação à grife estadunidense. O processo foi apresentado no mesmo tribunal californiano que a Brandy Melville, já com o pedido de julgamento do júri.

As supostas cópias, neste caso, também envolvem produtos e publicidade. Na visão da , também geram

confusão quando os clientes procuram produtos da Coach no da varejista, sem informações claras dos vendedores terceirizados em itens que se assemelham aos originais da marca - inclusive com o "C" característico.

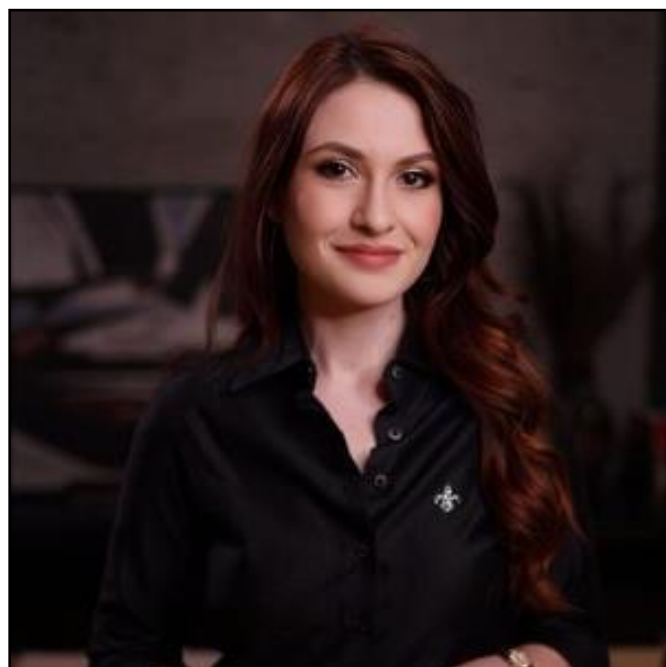
O que disse a Shein

A empresa que detém a Coach também acusou a empresa chinesa de cópia e outras infrações. A foto é de uma collab da grife norte-americana com a Champion

Ao portal WWD, que repercutiu o assunto sobre a Coach, a Shein informou que "está comprometida em respeitar a marca e a propriedade intelectual. Todos os vendedores do Shein Marketplace são obrigados a cumprir as políticas da nossa empresa, incluindo a anti-**falsificação**".

Hebert Madeira Ilca Maria Estevão

Distintividade adquirida e marcas na nova portaria 15/25 do INPI



A nova portaria 15/25 do **INPI** regulamenta a distintividade adquirida, exigindo uso contínuo da marca por 3 anos e reconhecimento pelo público consumidor.

Distintividade adquirida e registro de marcas: Novos parâmetros regulatórios previstos na portaria 15/25 do **INPI** Ana Elisa Böing Robl A nova portaria 15/25 do **INPI** regulamenta a distintividade adquirida, exigindo uso contínuo da marca por 3 anos e reconhecimento pelo público consumidor. sexta-feira, 27 de junho de 2025 Atualizado às 14:42 Compartilhar Comentar Siga-nos no A A

A marca é um ativo importantíssimo, seja para comércios ou indústrias, representando um forte componente de vantagem competitiva e fonte de futuros ganhos das empresas¹. Trata-se ela de um sinal distintivo, dotado de forma visualmente perceptível, que tem por finalidade distinguir um produto ou serviço de outro idêntico, semelhante ou de origem diversa (cf. arts. 122 e 123, inc. I, da lei 9.279/1996), prevenindo o risco de confusão ou associação indevida por parte do consumidor.

O seu registro, por sua vez - no Brasil conferido pelo **INPI** - Instituto Nacional da Propriedade Industrial -, constitui o ato outorga ao titular o direito de uso exclusivo da marca em todo o território nacional, permitindo-lhe proteger-se contra utilizações indevidas por terceiros e explorar economicamente o sinal distintivo, nos limites da legislação vigente.

A distintividade de uma marca com relação a outras é um dos critérios fundamentais para a concessão de seu registro. No entanto, há casos em que marcas compostas por sinais de uso comum, meramente descritivos ou evocativos do produto ou serviço que representam, se tornam notórias pela perspectiva criada no consumidor ao longo de um largo tempo de uso (v.g. STJ, REsp n. 1.773.244/RJ, Rel.: min. Nancy Andrighi, 3.^a T., j. 5/4/2019).

