

Brasília, 27 de março de 2026

Seleção

Sumário

Migalhas

Quinta-feira, 26 de março de 2026 | ABPI

Fashion upcycling e propriedade intelectual: Criação e infração 3

Quinta-feira, 26 de março de 2026 | Propriedade Intelectual

Propriedade intelectual como eixo nos novos acordos do Brasil e Ásia 8

O Tempo Online

Quinta-feira, 26 de março de 2026 | ABPI | Câmara de Mediação

Lei da Arbitragem completa 30 anos consolidada como solução estratégica para c... 10

Exame.com

Quinta-feira, 26 de março de 2026 | Patentes

China abre projetos científicos a pesquisadores estrangeiros 12

Folha.com

Quinta-feira, 26 de março de 2026 | Inovação

Merck compra Terns por US\$ 5,7 bi; veja detalhes 14

G1 - Globo

Quinta-feira, 26 de março de 2026 | Direitos Autorais

Ancine aprova regras que fortalecem ações de combate à pirataria 16

Consultor Jurídico

Quinta-feira, 26 de março de 2026 | Marco regulatório | INPI

Nome 'champagne' pode ser usado em marca de roupas, diz STJ 17

Quinta-feira, 26 de março de 2026 | Propriedade Intelectual

Disputa por design de guitarra Fender vira alerta para o Brasil 18

Fashion upcycling e propriedade intelectual: Criação e infração



O cenário global da moda enfrenta um paradoxo: ao mesmo tempo em que a sustentabilidade exige a extensão da vida útil dos produtos, os tribunais reforçam o poder de exclusividade dos detentores de direitos. A fashion upcycling tornou-se o campo de batalha onde se decide se um consumidor realmente "dono" de um bem pode transformá-lo e revendê-lo sob o brilho de uma marca famosa.

Recentemente, a Suprema Corte da Coreia do Sul trouxe um alento aos reformadores no caso Lee Kyung-han, decidindo que modificações para uso privado (do proprietário) não infringem direitos.

Entretanto, quando o artesão cruza a linha do comércio online, com a produção e venda de bens modificados em escala comercial, como no caso da Marimekko na Finlândia, o rigor das maisons é implacável.

Hermès vs. Maison R&C;

A disputa envolvendo a Hermès na França centrou-se em jaquetas jeans que incorporavam fragmentos de lenços originais da marca. A Maison R&C alegava que, ao adquirir os lenços legitimamente no mercado secundário, o direito da Hermès estaria exaurido. Contudo, o tribunal francês, ecoando lições de POUILLET e MATHÉLY sobre a integridade da marca, rejeitou a tese da exaustão em abril de 2025.

A corte entendeu ainda que a fragmentação do lenço e sua aplicação em um produto de natureza distinta (do lenço para a jaqueta jeans) constitui uma "alteração material" o que bloqueou a invocação dos direitos de revenda. O tribunal também reconheceu infração de direitos autorais sobre os designs dos lenços, além da infração de marca. Para a Hermès, a vitória consolidou o entendimento de que o upcycling comercial, quando mantém sinais distintivos visíveis sem autorização, configura violação de marca.

Louis Vuitton vs. Lee Kyung-han

A Suprema Corte da Coreia do Sul (Segunda Divisão), por sua vez, em acórdão proferido a 26 de fevereiro de 2026 (Processo 2024Da31181), estabeleceu fundamental paradigma no litígio entre a Louis Vuitton Malletier e o artesão Lee Kyung-han. Ao reformar as decisões anteriores que condenavam o estilista, a Corte fixou que a modificação de produtos de luxo - como a transformação de uma mala de viagem em carteiras ou bolsas - quando realizada a pedido específico de um consumidor para seu uso pessoal, não constitui infração. A Suprema Corte remeteu o caso de volta ao Tribunal de PI para novos procedimentos, sinalizando uma abordagem mais matizada.

A tese central da decisão reside na diferenciação entre o "uso de marca" comercial e o exercício do direito de propriedade do consumidor. Para os juízes coreanos, se o produto reformado não é reintroduzido na cadeia de comércio para o público geral como um "novo item da marca", o prestador de serviços de reforma atua apenas como um executor da vontade do proprietário legal do bem. Esta visão, que encontra eco nas discussões de MARK LEMLEY e BARTON BEEBE sobre os limites do controle das marcas no pós-venda, ressalva, contudo, que o upcycling comercial (produção em série para venda a terceiros) continua sob o escrutínio do direito marcário, uma vez que a confusão pós-venda (post-sale confusion) ainda é o principal ativo a ser protegido, conforme defendem LOIS F. HERZECA e HOWARD S. HOGAN.

