

*Brasília, 13 de março de 2026*

---

Seleção

---

# Sumário

## CNN Brasil Online

Quinta-feira, 12 de março de 2026 | Marco regulatório | INPI

**Patente leva quase 17 anos e pressiona votação do PL 5.810 ..... 3**

Sexta-feira, 13 de março de 2026 | Marco regulatório | INPI

**Exclusividade do Ozempic expira em 7 dias; veja o que diz Lei de Patentes ..... 5**

## Estado de Minas - Online

Quinta-feira, 12 de março de 2026 | ABPI

**Justiça determina que União aumente repasses de verbas para o INPI ..... 6**

## Migalhas

Quinta-feira, 12 de março de 2026 | Marco regulatório | INPI

**O caso total 90 (Nike): lições sobre a proteção de marca ..... 8**

## MSN Notícias

Quarta-feira, 11 de março de 2026 | Direitos Autorais

**Disputa de 26 anos na Justiça envolvendo Xuxa ganha novo capítulo no STJ; enten... ..... 11**

## Revista Amanhã Online

Quinta-feira, 12 de março de 2026 | Propriedade Industrial

**Uso de IA na moda carrega desafios para o respeito ao direito autoral ..... 12**

## Carta Capital Online

Quinta-feira, 12 de março de 2026 | Direitos Autorais

**Temos que pegar? O cabo de guerra entre a Casa Branca e os videogames - Carta... ..... 13**

## O Globo Online

Quinta-feira, 12 de março de 2026 | Inovação

**Cientistas da UFRJ obtêm patentes para 'turbinar' soja, milho e algodão com genét... ..... 15**

## Conexão Tocantins Online

Quinta-feira, 12 de março de 2026 | Marco regulatório | INPI

**Indicações Geográficas ganham força no Brasil e exigem estratégia integrada de p... ..... 17**

## Folha do Estado Online

Quarta-feira, 11 de março de 2026 | Marco regulatório | INPI

**Marca vs. Domínio: como proteger a identidade do seu negócio ..... 19**

## Patente leva quase 17 anos e pressiona votação do PL 5.810



Para pacientes que convivem com lesões medulares, o tempo não é apenas um dado técnico - é esperança, autonomia e qualidade de vida.

Quando um tratamento revolucionário com potencial de regeneração celular leva 17 anos para receber uma decisão administrativa, o atraso não afeta apenas o inventor: ele reverbera sobre pessoas que aguardam avanços capazes de devolver mobilidade.

Foi esse o cenário vivido pela polilaminina, desenvolvida pela pesquisadora Tatiana Sampaio, da UFRJ, cujo pedido de patente tramitou por quase duas décadas no Brasil. O caso trouxe uma dimensão humana ao debate jurídico e regulatório e reacendeu no Congresso Nacional a discussão em torno do Projeto de Lei 5.810/2025, que propõe recomposição de prazos por atrasos na análise de patentes.

Protocolado em 2008, o pedido só teve resposta do **Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI)** em 2025. Durante todo esse período, o prazo legal de vigência da **patente** seguiu em curso. Quando a decisão foi publicada, parte relevante do tempo de proteção já havia sido consumida - antes que a tecnologia pudesse avançar plenamente rumo à aplicação terapêutica.

O episódio passou a ilustrar uma distorção com efeitos diretos sobre a saúde e a inovação médica: a demora administrativa reduz, na prática, o tempo útil de proteção de tecnologias que exigem décadas de pesquisa, investimentos elevados e cooperação com centros clínicos. É esse desequilíbrio que o projeto em análise busca enfrentar.

### Repercussão da descoberta na área da saúde

Tatiana Sampaio dedicou 25 anos à investigação científica até desenvolver a tecnologia baseada em polilaminina, associada a estudos de regeneração celular e reconstrução de conexões neurais.

Experimentos indicam potencial de estímulo ao crescimento e à diferenciação celular, área estratégica da medicina regenerativa. O trabalho ganhou repercussão por representar avanço promissor para pacientes com lesões medulares que convivem com perda de mobilidade.

Iniciativas dessa complexidade envolvem investigação básica prolongada, validação laboratorial, etapas adicionais de desenvolvimento e eventual cooperação com centros clínicos e parceiros industriais. A transformação da descoberta em aplicação terapêutica depende de ambiente regulatório estável e previsibilidade para alocação de capital.

Quando o tempo útil de proteção se reduz, o retorno dos recursos aplicados e a viabilidade do projeto ficam comprometidos.

### Prazo legal e impactos econômicos

No modelo brasileiro, o prazo começa a contar no momento do depósito, enquanto a proteção plena só se consolida com a concessão formal.

Se a análise se estende por mais de uma década, parcela relevante desse prazo é consumida antes que o titular possa exercer plenamente o direito.

Em setores intensivos em capital e conhecimento, como o de biotecnologia e farmacêutico, essa compressão limita a capacidade de atrair investimento, dificulta o licenciamento da tecnologia e encurta a janela de recuperação dos recursos aplicados ao longo de décadas para sustentar novas descobertas.

A demora administrativa aumenta o custo do capital e eleva o grau de incerteza em projetos que já envolvem risco científico e financeiro elevado.

### Dados do sistema de patentes

Os números indicam pressão sobre o sistema. Informações do **Instituto Nacional da Propriedade In-**

**dustrial** mostram que, entre janeiro e maio de 2025, foram concedidas 1.835 **patentes**, enquanto 6.975 novos pedidos foram protocolados no mesmo período, evidenciando descompasso entre demanda e capacidade de exame.

No cenário internacional, o Brasil perdeu posições no Índice Global de Inovação, elaborado pela **Organização Mundial da Propriedade Intelectual** (OMPI), e apresentou o menor volume de concessões em cinco anos, segundo dados oficiais do **INPI**.

Esses indicadores reforçam a percepção de que o tempo de análise influencia diretamente a competitividade do país em setores de maior intensidade tecnológica.