A esse fenômeno se dá o nome de distintividade adquirida, ou second meaning, o que sempre foi alvo de grandes controvérsias nas esferas judicial e administrativa, sobretudo quanto à possibilidade e exclusividade de eventual registro.

Em outubro de 2024, com o fim de resolver de vez a questão, o **INPI** instaurou consulta pública voltada à análise e ao aprimoramento da regulamentação sobre o tema. O procedimento visou colher contribuições da sociedade, permitindo que interessados encaminhassem, até o dia 29 de janeiro de 2025, sugestões relacionadas aos critérios técnicos e procedimentais a serem adotados em futura normatização. Concluído o período de contribuições, o Instituto editou, em 10 de junho de 2025, a portaria 15/252, por meio da qual, finalmente, regulamentou a matéria.

A nova portaria estabelece parâmetros objetivos para a comprovação do secondary meaning, exigindo demonstração robusta de dois elementos essenciais para a concessão do registro: (i) uso prolongado e

Continuação: Distintividade adquirida e marcas na nova portaria 15/25 do INPI

contínuo do sinal marcário por, no mínimo, três anos anteriores à data do requerimento do exame de distintividade; e (ii) que parcela significativa do público consumidor brasileiro reconheça o sinal como marca vinculada exclusivamente ao requerente do registro, atribuindo-lhe a função de indicar a origem dos produtos ou serviços por ele ofertados, distinguindo-os de outros semelhantes ou equivalentes disponíveis no mercado (cf. art. 84-F, incs. I e II, da portaria).

O requerimento para exame da distintividade deve ser formulado de maneira expressa e pode ser apresentado nas seguintes etapas do procedimento: (i) no momento do depósito do pedido de registro; (ii) em até 60 dias contados da publicação do pedido na Revista de Propriedade Intelectual; (iii) por ocasião da interposição de recurso contra decisão que indeferiu o registro com fundamento na ausência de distintividade; e (iv) na manifestação apresentada em resposta à oposição ou ao pedido de nulidade administrativa baseados nessa mesma alegação. Ressalte-se que tal requerimento poderá ser apresentado apenas uma única vez por processo administrativo, sob pena de não conhecimento dos requerimentos posteriores.

Para os pedidos de registro que já se encontram em tramitação, a portaria prevê uma regra transitória: institui-se um prazo excepcional de 12 meses, contado a partir da data de entrada em vigor da norma, pa-

ra que os interessados possam requerer a análise da distintividade adquirida.

A portaria entra em vigor em 28 de novembro de 2025, e, sem dúvidas, representa um importante avanço para a sistemática de registro de marcas no Brasil. Ao que tudo indica, a efetividade da regulamentação dependerá, de um lado, da capacidade dos requerentes em desenvolver a expertise técnica necessária para atender às novas exigências probatórias e, de outro, da atuação coerente dos examinadores do **INPI** na aplicação das diretrizes estabelecidas.

1 BALDAUF, A.; CRAVENS, K. S.; BINDER, G. Performance consequences of brand equity management: evidence from organizations in the value chain. *Journal of Product & Brand Management*, v. 12, n. 4, p.220-236, 2003.

2 Disponível em: . Acesso em: 24 jun. 2025.

Ana Elisa Böing Robl Advogada no setor Recuperação Estratégica de Crédito Bancário do Escritório Medina Guimarães Advogados. Graduada em Direito pela Universidade Estadual de Maringá (UEM). Medina Guimarães Advogados

Big techs indicam preocupação com decisão do Supremo

POLÍTICA

Em nota, Google e Meta dizem ver riscos à liberdade de expressão, depois do julgamento do **Marco Civil** da Internet

A Google e a Meta, dona do Facebook, Instagram e WhatsApp, expressaram preocupação com a liberdade de expressão após o julgamento do artigo 19 do **Marco Civil** da Internet. Anteontem, por 8 votos a 3, o Supremo Tribunal Federal (STF) decidiu que as big techs podem ser responsabilizadas pelo conteúdo publicado por usuários na internet.