Confusão pós-venda

Para compreender os riscos inerentes a este mercado, é preciso recorrer aos pilares da **propriedade**

intelectual. Segundo GAMA CERQUEIRA, a

marca possui uma função primordial de distinguir a origem. Quando um designer independente utiliza uma peça da Hermès ou da Louis Vuitton para criar algo novo, ele pode estar gerando o que a jurisprudência das USCA (United States Courts of Appeals) classifica como post-sale confusion (confusão pós-venda).

Autores como BARTON BEEBE e MARK LEMLEY discutem a "funcionalidade estética" e como a proteção excessiva pode asfixiar a criatividade. Todavia, a visão majoritária em fóruns como INTA, AIPLA e AIPPI reforça que a sustentabilidade não é uma "licença para infringir". LOIS F. HERZECA e HOWARD S. HOGAN, em suas obras sobre o mercado de luxo, enfatizam que a diluição da marca ocorre quando o consumidor não consegue mais identificar se aquele produto híbrido possui a chancela da marca original.

Garantia e investimento

PONTES DE MIRANDA já destacava a função de garantia e o investimento na imagem como ativos protegíveis. Se a marca investe milhões para construir um prestígio de exclusividade, o upcycling descontrolado pode "pegar carona" nesse goodwill. JANE GINSBURG e PAUL GOLDSTEIN, autoridades em direito internacional, alertam que a Convenção de Paris e os tratados administrados pela WIPO exigem proteção contra atos que causem confusão ou parasitismo.

No Brasil, a LPI - Lei de **Propriedade Industrial**, interpretada à luz de DENIS BARBOSA, estabelece que o titular pode impedir o uso da marca em produtos alterados que possam prejudicar sua reputação. CARLOS CORREA e LIONEL BENTLY observam que, enquanto a "exaustão de direitos" permite a revenda do item original, ela não autoriza a transformação comercial que resulte em um "novo produto" portando a marca alheia sem a devida licença.

Proatividade das marcas

A proteção da **propriedade intelectual** no ambiente digital não é mais reativa, mas preditiva. Gigantes como LVMH, Chanel e Nike utilizam ferramentas de IA e programas como o VERO (eBay) para

derrubar anúncios instantaneamente. Essa postura proativa, discutida em fóruns da INTA e da AIPPI, visa prevenir a "diluição por obscurecimento" (blurring).

Marimekko vs. Plataformas P2P (Tori.fi / Zadaa)

Em 2024 e consolidando-se em 2025, a Marimekko emitiu notificações para plataformas como a Tori.fi, instruindo-as a remover anúncios de produtos artesanais feitos com tecidos da marca (como vestidos, cortinas ou bolsas "home-made") que utilizassem o nome "Marimekko" no título ou na descrição principal.

O argumento da marca: A Marimekko sustenta que, embora o tecido tenha sido comprado legalmente (exaustão do direito sobre o material), o produto final (o vestido) não foi fabricado nem passou pelo controle de qualidade da marca. Ao anunciar como "Vestido Marimekko", o vendedor estaria induzindo o consumidor a erro sobre a origem e a garantia do produto, configurando violação de marca.

O conflito: Isso gerou revolta na comunidade de costura finlandesa, que argumenta que o uso do nome é meramente descritivo (indicando a matéria-prima), e não uma tentativa de se passar pela marca oficial. Ainda não houve manifestação judicial a respeito.

Outros exemplos de proatividade online

Rolex vs. laCalifornienne: A Rolex agiu contra empresas que "customizavam" relógios originais com cores vibrantes e novos mostradores, trocando peças originais por não autorizadas, o que transformava relógios autênticos em produtos contrafeitos. A Rolex obteve acordo para a remoção de menções à marca em produtos alterados, mesmo que as peças internas eventualmente pudessem ser originais.

Chanel vs. WGACA - What Goes Around Comes Around: Disputa épica sobre a venda de bolsas com números de séries roubados ou anulados que envolvia itens de segunda mão (bandejas e espelhos de ponto de venda). Sagrando-se vencedora na ação, a Chanel ao provar que a revenda de itens que não eram destinados ao comércio como displays de vitrine transformados em acessórios violava seus direitos.