PL 5.810/2025 em análise no Congresso

O projeto em tramitação prevê ajuste no prazo de vigência da **patente** quando a demora na análise for atribuível ao Estado. Se esse mecanismo já estivesse em vigor, o atraso de 17 anos no exame da tecnologia associada à polilaminina não teria reduzido o período de proteção da **patente**.

A proposta impede que o tempo consumido pela morosidade administrativa seja descontado do prazo efetivamente disponível para a exploração da inovação. Na prática, o projeto neutraliza o efeito do atraso estatal, preservando integralmente o tempo de proteção previsto em lei.

O mecanismo segue a lógica do (PTA), adotado em países líderes em inovação, que recompõe o prazo quando a concessão é retardada por falha administrativa. Aplicado ao caso da polilaminina, o PTA teria recomposto o tempo perdido durante os 17

anos de espera, sem ampliar direitos nem criar extensão automática.

Defensores do projeto destacam que a medida não altera o marco legal da patente nem concede benefícios adicionais ao titular. Trata-se de um ajuste técnico destinado a evitar que a ineficiência do Estado inviabilize projetos científicos de longo prazo.

Especialistas avaliam que a proposta fortalece a segurança jurídica e reduz incertezas regulatórias, fatores decisivos para a atração de investimentos em pesquisa, desenvolvimento e inovação em saúde.

O que o Congresso decide

O caso da polilaminina tornou tangível o efeito concreto da lentidão no exame sobre projetos científicos de longo prazo.

Décadas de pesquisa podem ser comprometidas por atrasos que escapam ao controle do inventor.

Ao analisar o projeto, o Congresso define se o país continuará absorvendo os efeitos da própria morosidade ou se adotará mecanismo capaz de preservar o tempo efetivo de proteção e sustentar investimentos de longo prazo em ciência, tecnologia e saúde.

A decisão não se restringe a prazos processuais. Ela influencia o grau de previsibilidade regulatória que o Brasil oferecerá a quem decide investir em inovação.

## Exclusividade do Ozempic expira em 7 dias; veja o que diz Lei de Patentes



Justiça barrou prorrogação da fabricante e manteve prazo de validade baseado na data, que expira na próxima sexta-feira (20). A proximidade do fim da exclusividade sobre a semaglutida, princípio ativo do Ozempic, na próxima sexta-feira (20), traz à tona o debate sobre a legislação de **propriedade intelectual** no país.

Recentemente, a Quarta Turma do STJ (Superior Tribunal de Justiça) decidiu não admitir a prorrogação do prazo de vigência da patente.

A decisão seguiu o entendimento de que o interesse da coletividade e o acesso da população a tratamentos devem prevalecer sobre os interesses individuais de laboratórios.

A regra dos 20 anos e o STF

De acordo com a Lei 9.279/1996 (Lei de **Propriedade Industrial**), o prazo de vigência de uma **patente** de invenção no Brasil é de 20 anos, contados a partir da data do depósito do pedido no **INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial)**.

No caso do Ozempic, a fabricante do fármaco pleiteava uma extensão de mais 12 anos, alegando demora administrativa do **INPI** na análise do processo.

Contudo, o Judiciário brasileiro, fundamentado no julgamento da ADI 5.529 pelo STF (Supremo Tribunal Federal), consolidou que a demora do órgão estatal não justifica a prorrogação do monopólio.

A ministra relatora Isabel Gallotti destacou que prolongar o prazo de forma indeterminada prejudica o acesso da população a medicamentos e onera o

sistema público de saúde.

Restrições da **Anvisa** e o mercado de manipulados

Enquanto a patente caminha para o vencimento, a **Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa)** publicou normas rígidas sobre a comercialização da substância.

Atualmente, a manipulação da semaglutida está proibida no Brasil.

Segundo a agência, a substância possui registro apenas como produto biotecnológico, o que impede a importação e o preparo de versões sintéticas por farmácias de manipulação até que exista um medicamento de referência com insumo sintético registrado.

A Sociedade Brasileira de Endocrinologia e Metabologia (SBEM) apoia a restrição, argumentando que versões irregulares podem comprometer a segurança do paciente por falta de garantia de pureza e dosagem.

Cenário pós-patente

Com a expiração da proteção patentária, abre-se caminho para que outras indústrias farmacêuticas registrem versões genéricas e similares da semaglutida.

Juridicamente, a lei garante que, após o período de 20 anos, o invento caia em domínio público, permitindo a livre exploração e a redução de custos para o consumidor final.

Até que o processo de registro de novos fabricantes seja concluído e aprovado pela **Anvisa**, o fornecimento permanece centralizado na detentora da tecnologia original.

A CNN Brasil entrou em contato com a Novo Nordisk e aguarda retorno. O espaço segue aberto.

## Justiça determina que União aumente repasses de verbas para o INPI



Em sessão de julgamento realizada na semana passada, o Tribunal Regional Federal da Segunda Região, com sede no Rio de Janeiro, proferiu uma decisão importante para a **propriedade intelectual** no país.

Ao negar um recurso apresentado pela União, o Tribunal manteve a sentença proferida em uma ação civil pública proposta pela **Associação Brasileira de Propriedade Intelectual (ABPI)**. A sentença havia determinado o aumento de repasses para o **INPI (Instituto Nacional de Propriedade Industrial)** fazer uma melhor gestão de seus processos, aumentando, com isso, sua eficiência.

Os desembargadores destacaram que deficiências estruturais do **INPI**, como déficit de servidores, insuficiência orçamentária e ineficiência tecnológica, prejudicam a proteção da **propriedade industrial**, o que configura violação a um direito fundamental previsto na Constituição Federal (art. 5º, XXIX).

Somente parte dos valores arrecadados com a cobrança de taxas pelo **INPI** são revertidos para a autarquia. Essas receitas são geridas pela União e podem ficar retidas para evitar o aumento do déficit fiscal.

O TRF determinou que o **INPI** deverá elaborar um plano de reestruturação institucional, com base em diagnóstico técnico, cabendo à União assegurar os

recursos necessários para sua implementação, sem que isso implique repasse integral das suas receitas arrecadadas.