O artigo estabelece que as plataformas só podem ser responsabilizadas por conteúdos publicados por terceiros se não removerem o material após ordem judicial. Após 12 sessões, o Supremo flexibilizou essa regra, ampliando a responsabilização das plataformas de tecnologia.

Em nota enviada ao Estadão, a Meta, empresa do americano Mark Zuckerberg, afirmou que a decisão da Corte levanta preocupações sobre "a liberdade de expressão e as milhões de empresas que usam nossos aplicativos para crescer seus negócios e gerar empregos no Brasil".

"Enfraquecer o Artigo 19 do **Marco Civil** da Internet traz incertezas jurídicas e terá consequências para a liberdade de expressão, inovação e desenvolvimento econômico digital, aumentando significativamente o risco de fazer negócios no Brasil", declarou o porta-voz da Meta.

Assim como a Meta, a Google também manifestou preocupação com o novo entendimento do STF, ale-

gando que poderá "impactar a liberdade de expressão e a economia digital". A big tech também afirmou que está aberta ao diálogo e que irá analisar a tese aprovada e os impactos da decisão nos seus produtos.

RESPONSABILIDADE. Ao longo dos últimos meses, as duas empresas se posicionaram contrárias ao julgamento no STF. Em dezembro, a Meta emitiu nota reforçando a preocupação com a possibilidade de as big techs serem responsabilizadas pelos conteúdos publicados pelos seus usuários.

"Temos uma longa história de diálogo e colaboração com as autoridades no Brasil, incluindo o Judiciário. Mas nenhuma grande democracia no mundo jamais tentou implementar um regime de responsabilidade para plataformas digitais semelhante ao que foi sugerido até aqui no julgamento no STF", disse a empresa.

O ministro Luís Roberto Barroso, presidente do Supremo, afirmou que o tribunal preservou, na maior extensão possível, a liberdade de expressão, "sem permitir, no entanto, que o mundo desabe num abismo de incivilidade, legitimando discursos de ódio ou crimes indiscriminadamente praticados na rede".

Internamente, o julgamento é considerado o mais importante da história recente do STF. Os ministros aguardavam uma regulamentação das redes pelo Congresso, mas perderam a esperança desde o fracasso do Projeto de Lei das Fake News. O tribunal decidiu esperar as eleições passarem para se debruçar sobre o tema.

Big techs rechaçam decisão do STF, criticam instabilidade e preveem judicialização

POLÍTICA



>?SSaão do STF que aprovou mudanças no Marco Civil da Internet nesta quinta (26) Pedro Ladeira 26.jun.25/Folhapress

Empresas dizem que medida encarece moderação e pretendem pressionar Congresso para legislar sobre o assunto com rapidez

Patrícia Campos Mello

São Paulo - As big techs rechaçaram a decisão do STF (Supremo Tribunal Federal) que altera o **Marco Civil da Internet**, afirmando que ela torna o ambiente digital brasileiro um dos mais "juridicamente instáveis e regulatoriamente complexos do mundo democrático" e que vai gerar "judicialização em massa".

Em comunicado obtido pela Folha, a Câmara Brasileira de Economia Digital (camara-e.net), que tem entre os associados Meta, Google, Amazon, Kwai, Mercado Livre e TikTok, diz que a decisão do STF ampliando a responsabilidade das empresas por danos decorrentes de conteúdo de terceiros "encarece a moderação de conteúdo, favorece a remoção preventiva de publicações, serviços e produtos legítimos", aumenta a "insegurança jurídica" e desorganiza "cadeias inteiras do ecossistema digital, especialmente entre pequenos empreendedores".

Os ministros do Supremo decidiram nesta quinta-feira (26), por 8 votos a 3, ampliar as obrigações das plataformas de redes sociais para atuação no Brasil e divulgaram as teses que alteram o regime de responsabilidade dos provedores.

A partir de agora, elas serão responsáveis civilmente caso não removam de forma pró-ativa, antes de determinação judicial, uma nova lista de conteúdos, incluindo antidemocráticos, discriminatórios ou de incitação a crimes.