Nike vs. StockX (Vault NFTs): A Nike agiu proativamente contra o uso de suas marcas em ativos digitais que prometiam a custódia de tênis físicos, alegando que a plataforma estava criando um

produto derivado não autorizado (e falsificados - contrafação direta de calçados). O caso terminou em acordo.

De acordo com LOIS F. HERZECA e HOWARD S. HOGAN, no mercado de luxo, a marca não protege apenas o objeto, mas a aura de exclusividade. Quando uma plataforma finlandesa remove um vestido feito de tecido Marimekko a pedido da marca, ela está protegendo a "função de investi-

mento", conceito amplamente defendido por MATHÉLY e POUILLAUD-DULIAN. A jurisprudência das USCA quanto à proteção do investimento na marca tem sido solo fértil para essa proatividade. O caso Rolex vs. laCalifornienne ilustra essa tendência: ainda que encerrado por acordo entre as partes, o litígio evidenciou que titulares de marcas de luxo não se sentem obrigados a tolerar a criação de "novos produtos híbridos" resultantes de alterações estéticas de seus produtos originais, recorrendo ativamente ao Judiciário para fazer valer essa posição.

URSULA FURI-PERRY alerta que designers independentes frequentemente confundem o "direito de usar o tecido" com o "direito de usar a marca para vender a peça pronta". Ela ressalta ainda que o uso de disclaimers (avisos de desassociação) raramente é suficiente para evitar a condenação por infração se a marca original for o principal apelo de venda.

Exaustão de direitos

O pilar desta discussão reside na teoria da exaustão. Para GAMA CERQUEIRA e PONTES DE MIRANDA, o direito do titular se esgota na primeira venda. Entretanto, GINSBURG e GOLDSTEIN ponderam que a exaustão pressupõe que o produto permaneça o mesmo. A transformação industrial de um lenço em uma blusa ou de uma bolsa grande em três carteiras rompe o nexo causal da garantia de origem. PAUL GOLDSTEIN e JANE GINSBURG ensinam que a marca deve garantir que o produto que chega ao consumidor final possui a chancela de qualidade do fabricante original.

LIONEL BENTLY e DINWOODIE sugerem que a confusão ocorre quando terceiros acreditam tratar-se de uma colaboração oficial. O DARTS-IP sugere um aumento em torno de 40% em litígios de reworked fashion nos últimos anos, refletindo a tensão entre a economia circular e a proteção de ativos. Para MARK LEMLEY e BARTON

BEEBE, essa proatividade das marcas pode beirar o abuso de direito, mas a visão majoritária da WIPO e da AIPLA ainda prioriza a integridade do signo distintivo.

Designers independentes no mercado circular

O designer independente que atua na fashion circular deve navegar com cautela. A lição de CARLOS CORREA e MARSHALL LEAFFER é que a inovação não deve ser parasitária. O caso Marimekko ilustra que o uso de palavras-chave protegidas em plataformas P2P é o gatilho para a exclusão algorítmica. FERNANDEZ-NÓVOA aponta que a marca é um "condensador de prestígio"; ao utilizá-la para alavancar um produto artesanal, o designer apropria-se de um valor que não criou.

No Brasil, a doutrina de DENIS BARBOSA reforça que o titular pode impedir o uso em produtos alterados (Art. 132, inciso III, da LPI). Portanto, a proatividade não é apenas comercial, mas um imperativo legal para evitar a degeneração da marca. Para evitar a violação, o ideal é a descaracterização total dos elementos marcários ou a busca por parcerias oficiais, como a linha Petit h da Hermès.

Considerações finais

Para sobreviver ao rigor da proteção Industrial moderna, designers de upcycling devem focar na descaracterização ou na obtenção de licenças. A sustentabilidade não pode ser construída sobre a violação de direitos alheios. Se o mercado busca a circularidade, os tribunais buscam a certeza jurídica. A inteligência jurídica, fundamentada em autores clássicos como POUILLET e nas diretrizes da INTA, é a via adequada para garantir que a criatividade não seja silenciada pelos algoritmos de monitoramento e proteção de marca.

Referências

AIPLA (American Intellectual Property Law Association). Report of the Trademark Law Committee on Upcycling and Infringement. Arlington: AIPLA, 2024. Disponível em: <https://www.aipla.org/resources/publications>. Acesso em: 16 mar. 2026.