No ano passado, o presidente do instituto divulgou um relatório de 120 páginas com uma proposta de redesenho institucional que inclui a transformação da autarquia em agência reguladora.



Luiz Felipe Ribeiro Rodrigues Luiz Felipe Ribeiro Rodrigues

Segundo publicação disponível na página do **INPI**, em 2025, houve um recorde de pedidos de patentes, registros de marcas, desenhos industriais e softwares. Houve também aumento nas concessões dos pedidos feitos.

Os números revelam que a proteção das criações intelectuais é vista como vantagem competitiva e incentivo para a inovação. O que todos que atuam nessa área esperam é uma diminuição no tempo de análise de pedidos, que atrairia ainda mais investimentos para o país.

O prazo médio para a conclusão de um pedido de patente é de 7 anos, enquanto o deferimento do registro de uma marca tem demorado em torno de 24 meses.

Desde 2019 que o **INPI** tem implementado medidas para otimizar o trâmite dos processos e tentar reduzir o estoque de pedidos pendentes, que é conhecido como backlog.

A decisão do TRF pode contribuir para que esse objetivo seja alcançado.

O autor desta coluna é advogado, especialista e mestre em direito empresarial, sócio do escritório

Ribeiro Rodrigues Advocacia. Sugestões e dúvidas podem ser enviadas para [lfelipeadvrr@gmail.com](mailto:lfelipeadvrr@gmail.com)

As opiniões expressas neste texto são de responsabilidade exclusiva do(a) autor(a) e não refletem, necessariamente, o posicionamento e a visão do sobre o tema.



## O caso total 90 (Nike): lições sobre a proteção de marca



A marca Total 90 figurou entre os principais ativos da Nike no início dos anos 2000, consolidando-se como um verdadeiro fenômeno de marketing e vendas, fortemente associada a ícones do futebol mundial, como Ronaldinho Gaúcho e Lionel Messi. Após um longo período de inatividade, a Nike decidiu resgatar a marca em uma estratégia baseada no apelo à nostalgia, posicionando-a como a grande aposta comercial da empresa para a Copa do Mundo de 2026. O retorno, contudo, não ocorreu sem obstáculos. Isso porque a Nike passou a enfrentar uma disputa judicial nos Estados Unidos envolvendo os direitos da marca "Total 90", relembrando a importância de uma gestão marcária ativa.

### Nike x Total90 LLC: Contexto fático e processual

Em razão da descontinuação da produção da linha Total 90, a Nike deixou de renovar o registro federal da marca junto ao United States Patent and Trademark Office (USPTO), culminando na expiração formal do registro em 2019. Esse lapso administrativo mostrou-se suficiente para comprometer o ativo de elevado valor de mercado e forte identidade junto ao público consumidor.

Diante desse vácuo, Hugh Bartlett, engenheiro e técnico de futebol de base, constituiu a Total90 LLC, sediada em Louisiana, e procedeu ao registro da marca "Total 90", passando a desenvolver e comercializar sua própria linha de roupas e calçados

sob essa denominação. Além disso, Bartlett encaminhou comunicação ao departamento jurídico da Nike informando sobre o registro da marca e sugerindo a celebração de uma parceria comercial entre as empresas. Atualmente, a Total90 LLC move ação judicial contra a Nike por suposta violação de direitos de marca, sustentando que, ao permitir a expiração do registro e interromper a produção da linha Total 90, a Nike teria abandonado o sinal distintivo, não mais detendo direitos sobre ele.

Em novembro de 2025, o atual titular do registro requereu tutela de urgência para impedir o uso da marca "Total 90" pela Nike. As decisões iniciais, entretanto, indeferiram a liminar, sob o fundamento de que a Total90 LLC não conseguiu demonstrar, em cognição sumária, a existência de concorrência direta com a Nike nem a ocorrência de confusão relevante e prejudicial aos consumidores decorrente das vendas realizadas.

### Fundamentos jurídicos do conflito no direito estadunidense

O direito marcário estadunidense adota o chamado use-based system, segundo o qual os direitos sobre a marca decorrem primordialmente de seu uso efetivo no comércio, e não do simples registro. Nesse sistema, o registro não é constitutivo de direitos, embora seja fortemente incentivado por servir como prova de prima facie de uso e conferir ao titular a prerrogativa de impedir a utilização da marca em todo território nacional.

No caso concreto, como o registro da marca não é o elemento central da aquisição do direito sobre a marca, a controvérsia acerca da titularidade da marca Total 90 concentra-se na alegação de eventual abandono por parte da Nike. Nos termos da Seção 45 da Lanham Act, considera-se abandonada a marca cujo uso tenha sido descontinuado com a intenção de não retomá-lo, sendo tal intenção inferida a partir das circunstâncias do caso. A legislação ainda estabelece que a ausência de uso da marca por três anos consecutivos gera uma presunção relativa de abandono.



Assim, mesmo na ausência de um registro ativo, o antigo titular pode invocar direitos residuais sobre a marca, desde que comprove o uso anterior, a existência de goodwill remanescente e a ausência de intenção de abandono. É nessa linha que a Nike ancora sua estratégia defensiva, ao sustentar que jamais pretendeu abandonar a marca e que Bartlett teria agido de forma oportunista ao se aproveitar da expiração do registro, inclusive exigindo o pagamento de US\$ 2,5 milhões para vender a marca de volta à Nike.

A Total90 LLC, por outro lado, defende que a Nike efetivamente abandonou a marca ao descontinuar a produção da linha Total 90 e ao permitir a expiração do registro federal, o que evidenciaria a inexistência de intenção de retomar seu uso no comércio.

Paralelos com o Direito marcário brasileiro

O ordenamento jurídico brasileiro adota lógica distinta para a proteção dos direitos marcários, baseada no chamado registration-based system. Diferentemente do modelo estadunidense, há menor margem para subjetividade, uma vez que o direito de propriedade sobre a marca decorre, primordialmente, do registro validamente concedido. Nos termos do art. 129 da lei 9.279/96 (LPI - lei de **propriedade industrial**), o registro assegura ao titular o uso exclusivo da marca em todo o território nacional. O uso isolado do sinal distintivo, por si só, não é suficiente para a constituição plena do direito marcário, ainda que possa gerar efeitos jurídicos pontuais e limitados.