Representantes do segmento preveem que haverá uma "avalanche" de embargos declaratórios pedindo esclarecimentos e especificações após a publicação do acórdão da decisão.

Além disso, a indústria pretende pressionar o Legislativo para legislar sobre o assunto rapidamente. Na interpretação das empresas, se o Congresso aprovar uma lei, ela vai se sobrepor à decisão do STF.

Isso estaria claro nas teses publicadas pelo Supremo nesta quinta, no trecho em que se diz: "Apela-se ao Congresso Nacional para que seja elaborada legislação capaz de sanar as deficiências do atual regime quanto à proteção de direitos fundamentais".

A camara-e.net considera que a decisão do STF altera "radicalmente" o regime construído desde o **Marco Civil da Internet**, em vigor desde 2014. Entre as críticas está a falta de diferenciação entre setores afetados pela decisão e o porte das empresas.

"As exceções previstas não abrangem toda a diversidade de serviços digitais e geram incertezas sobre sua aplicação prática", diz o comunicado.

Segundo a entidade, "o impacto pode ser particularmente severo sobre empresas nacionais de pe-

Continuação: Big techs rechaçam decisão do STF, criticam instabilidade e preveem judicialização

queno e médio porte, que não dispõem da estrutura necessária para absorver os custos operacionais e jurídicos desse novo cenário".

Com a decisão do Supremo, as empresas podem ser responsabilizadas por danos decorrentes de conteúdos a partir de notificação extrajudicial (denúncia de usuário).

Para as empresas, isso vai gerar uma judicialização em massa. Hoje em dia, são necessárias ordens judiciais para requerer remoção de conteúdo (e as empresas só podem ser responsabilizadas se descumprirem essas ordens).

Opositores da decisão do Supremo estão se organizando online para denunciar em massa conteúdos que consideram ter viés ideológico de esquerda.

Outra crítica é em relação às regras para marketplaces. Empresas como Mercado Livre responderiam seguindo o Código de Defesa do Consumidor (CDC), que prevê responsabilidade solidária (o provedor pode ser acionado ao mesmo

tempo que o vendedor de produto com problema).

As empresas afirmam que isso vai gerar remoção em massa de produtos vendidos pelo comércio eletrônico por medo de responsabilização.

O julgamento no STF se deu em torno do artigo 19 do **Marco** Civil da Internet, que diz que as plataformas só deverão indenizar usuários ofendidos por postagens de terceiros se descumprirem ordem judicial para remoção de conteúdo.

Foram 8 votos para a ampliação das obrigações, dos relatores Dias Toffoli e Luiz Fux, além de Luís Roberto Barroso, Cristiano Zanin, Flávio Dino, Gilmar Mendes, Alexandre de Moraes e Cármen Lúcia.

Os ministros André Mendonça, Edson Fachin e Kassio Nunes Marques votaram contra a mudança do artigo 19.

}

Farmacêuticas pedem proibição de remédio que imita Ozempic em farmácia de manipulação

ÚLTIMAS NOTÍCIAS



Indústria vê concorrência desleal na venda de semaglutida e tirzepatida; estabelecimentos dizem que produção é pequena e segue regras técnicas

São Paulo

Quem entra no site da farmácia de manipulação FSL Farma em busca de produtos usados para emagrecer e faz uma pesquisa pela semaglutida vai encontrar embalagens de cápsulas sublinguais, sem nenhuma referência ao Ozempic, o medicamento original patenteado pela Novo Nordisk. No site da Formulados Farma, outro estabelecimento de manipulação, aparece uma versão da tirzepatida, presente no original Mounjaro, da Eli Lilly.

A venda de versões manipuladas dos produtos conhecidos como agonistas GLP-1 tem gerado alertas de médicos que apontam riscos à saúde. Mas o problema ganhou contornos econômicos, com uma reação unificada da indústria farmacêutica, que passou a reclamar da concorrência das farmácias de manipulação.

Caneta para tratamento de diabetes tipo 2 e obesidade

abpi.empauta.com

Em maio, o Sindusfarma, sindicato representante de empresas do setor, enviou à [Anvisa](#) ([Agência](#) Nacional de Vigilância Sanitária) uma série de denúncias em que acusa várias farmácias de manipulação de atuarem ilegalmente na venda e no anúncio desse tipo de produto.