João Vítor L. Cunha João Vítor L. Cunha

O sistema brasileiro, contudo, também condiciona a manutenção do direito ao uso efetivo da marca, ao prever a hipótese de caducidade por não uso. De acordo com o art 143 da LPI, a ausência de utilização da marca por cinco anos consecutivos pode ensejar a decretação da caducidade do registro.

Nessa situação, o titular é intimado a se manifestar no prazo de sessenta dias, incumbindo-lhe o ônus de comprovar o uso da marca ou de justificar o desuso por razões legítimas, hipóteses em que a caducidade poderá ser afastada. Observa-se, portanto, que a preservação do Direito marcário no Brasil exige tanto a renovação periódica do registro quanto o uso efetivo do sinal, sem que se discuta, diferentemente do direito estadunidense, o elemento subjetivo do ânimo de retomar o uso da marca.

Além disso, o direito brasileiro institui a figura da Marca Notoriamente Conhecida, justamente para mitigar disputas como a verificada no caso Nike vs Total90 LLC. Nos termos do art. 126 da LPI, a Marca Notoriamente Conhecida em seu ramo de atividade goza de proteção especial, independentemente de prévio depósito ou registro no Brasil, desde que registrada em país signatário da Convenção da União de Paris para Proteção da **Propriedade Industrial** (Convenção da União de Paris). Nessas hipóteses, o **INPI** pode, inclusive de ofício, indeferir pedidos de registro que produzam ou imitem, no todo ou em parte, a Marca Notoriamente Conhecida.

Ressalta-se, contudo, que essa proteção é restrita ao respectivo ramo de atividade, não se estendendo a segmentos diversos, nem conferindo exclusividade absoluta ou caráter perpétuo à marca. A tutela conferida às marcas notoriamente conhecidas não afasta o dever de uso efetivo do sinal distintivo, tampouco impede, de forma automática, a incidência da caducidade ou a prevalência do titular registral em determinadas circunstâncias, preservando o equilíbrio entre proteção marcária e livre concorrência.

Se o Caso Ocorresse no Brasil

Caso a disputa entre Nike e Total90 LLC estivesse submetida à jurisdição brasileira, a controvérsia tenderia a ser solucionada de forma mais objetiva. Embora o sistema brasileiro privilegie, como regra, o titular do registro, a proteção conferida às Marcas Notoriamente Conhecidas poderia mitigar, e até neutralizar, a falha administrativa da Nike decor-

rente da expiração do registro.

Em um cenário hipotético no qual a Total90 LLC buscasse registrar a marca "Total 90" no Brasil, o **INPI** realizaria a análise administrativa de anterioridade impeditiva, eventual violação a Marca Notoriamente Conhecida e a regularidade formal do depósito. Muito provavelmente, o pedido encontraria óbice na reprodução ou imitação de Marca Notoriamente Conhecida, sobretudo porque o depósito

seria realizado em ramo de atividade idêntico ao explorado pela Nike e porque há registros válidos da marca Total 90 de titularidade da Nike em países signatários da Convenção da União de Paris.

Ainda que se cogitasse o pedido de caducidade por não uso, o **INPI** intimaria a Nike para, no prazo de sessenta dias, comprovar o uso da marca ou apresentar justificativas legítimas para o eventual desuso, nos termos do art. 143 da LPI. Ademais, o art. 129, § 1º, da LPI assegura o direito de precedência àquele que, de boa-fé, na data do depósito, já utilizava no Brasil, há pelo menos seis meses, marca idêntica ou semelhante. Assim, mesmo diante da expiração do registro, a Nike poderia, em tese, reaver a titularidade por meio de novo pedido, amparada pelo direito de precedência, desde que preenchidos os requisitos legais.

A jurisprudência do STJ também reforça esse entendimento. A 3ª Turma do STJ, por unanimidade, já anulou registros marcários ao reconhecer a má-fé de empresário que, após requerer a caducidade de determinada marca, procedeu ao seu registro em benefício próprio. No caso, embora a empresa estrangeira tivesse deixado caducar seu registro no Brasil por ausência de uso e não prorrogação no prazo legal, entendeu-se que a tentativa de se apro-

priar da criação alheia para explorar produtos similares configurava evidente má-fé, além de potencialmente induzir o consumidor a erro, em afronta ao art. 124 da LPI.<sup>8</sup>

Por fim, a depender da análise do caso concreto, a conduta da Total90 LLC poderia, inclusive, ser enquadrada como prática de concorrência desleal, especialmente se caracterizado o emprego de meio fraudulento para desviar, em proveito próprio, a clientela de outrem, ou o uso indevido de nome comercial, insígnia ou referências associadas à marca alheia. Tais condutas encontram tipificação no art. 195 da LPI, que prevê pena de detenção de três meses a um ano ou multa.

#### Considerações finais

O caso Nike vs Total90 LLC evidencia que marcas não são apenas símbolos mercadológicos, mas ativos jurídicos sujeitos a regras, limites e função social. Em um ambiente globalizado, a falta de alinhamento entre estratégia comercial e governança jurídica pode transformar até marcas icônicas em fontes de litígio e incerteza. O episódio dá um alerta claro: marca que não é usada e protegida deixa de ser ativo e passa a ser risco.

João Vítor L. Cunha Graduado na Faculdade de Direito de Ribeirão Preto da Universidade de São Paulo - FDRP-USP.

## Disputa de 26 anos na Justiça envolvendo Xuxa ganha novo capítulo no STJ; entenda o caso



Uma batalha judicial que atravessa décadas e envolve um dos nomes mais conhecidos da televisão brasileira acaba de ganhar mais um capítulo. A apresentadora Xuxa Meneghel está no centro de um processo de **direitos autorais** que já dura 26 anos e que agora será analisado novamente pelo Superior Tribunal de Justiça.