Segundo Nelson Mussolini, presidente do Sindusfarma, esses estabelecimentos estão praticando concorrência desleal e vendendo mercadorias sem os mesmos padrões de segurança e eficácia exigidos dos medicamentos que saem da indústria farmacêutica.

"Os fabricantes dos insumos de quem eles estão importando não têm as certificações que a indústria farmacêutica instalada no Brasil precisa ter para poder importar o produto. Eu preciso provar que o meu fornecedor é certificado, mas eles não precisam provar nada", diz Mussolini, que estuda levar o caso à Justiça.

Para o sindicato, a [Anvisa](#) já não consegue fiscalizar a produção e a circulação dos manipulados.

"O Sindusfarma não está se colocando contra as farmácias de manipulação. O que se exige é que tenham as mesmas regras que a indústria farmacêutica precisa seguir", diz Mussolini.

A [Interfarma](#), que reúne algumas das maiores multinacionais de medicamentos com atuação no Brasil, defende a proibição total da manipulação desse tipo de produto.

Segundo a [Interfarma](#), levantamentos recentes

Continuação:
Farmacêuticas pedem proibição de remédio que imita Ozempic em farmácia de manipulação

apontam um volume de insumos importados suficiente para fabricar de forma irregular 4 milhões de produtos com semaglutida e 2 milhões com tirzepatida de 5 mg, o que configuraria uma escala industrial não proveniente dos detentores das patentes.

Nos documentos que enviou à [Anvisa](#), o Sindusfarma diz que muitas farmácias de manipulação estão trabalhando com produção em escala e fazendo propagandas "totalmente fora dos limites legais", que podem ser encontradas na internet.

Segundo a entidade, esses estabelecimentos deveriam vender apenas produtos personalizados, feitos como uma alternativa, quando, por alguma especificação no tratamento de um paciente (por fatores como idade, peso, condição de saúde e outras peculiaridades), o remédio industrializado não puder ser indicado e precisar de adequações.

Outro problema apontado pelo Sindusfarma é a oferta de produtos com diferentes dosagens prontas. A entidade enviou à [Anvisa](#) imagens do site da empresa Biofarma que mostravam um pote de semaglutida com opções variando de 0,5 mg até 14 mg. "Constata-se que a compra direta no site da Biofarma e a escolha da miligramagem é opção do comprador e não da prescrição individualizada do médico", diz a entidade no documento.

Procurada pela Folha, a Biofarma diz que não está ciente das denúncias e que tem boas práticas de manipulação. "Produzimos mediante pedido, de forma personalizada. Nunca tivemos nenhum tipo de produto produzido em larga escala, nem capacidade para tal nós temos. Somos uma farmácia pequena", diz a empresa.

Em resposta por email à reportagem, a Biofarma reconhece que já teve semaglutida, mas o produto foi retirado de seu estoque. "Não temos ele [semaglutida] disponível para venda e não pretendemos voltar a comercializá-lo. Inclusive, não existe anúncio dele em

nenhuma plataforma da nossa empresa", afirma.

Em sites de manipulados como Citrus e Unic [Pharma](#), as embalagens com rótulo de semaglutida aparecem como esgotadas.

A Formulados Farma diz que suas atividades seguem as normas. "Temos ciência da movimentação de setores da indústria farmacêutica no sentido de restringir a atuação das farmácias de manipulação. No entanto, acreditamos que há espaço para coexistência, desde que todos os segmentos sigam os preceitos legais e éticos", afirma a empresa em nota.

FSL Farma, Citrus e Unic [Pharma](#) não responderam.

Para Renato Porto, presidente da [Interfarma](#), a recente decisão da [Anvisa](#) que passou a exigir retenção de receita para a venda dos agonistas GLP-1 não resolve o problema. "Os riscos do uso desse produto nesse ambiente de manipulação são grandes, e nós entendemos que ele deve ser usado apenas com fabricação industrial. A farmácia de manipulação existe para fazer individualização de tratamentos, mas no caso desse medicamento não há motivo para individualizar", diz ele.

A reclamação da indústria não se restringe aos emagrecedores. As denúncias do Sindusfarma citam outros produtos, especialmente de categorias mais populares, como a tadalafila, para disfunção erétil, e hormônios.

Em nota enviada à Folha, a [Anvisa](#) afirma que tem feito ações com órgãos de vigilância sanitária locais para fiscalizar farmácias e distribuidores de IFA (Insumos Farmacêuticos Ativos). O órgão diz que não pode compartilhar dados sobre tais ações porque ainda estão em curso.

"Há processos regulatórios em andamento na [Anvisa](#) nos quais estão sendo discutidas questões relacionadas à rastreabilidade dos IFA, aos riscos ine-

Continuação:
Farmacêuticas pedem proibição de remédio que imita Ozempic em farmácia de manipulação

rentes à manipulação de moléculas complexas e à atuação das farmácias no atendimento a instituições de saúde", diz a agência.

Nessa semana, a [Anvisa](#) anunciou a proibição de lotes de semaglutida e tirzepatida para duas empresas de distribuição e importação após inspeção sanitária.

A Novo Nordisk, dona da patente de semaglutida no Brasil até 2026, afirma que não existem medicamentos manipulados, genéricos ou alternativos de semaglutida aprovados pela [Anvisa](#) e pelo FDA (agência reguladora americana).

"No caso da semaglutida, o que ocorre é a cópia exata do produto, o que caracteriza infrações de patente e sanitária. Além disso, para oferecer doses individualizadas e diferentes das já distribuídas pela Novo Nordisk, é necessária uma justificativa formal do médico prescritor e validação da [Anvisa](#) e da Novo Nordisk, que não foi procurada", diz a fabricante

em nota.

A molécula é base do Wegovy (semaglutida injetável 2,4 mg indicado em bula para tratar obesidade e sobrepeso com comorbidade), Ozempic e Rybelsus (injetável e em comprimido, respectivamente, indicados para diabetes tipo 2).

A Lilly, que tem a patente da tirzepatida, diz que não fornece o insumo para farmácias de manipulação, clínicas médicas, centros de bem-estar, varejistas online ou qualquer outro fabricante. "A Lilly continuará buscando medidas legais contra aqueles que falsamente alegam que seus produtos são Mounjaro ou tirzepatida aprovada pela [Anvisa](#)."

ou

Quando redes sociais são obrigadas a remover posts por conta própria?

TECNOLOGIA



STF listou sete casos em que plataformas devem remover postagens sem precisar de ordem judicial. Elas serão responsabilizadas quando houver 'falha sistêmica' que permite circulação de conteúdo criminoso.

STF amplia a responsabilidade das plataformas digitais pelo que publicam

O Supremo Tribunal Federal (STF) listou na última quinta-feira (26) mais sete casos em que redes sociais devem derrubar posts criminosos por conta própria, isto é, sem precisar de ordem judicial.

Até então, as plataformas só eram obrigadas a derrubar conteúdos sem ordem judicial em dois casos: posts com cenas de nudez ou atos sexuais divulgados sem autorização e violações de **direitos** autorais.

Os ministros definiram que as plataformas serão responsabilizadas quando a Justiça entender que há uma "falha sistêmica" que permite a circulação de posts criminosos.

Segundo o STF, será considerada falha sistêmica deixar de adotar medidas adequadas de prevenção e remoção de conteúdos que envolvam um dos crimes abaixo:

condutas e atos antidemocráticos;

crimes de terrorismo ou preparatórios de terrorismo;

crimes de induzimento, instigação ou auxílio a suicídio ou a automutilação;

incitação à discriminação em razão de raça, cor, etnia, religião, procedência nacional, sexualidade ou identidade de gênero (condutas homofóbicas e transfóbicas);

crimes praticados contra a mulher em razão da condição do sexo feminino, inclusive conteúdos que propagam ódio ou aversão às mulheres;

crimes sexuais contra pessoas vulneráveis, pornografia infantil e crimes graves contra crianças e adolescentes;

tráfico de pessoas.