Segundo informações do portal Poder360, o caso será julgado pela 3ª Turma do STJ na terça-feira (10), após um pedido de destaque feito pela ministra Nancy Andrighi. A decisão pode definir detalhes importantes sobre a forma de cálculo da indenização, que já foi reconhecida pela Justiça e pode chegar a R\$ 60 milhões. O que está por trás da disputa envolvendo Xuxa

A origem da disputa remonta ao final dos anos 1990. O empresário Leonardo Soltz afirma que apresentou, em 1998, um projeto chamado "Turma do Cabralzinho" a um representante da empresa Xuxa Promoções e Produções.

De acordo com ele, o material teria sido recusado. No entanto, no ano seguinte, surgiram personagens considerados semelhantes no projeto visual do programa infantil "Turma da Xuxinha". A partir daí começou a batalha judicial. Conforme relata o Poder360, o empresário decidiu levar o caso à Justiça alegando que sua criação teria sido usada sem autorização. Por que o processo voltou ao STJ agora

Depois de mais de duas décadas de tramitação, o debate principal já não gira em torno de plágio. A Justiça já reconheceu a necessidade de indenização.

Em decisões anteriores, Xuxa foi condenada em duas instâncias. A sentença fixou R\$ 45 milhões na primeira instância e R\$ 40 milhões na segunda, valores que ainda podem crescer com juros e correção monetária.

Com os ajustes previstos, a indenização pode atingir cerca de R\$ 60 milhões. Agora, o ponto central da discussão no STJ é outro: quando devem começar a ser calculados os juros e a correção monetária sobre o valor da condenação. O que dizem os ministros do tribunal

O relator do processo, ministro Moura Ribeiro, entende que os juros devem ser aplicados apenas a partir do momento em que o valor da dívida foi definitivamente definido, ou seja, após o julgamento dos chamados embargos de declaração na segunda instância. Esse entendimento foi acompanhado pelo ministro Ricardo Villas Bôas Cueva.

Já o presidente da 3ª Turma, ministro Humberto Martins, defende uma interpretação diferente. Para ele, os juros deveriam começar a correr desde a citação da ação original, como prevê o Código Civil. A ministra Daniela Teixeira acompanhou essa posição.

Com o placar dividido, a ministra Nancy Andrighi pediu destaque para que o julgamento fosse levado ao plenário físico e será responsável pelo voto de desempate. O que pode acontecer a partir de agora

Ainda estão previstas duas sustentações orais no julgamento. A advogada Anna Maria da Trindade dos Reis representará a empresa da apresentadora Xuxa Meneghel, enquanto o advogado Ricardo Loretti Henrici falará em nome do empresário Leonardo Soltz.

A decisão final do STJ poderá definir de forma definitiva como será calculado o valor da indenização. Dependendo do entendimento adotado pelos ministros, a quantia pode sofrer um aumento significativo.

## Uso de IA na moda carrega desafios para o respeito ao direito autoral



A crescente adoção de Inteligência Artificial (IA) nos processos criativos tem transformado a indústria da moda e acendido debates sobre a proteção jurídica de designs. Se as pesquisas de mercado indicam que 40% das empresas brasileiras usam IA de alguma forma, no setor da moda esse uso está mais acelerado: o número sobe para 68%, desde a utilização para contatos com o cliente, até a recomendação de produtos, personalização e outras funções, sobretudo do varejo digital. No campo internacional, a consultoria McKinsey crava em 73% o uso de IA para criação, previsão de tendências e operações do mundo da moda atualmente. O assunto entrou até mesmo na pauta da ONU, em evento realizado pela plataforma Fashinnovation com a United Nations Office for Partnerships, na sede das Nações Unidas, em Nova York, em 26 de fevereiro.

Apesar de o uso da IA ser visto com otimismo por empresários, a falta de regulação específica traz insegurança jurídica às marcas da moda. Para a advogada Maria Antonia Farracha de Castro, sócia do Farracha de Castro Advogados, o avanço tecnológico expõe lacunas das legislações atuais, como a lei de **propriedade industrial** e a lei de direitos autorais, ambas concebidas em um contexto pré-digital. Segundo a especialista, duas questões ganham destaque nesse novo cenário. "O primeiro ponto de atenção é o risco de que projetos ou obras protegidas de terceiros sejam utilizados como base para criações geradas por IA, o que pode resultar na vio-

lação de direitos autorais preexistentes", afirma Maria Antonia. Outro desafio é a definição de titularidade das obras desenvolvidas com auxílio de algoritmos. "Ainda não há clareza sobre quem detém os direitos autorais de um design produzido por IA. A discussão sobre originalidade e autoria deve se intensificar nos próximos anos, pois será crucial para garantir segurança jurídica à cadeia produtiva da moda", explica. Não menos importante, o uso de imagem de modelos no contexto da propaganda, com modificações digitais, traz polêmicas no campo trabalhista e de privacidade.

A controvérsia ganhou intensidade com o envolvimento da Zara. A marca, referência no setor de fast fashion e que já foi alvo de questionamentos relacionados a condições laborais, passou a figurar no centro de nova discussão pública em dezembro, ao divulgar o emprego de inteligência artificial para o chamado "reaproveitamento digital" de modelos. A prática consiste na utilização de IA para reaproveitar a imagem de profissionais em ambientes digitais, especialmente em plataformas de e-commerce, sem a necessidade de novos ensaios físicos. Outras grandes redes, como a H&M, que recentemente ingressou no mercado brasileiro, já comunicou a criação de "gêmeos digitais" para utilização em campanhas publicitárias. Para a advogada, embora o debate pareça futurista, ele já faz parte da realidade do setor. "Esse cenário exige uma reflexão profunda sobre a própria natureza dos direitos autorais e sobre os limites da criação humana em um ambiente cada vez mais mediado pela IA", conclui.



## Temos que pegar? O cabo de guerra entre a Casa Branca e os videogames - CartaCapital



Toque Tec

Imagine que você é o gestor de uma das marcas mais valiosas do mundo, como Pokémon. Seu objetivo é a universalidade: ser amado por crianças e adultos, em São Paulo ou em Nova York, independentemente de inclinações políticas. De repente, você acorda e vê a sua mascote - um símbolo de união e amizade - sendo usado como trilha sonora para vídeos de deportação ou campanhas divisivas. O pesadelo do branding moderno tem nome: sequestro de neutralidade.

O recente protesto formal da Pokémon Company contra o governo dos Estados Unidos pelo uso não autorizado de suas imagens acendeu um alerta global. Não se trata apenas de **direitos autorais**. Trata-se da luta das marcas para não serem arrastadas para o campo de batalha da polarização.

O Despertar de Neo: a tecnologia como ajuda na "reentrada" pós-Carnaval

O WALL-E da vida real: por que a "faxina digital" é o verdadeiro marco do seu ano novo

A Reciclagem Infinita: quando a IA começa a morder o próprio rabo

A linha do tempo: do anúncio à apropriação

Para entender o peso do que está acontecendo agora, precisamos olhar para o retrovisor. A entrada da política nos games não é uma invenção de 2026,

mas a forma como ela ocorre mudou drasticamente:

O marco de 2008 (Barack Obama): o registro histórico mais marcante de uma campanha presidencial em games ocorreu com Obama. A estratégia foi institucional e transparente: a compra de espaços publicitários (outdoors virtuais) em títulos como Burnout Paradise e Madden NFL. Era publicidade tradicional em um novo suporte, respeitando as regras das desenvolvedoras e o contrato com o jogador.

A participação de 2020 (Joe Biden): Durante a pandemia, a campanha de Biden adotou o modelo "opt-in". Ao criar uma ilha oficial em Animal Crossing: New Horizons, o governo convidava o eleitor para o seu espaço. O jogador escolhia interagir ou até colocar um adesivo da campanha em seu quintal virtual. Era uma presença suave, autorizada e integrada à mecânica pacífica do jogo.

A guerrilha de 2026 (Donald Trump): O cenário atual rompe com a etiqueta anterior. Não há pedido de autorização ou parceria. A tática é a apropriação estética via memes e IA generativa. Ao "vestir" o presidente com a armadura do Master Chief (Halo) ou usar a tipografia de Pokémon, o governo pratica uma espécie de pirataria de reputação, pegando carona no afeto que o público tem pela franquia para suavizar mensagens divisivas.

O dilema da neutralidade sob ataque

Para empresas como Nintendo, Microsoft ou Activision, reagir a esse movimento é um campo minado. Se decidem processar o governo, correm o risco de alienar a parcela de consumidores que apoia a gestão. Se silenciam, permitem que sua marca seja associada a ideologias que podem ferir sua imagem global a longo prazo.

O protesto da Pokémon Company é um movimento de autodefesa de marca. Ao afirmar que sua missão é "unir o mundo", a empresa tenta erguer um muro de contenção. No entanto, na era dos memes e da IA generativa, as marcas perderam o controle sobre como seus ativos são recombinados. O "Gotta Catch 'Em All" (Temos que pegar, em português),

ressignificado para o contexto de imigração, é um exemplo brutal de como o contexto pode assassinar o conceito original de uma marca.

A reputação na era do "Meme-Estado"

A análise desse cenário revela uma mudança profunda de paradigma. A comunicação governamental descobriu que a estética dos games funciona como uma "camada de invisibilidade" para a crítica. Afinal, torna-se muito mais complexo atacar uma política pública quando ela vem embalada em um meme divertido ou em uma referência nostálgica da infância.

O risco para a sociedade, contudo, é a banalização do impacto real. Quando transformamos a guerra ou a segurança interna em um nível de Call of Duty, ocorre uma dessensibilização do olhar. A política corre o risco de deixar de ser sobre vidas

humanas para se tornar uma métrica de score, skins e engajamento digital.

Pra fechar!

O embate entre o Pikachu e a Casa Branca é o capítulo mais recente da morte da neutralidade. Em um mundo hiperconectado, não existe mais "espaço seguro" para as marcas.

A provocação que fica para esta semana é: até que ponto devemos permitir que os nossos refúgios de lazer e fantasia sejam transformados em ferramentas de propaganda? Se até o Master Chief foi recrutado sem alistamento, quem será o próximo? O jogo político mudou, e agora, ele não aceita mais o botão de pause.



## Cientistas da UFRJ obtêm patentes para 'turbinar' soja, milho e algodão com genética



Pesquisadores descobrem 'genes-mestres' que tornam plantas mais fortes; tecnologia se insere na busca de formas de redução do uso de fertilizantes e do consumo de água

Pode chover demais ou de menos, haver ataque de pragas, uma planta não tem alternativa a não ser resistir. Fuga está fora de questão para quem vive enraizado. Algumas plantas morrem, mas há aquelas que se mantêm com saúde. E foi ao investigar o que faz as naturalmente fortes que cientistas brasileiros desenvolveram técnicas para turbinar culturas de interesse econômico, como soja, milho e algodão.

Com o trabalho, a Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) obteve duas patentes de métodos de genética que acenam com um maior cuidado com o ambiente associado ao aumento do poder nutricional e da produção.

- É um passo no caminho de uma agricultura regenerativa, de cuidado com o ambiente. São tecnologias para uma nova fase da agricultura, baseada na ciência. É preciso proteger o ambiente, mas também produzir mais e com maior poder nutricional. As sementes geradas a partir das técnicas são mais nutritivas, pois têm mais proteínas. E ainda absorvem mais CO<sub>2</sub> e fomentam alterações benéficas na composição do solo. Em suma, se inserem na busca para aumentar a saúde do ar, do solo, da planta e a nossa - afirma a coordenadora do estudo, a geneticista Adriana Hemerly, do Laboratório de

Biologia Molecular de Plantas (LBMP) da UFRJ.