As plataformas também serão responsabilizadas se não derrubarem conteúdos em casos de crime, atos ilícitos e contas inautênticas a partir de notificações extrajudiciais, aquelas enviadas antes da abertura de um processo formal.

As determinações surgem após o STF considerar parcialmente inconstitucional o artigo 19 do Marco Civil da **Internet**. O trecho diz que redes sociais só são responsáveis pela postagem de um usuário se não atenderem ordem judicial que obrigue a derrubada do conteúdo.

Mas os ministros concluíram que o artigo 19 gera um estado de omissão parcial porque não garante proteção suficiente a direitos fundamentais e à democracia.

Continuação: Quando redes sociais são obrigadas a remover posts por conta própria?

Veja perguntas e respostas sobre a decisão do STF

O que dizem as redes sociais sobre novas regras

Para quem vale essa regra? A medida vale para provedores de aplicações de **internet**, como redes sociais abertas, apenas nas situações citadas na lista acima.

No caso de crimes contra a honra, continua valendo o que diz o artigo 19, isto é, a plataforma só será responsabilizada se não cumprir ordem judicial para remover o conteúdo. Mas elas poderão optar por derrubá-lo mediante notificação extrajudicial.

As regras não valem para serviços de e-mail, serviços cuja função principal é realizar chamadas de vídeo ou voze aplicativos de mensagens, que seguem com a regra do artigo 19.

Plataformas que funcionam como marketplaces respondem de acordo com o Código de Defesa do Consumidor.

1 de 1

Ícones do Facebook, Messenger, Instagram,e X - Foto: Julian Christ/Unsplash
Ícones do Facebook, Messenger, Instagram,e X - Foto: Julian Christ/Unsplash

Como vai funcionar? Se uma rede social for processada pela vítima de uma postagem criminosa, a Justiça vai analisar se a plataforma adotou medidas para derrubar o conteúdo.

"Não é porque alguém foi vítima de um crime de ódio ou discriminação que a rede vai ser automaticamente responsabilizada, tem que haver uma falha sistêmica", explicou Álvaro Palma de Jorge, advogado constitucionalista e professor da FGV Direito Rio.

Em alguns casos listados, pode ser mais difícil concluir se o conteúdo é criminoso ou não. Isso pode dar ainda mais poder às redes sociais, avaliou Demi Getschko, diretor-presidente do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC.br).

"Isso parece um certo contrassenso. Para combater o poder delas, você dá a elas também o direito de decidir o que é e o que não é [crime], eu acho complicado".

No caso de crimes que não são considerados graves, em que as plataformas serão responsabilizadas se não atenderem notificação extrajudicial, pode haver novos problemas, disse Carlos Affonso Souza, advogado e diretor do Instituto de Tecnologia e Sociedade do Rio (ITS).

"Agora, praticamente todo o conteúdo ilícito foi jogado nessa prateleira. Isso pode levar à remoção excessiva de conteúdos lícitos, pois as plataformas vão preferir não correr riscos", afirmou.

Sósia de Bezos posa para fotos em Veneza e confunde turistas

Sem cessão expressa, autores seguem com direitos de suas obras



Direitos autorais de textos escritos por freelancers e articulistas eventuais só passam ao jornal em caso de cessão expressa por escrito.

de mais ninguém Direitos sobre texto publicado por jornal pertencem a seu autor

Os **direitos** autorais sobre um texto noticioso ou de opinião publicado por um veículo jornalístico pertencem a seu autor, e é a ele que outros veículos devem pedir autorização se quiserem reproduzir o conteúdo. O autor pode ceder a exclusividade da publicação ao jornal, revista ou site, mas essa cessão só terá valor legal se for feita por escrito.

Assim, mesmo que alguém, por exemplo, envie um artigo de opinião para um jornal, isso não transfere automaticamente para o veículo a titularidade dos **direitos** autorais sobre o trabalho. Se não houver um contrato de exclusividade escrito e específico, que preveja a cessão dos **direitos** autorais patrimoniais, o autor continua com a titularidade total.

Segundo o ministro Luis Felipe Salomão, do Superior Tribunal de Justiça, se uma pessoa quiser que seu artigo seja publicado em mais de um veículo, ela tem esse direito. Não existe uma exclusividade só pelo fato de o texto ter sido publicado em algum jornal.