Nos testes, foi possível, por exemplo, aumentar em 60% o número de sementes por planta de soja, regular o algodão ao ponto de obter 105% de aumento do número total de flores. Já o milho teve 25% de aumento na eficiência do uso de água, de 40% na captação de CO<sub>2</sub> e de 16% na biomassa foliar, um indicador de produtividade. A redução do uso de fertilizantes é da ordem de 50%.

O pulo do gato foi focar não no problema ou na doença, mas na saúde. Isto é, descobrir o que preserva a planta em tempo de adversidade. O instrumento para identificar os segredos dos vegetais e usá-los a favor da agricultura foi a genômica. É uma resposta da ciência à demanda por uma agricultura sustentável, adaptada a um clima em transformação, diz Hemerly.

As patentes foram depositadas pela InovaUFRJ, núcleo de **inovação tecnológica** da universidade. E uma delas já foi licenciada para uso por uma empresa dos Estados Unidos. Os pesquisadores focaram nos genes AIP10 e APC7. Ambos são ligados ao desenvolvimento da planta e à forma como ela reage a mudanças no ambiente, seja falta d'água, disponibilidade de nutrientes ou pragas.

São "genes-mestres". Eles atuam como regentes da grande orquestra bioquímica que permite a uma semente germinar, formar órgãos, virar muda e crescer. Plantas com esses genes regulados são mais produtivas com menos nutrientes.

Há mais de 30 anos Hemerly e o marido e também pesquisador Paulo Ferreira investigam a capacidade de adaptação de uma planta a todo tipo de estresse do ambiente, como redução da oferta de água. No kit sobrevivência das plantas há mudanças no padrão de crescimento, em folhas e raízes.

O resultado das décadas de estudo foi um retrato genético da planta saudável. Nesse retrato se sobressaiu a imagem dos genes AIP10 e APC7, de nome pouco inspirado, mas com atuação afinada em diferentes momentos do crescimento da planta.

O APC7, por exemplo, é importante na resistência a doenças e no aumento do número de células. O AIP10 está associado à interação com bactérias do solo importantes para a captação e o aproveitamento dos nutrientes.

Os cientistas desenvolveram então formas de produzir sementes com a regulação desses genes, seja por meio de seleção por testes genéticos ou pela modificação genética como a edição dos genes (a grosso, modo uma cirurgia bioquímica). Testes em laboratório e estudos publicados em revistas científicas, como as revistas *Plant*, *Cell & Environment*, e *The Plant Journal*, indicaram efeitos positivos na produtividade agrícola e na sustentabilidade das lavouras.

- Estamos ainda numa transição da agricultura mundial que se desenvolveu a partir de 1960, baseada em uso de fertilizantes químicos e pesticidas, mas que permitiu amplificar a produção de alimentos, para outra mais focada no ambiente. Não é fácil nem se faz de uma hora para outra. Estudos com plantas demoram anos. É preciso investigar ciclo de vida por gerações, comparar linhagens etc.

- salienta Hemerly.

Tecnologias como as da UFRJ se inserem na busca de formas de redução do uso de fertilizantes químicos e agrotóxicos, diminuição do consumo de água. Esse último ponto se agigantou de importância num momento em que o Brasil passa por uma espécie de cronificação da escassez hídrica.

Segundo estudos do Centro Nacional de Monitoramento e Alertas de Desastres Naturais (Cemaden), a estação seca aumentou 25 dias, quase um mês, nos últimos 40 anos. E o setor agropecuário (incluindo outras atividades além da irrigação) consome cerca de 70% da água utilizada no Brasil.

A irrigação na agricultura responde por cerca de 50% do consumo total de água no país. E estudos da Agência Nacional de Água (ANA) projetam que o consumo de água no país pode aumentar 24% até 2030, impulsionado pela demanda agrícola.

- Precisamos de plantas que usem a água com mais eficiência e sejam mais produtivas. Os próprios vegetais têm o instrumental para isso. É questão de saber usar isso a nosso favor e ao da natureza - observa a cientista.

## Indicações Geográficas ganham força no Brasil e exigem estratégia integrada de propriedade intelectual

A consolidação da **Propriedade Intelectual** como instrumento de valorização econômica no Brasil passa, também, pelas Indicações Geográficas, que não substituem a estratégia de marcas, mas a complementam, ao lado dos demais ativos de **Propriedade Intelectual**. A Indicação Geográfica protege a origem geográfica e o vínculo entre o território, o saber fazer (savoir-faire) e a reputação construída coletivamente de produtos ou serviços originários de um local específico. As marcas, por sua vez, permitem que cada produtor se diferencie e construa posicionamento estratégico comercial próprio dentro desse contexto. Essa combinação contribui para ampliar a proteção jurídica e sustentar a geração de valor no longo prazo.

Sem uma gestão adequada de marcas e outros ativos de **Propriedade Intelectual**, a Indicação Geográfica fica exposta a usos indevidos e a conflitos relacionados ao uso do nome geográfico. Esse cenário enfraquece a capacidade de controle e defesa da IG, comprometendo sua segurança jurídica e seu valor econômico. Por isso, é preciso ter regras claras de uso, critérios técnicos bem definidos e mecanismos de controle efetivos, refletidos no caderno de especificações e no manual de uso da IG. Quando essas duas esferas estão em harmonia, a Indicação Geográfica exerce seu papel de selo coletivo de origem e qualidade, enquanto as marcas individuais permitem diferenciação e posicionamento próprio. Isso reduz conflitos internos, fortalece a cadeia produtiva como um todo e preserva valor reputacional e econômico da Indicação Geográfica no longo prazo.

Além das marcas, outros ativos de **Propriedade Intelectual** também podem dialogar com as Indicações Geográficas. Patentes e modelos de utilidade podem incidir sobre melhorias técnicas, processos produtivos ou equipamentos utilizados na cadeia, sem comprometer a origem e o padrão protegidos pela IG.

Nesse contexto, a experiência em marcas contribui para organizar a convivência entre o nome geográfico e as marcas dos produtores, prevenindo conflitos

e fortalecendo o projeto como um todo. Já a experiência em patentes contribui com uma visão estratégica sobre inovação na cadeia produtiva, sempre respeitando os elementos essenciais da IG.

A legislação brasileira de biodiversidade (Lei nº 13.123/15) também se insere nesse contexto de proteção, ao prever regras para o acesso ao patrimônio genético e ao conhecimento tradicional associado, condicionando a concessão de direitos de **propriedade intelectual** ao devido cumprimento dessas disposições. Essa previsão contribui para evitar a apropriação indevida e a **biopirataria** de saberes tradicionais. Também é relevante para orientar inventores e empresas quanto aos limites legais, evitando que pedidos de patente se apoiem em conhecimentos tradicionais já difundidos e prevenindo conflitos e questionamentos futuros.

O Brasil avançou consideravelmente no reconhecimento das Indicações Geográficas e, em 2026, já ultrapassa a marca de 150 IGs nacionais reconhecidas, distribuídas em diferentes setores e regiões do país. O **INPI** exerce papel central no reconhecimento e na organização dos direitos de **propriedade industrial** no Brasil. Contudo, a fiscalização e a proteção efetiva desses direitos ultrapassam a esfera do registro e exige trabalho em conjunto com órgãos administrativos, o Poder Judiciário e os próprios titulares. Nesse contexto, o fortalecimento institucional e a integração entre esses atores são essenciais para que o sistema funcione de forma mais eficiente e previsível.

Também é importante dedicar atenção à proteção internacional das Indicações Geográficas brasileiras, que ainda enfrenta desafios relevantes. Embora haja avanços importantes, especialmente em razão de acordos internacionais e maior valorização dos produtos de origem, ainda existem desafios relevantes, como diferenças entre os regimes jurídicos, conflitos com marcas preexistentes e custos de registro. Um dos principais desafios começa antes mesmo da etapa internacional, pois muitas regiões com potencial para Indicação Geográfica não contam com orientação jurídica adequada para

identificar esse ativo, estruturar a governança e organizar a documentação técnica necessária. Sem essa base sólida, o reconhecimento no exterior se torna mais complexo e menos eficaz.

O Brasil tem uma diversidade territorial e cultural que é, por si só, um ativo estratégico. Nesse cenário a IG protege a identidade do território, a marca constrói posicionamento de mercado com base no binômio qualidade/diferenciação e a inovação assegura vantagem competitiva e sustentabilidade em

mercados dinâmicos. Essa combinação é decisiva para converter patrimônio cultural e vocação regional em desenvolvimento econômico, geração de renda e inserção qualificada no mercado internacional.

\*Nicole de Alencar é advogada especializada em **Propriedade Intelectual** do Di Blasi, Parente & Associados, escritório referência na área.

## Marca vs. Domínio: como proteger a identidade do seu negócio



Proteger esse símbolo é fundamental para a vida da empresa e envolve dois pilares

Ao iniciar uma trajetória no mercado, a marca é o elemento que permite ao cliente identificar seus produtos ou serviços em meio à concorrência. No entanto, investir em uma identidade sem a devida proteção jurídica é um risco alto, pois você pode perdê-la para terceiros que realizem o registro antes de você. Proteger esse símbolo é fundamental para a vida da empresa e envolve dois pilares: o registro da marca e o registro de domínio.

O que é o Registro de Marca?

A marca funciona como o "RG" de uma empresa. O registro assegura o direito de propriedade e o uso exclusivo do nome e do logotipo em todo o território nacional. Esse processo deve ser feito junto ao **INPI** (**Instituto Nacional da Propriedade Industrial**).

Para garantir que o pedido seja aceito, o empreendedor deve observar alguns critérios:

A marca precisa ser original dentro do setor escolhido.

Não é permitido imitar ou reproduzir marcas alheias já registradas.

O requerente deve atuar legalmente na atividade comercial declarada.

É necessário definir a classe correta na Classificação Internacional de Produtos e Serviços.

Como o processo junto ao **INPI** pode ser longo e complexo para quem não é da área, contar com auxílio profissional oferece tranquilidade para focar na gestão do negócio.

O Registro de Domínio e a presença digital

O domínio é a identificação da empresa na internet, correspondendo ao que vem após o "www" em um site e ao que compõe os e-mails corporativos. No Brasil, o órgão responsável por esses registros é o Registro.br.

Diferente da marca, o domínio disponível é concedido ao primeiro que fizer o pedido. Caso o nome ideal já esteja ocupado, uma alternativa é tentar comprar o domínio de um dono inativo ou adaptar levemente o nome da marca no endereço web. Além de agregar valor à empresa, o uso de e-mails próprios facilita a divulgação de informações sobre os serviços oferecidos.

Diferenças fundamentais

A principal distinção reside na abrangência e no local de proteção:

**Natureza da Proteção:** O registro de marca protege a imagem e os produtos em um ramo de atividade específico. Já o domínio garante a presença e a segurança da marca no mundo virtual. **Exclusividade:** Enquanto o **INPI** permite marcas iguais em ramos distintos, o registro de domínio é único; não podem existir dois iguais, independentemente da atividade. **Elegibilidade:** O registro de domínio pode ser feito por pessoas físicas (CPF) ou jurídicas (CNPJ) estabelecidas no Brasil.

Em resumo, embora os órgãos sejam diferentes, é vital verificar a disponibilidade de ambos antes de iniciar um projeto para evitar que o investimento seja perdido.

Fonte: VILAGE Marcas e Patentes

# Índice remissivo de assuntos

ABPI .....	4,5
Direitos Autorais .....	9,11,12
Entidades .....	1,2
Inovação .....	13,14
Marco regulatório   Anvisa .....	3
Marco regulatório   INPI .....	1,2,3,4,5,6,7,8,15,16,17
Patentes .....	1,2,3
Pirataria   Biopirataria .....	15,16
Propriedade Industrial .....	1,2,3,4,5,6,7,8,10,15,16,17
Propriedade Intelectual .....	1,2,3,4,5,15,16