A exceção é se houver um contrato, o que geralmente

não acontece. Se o autor não assinou um documento que diga que o texto só pode ser publicado em determinado jornal, "o simples fato de ser publicado não transforma o jornal em dono, sócio ou coautor do conteúdo".

A juíza Caroline Somesom Tauk, que atua em uma vara federal do Rio de Janeiro especializada em Propriedade Intelectual, explica que, caso o autor tenha cedido os direitos de reprodução do texto com exclusividade a um jornal, outros veículos não podem reproduzir o conteúdo durante o período previsto no contrato.

O artigo 46 da Lei de **Direitos** Autorais diz que os veículos de imprensa podem reproduzir artigos de outro jornal, desde que "com a menção do nome do autor, se assinados, e da publicação de onde foram transcritos".

"Seja articulista ou jornalista freelancer, a autoria e titularidade originárias do artigo serão da pessoa física responsável pela sua criação, em razão do viés antropocentrismo da legislação brasileira", explica o advogado Fernando de Assis Torres, sócio do escritório Dannemann Siemsen e professor de **Direitos** Autorais em cursos de extensão da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ). Ele lembra que o artigo 11 da Lei de **Direitos** Autorais "estabelece como função primordial a promoção do processo criativo humano".

O artigo 49 da mesma lei prevê que os **direitos** autorais podem ser transferidos a terceiros por meio de licenciamento, concessão, cessão ou outros. Mas, conforme o inciso II, a transmissão só é válida "mediante estipulação contratual escrita". Além disso, conforme o inciso III, se não houver contrato escrito, o prazo máximo é de cinco anos.

Assim, para ter os direitos sobre textos escritos por

Continuação: Sem cessão expressa, autores seguem com direitos de suas obras

esses colaboradores, os jornais precisam formalizar a cessão por meio de um contrato que disponha sobre o conteúdo produzido, como explica Laetitia d'Hanens, sócia do Gusmão & Labrunie. De acordo com o parágrafo 2º do artigo 50 da Lei de **Direitos** Autorais, o contrato de cessão deve conter "as condições de exercício do direito quanto a tempo, lugar e preço".

A advogada ressalta que "a cessão não se presume". Ou seja, mesmo que o envio do material - um artigo de opinião, por exemplo - seja voluntário, se não houver cessão por escrito, os direitos continuam com o autor.

Da mesma forma, a emissão de nota de pagamento por um serviço freelancer esporádico também "não configura cessão dos direitos de autor". Para isso, "deve existir um contrato".

"A cessão não é automática, pois a lei não prevê o mecanismo da obra sob encomenda presente em legislações de outros países", indica Torres. "A cessão deve ser objeto de contrato expresso, na forma do artigo 49".

Por escrito

"Em qualquer situação envolvendo direitos de autor,

especialmente a cessão de **direitos** autorais patrimoniais, existe uma previsão legal de que essa cessão seja sempre expressa por escrito", afirma Fabrício Bertini Pasquot Polido, sócio do L.O. Baptista. "Sempre há necessidade de especificações nos termos de contratação, expressas por escrito, com relação ao uso desse material e como ele será feito."

Polido explica que os autores sempre ficarão com os chamados direitos morais, como os créditos da autoria. Tais direitos são "inalienáveis, irrenunciáveis e intransmissíveis". Os direitos que podem ser cedidos a terceiros são os patrimoniais, como os direitos de distribuição, reprodução e uso da obra.

Ele também destaca que a cessão vale apenas para as situações previstas no contrato. De acordo com o advogado, "é regra no Direito brasileiro" que a interpretação de qualquer cessão de **direitos** autorais deve ser restritiva, no sentido de que a obra só pode ser usada "nos limites acordados".

Ou seja, se o contrato estipular que o artigo pode ser publicado somente nas edições impressa e online do jornal, o texto não poderá ser usado em coletâneas, livros ou publicidade sem a autorização do autor.

Índice remissivo de assuntos

Direitos Autorais
3, 13, 15

Pirataria
3

Marco regulatório | INPI
5

Marco Civil
7, 8

Marco regulatório | Anvisa
10

Patentes
10