AIPPI (Association Internationale pour la Protection de la Propriété Intellectuelle). Resolution on Trademark protection for Upcycled Goods (Q285). Geneva: AIPPI, 2024. Disponível em:

<https://aippi.org/library/resolutions/>. Acesso em: 16 mar. 2026.

BEEBE, Barton. Trademark Law: An Open-Source Casebook. 11. ed. New York: Barton Beebe, 2024.

BENTLY, Lionel; SHERMAN, Brad. Intellectual Property Law. 6. ed. Oxford: Oxford University Press, 2022.

BRASIL. [Constituição (1988)]. Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Presidência da República, [2026]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 16 mar. 2026.

BRASIL. **Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI)**. Manual de Marcas. 3. ed. Rio de Janeiro: **INPI**, 2025. Disponível em:

<https://manualdemarcas.inpi.gov.br/>. Acesso em: 16 mar. 2026.

BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à **propriedade industrial**. Brasília, DF: Presidência da República, [2026]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19279.htm. Acesso em: 16 mar. 2026.

COREIA DO SUL. Supreme Court of Korea. Decision 2024Da31181 [Case: Louis Vuitton Malletier vs. Lee Kyung-han]. Seul: Supreme Court (Second Division), 26 fev. 2026. Disponível em: <https://eng.scourt.go.kr/eng/main/Main.work>. Acesso em: 16 mar. 2026.

CORREA, Carlos M. Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights: A Commentary on the TRIPS Agreement. 2. ed. Oxford: Oxford University Press, 2020.

DINWOODIE, Graeme B.; JANIS, Mark D. Trademarks and Unfair Competition: Law and Policy. 6. ed. New York: Aspen Publishing, 2022.

EUROPEAN UNION INTELLECTUAL PROPERTY OFFICE (EUIPO). Guidelines for Examination of European Union Trade Marks. Alicante: EUIPO, 2025. Disponível em: <https://guidelines.euiipo.europa.eu/1803429/1789835/trade-mark-guidelines/1-1-purpose-of-the-guidelines>. Acesso em: 16 mar. 2026.

FERNÁNDEZ-NÓVOA, Carlos. Tratado de Derecho de Marcas. 2. ed. Madrid: Civitas, 2005.

FRANÇA. Tribunal Judiciaire de Paris. Decision nº 22/08345 [Hermès Sellier vs. S.A.S. Maison

R&C;]. Paris: Ministère de la Justice, 2025. Disponível em: <https://www.dalloz.fr/>. Acesso em: 16 mar. 2026.

GAMA CERQUEIRA, João da. Tratado da **Propriedade Industrial**. 3. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2010.

GOLDSTEIN, Paul; GINSBURG, Jane C. International Intellectual Property: Law and Policy. 5. ed. New York: Foundation Press, 2024.

HERZECA, Lois F.; HOGAN, Howard S. Fashion Law and Business: Brands & Something New. 2. ed. New York: Practising Law Institute, 2022.

INTA (International Trademark Association). The Aftermarket and Trademark Infringement: A Global Perspective on Upcycling. New York: INTA, 2025. Disponível em: <https://www.inta.org/resources/>. Acesso em: 16 mar. 2026.

LEAFFER, Marshall A. Understanding Intellectual Property Law. 4. ed. New York: LexisNexis, 2023.

LEMLEY, Mark A. The Modern Lanham Act and the Death of Common Sense. In: Intellectual Property Law Review. 1. ed. Berkeley: University of California, 2024.

MATHÉLY, Paul. Le Nouveau Droit Français des Marques. 1. ed. Paris: JNA, 1994.

PONTES DE MIRANDA, Francisco Cavalcanti. Tratado de Direito Privado: Parte Especial, t. 17: Direito de Propriedade. 4. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2012.

POULLAUD-DULIAN, Frédéric. Le droit de la propriété industrielle. 2. ed. Paris: Economica, 2021.

UNITED STATES COURTS OF APPEALS (USCA). Restatement (Third) of Unfair Competition. St. Paul: American Law Institute, 1995 (Updated 2025). Disponível em: <https://www.ali.org/publications/>. Acesso em: 16 mar. 2026.

SITE OFICIAL do escritório Ávila Nascimento Advocacia. Disponível em: <https://avilanascimento.adv.br/#informativos>. Acesso em 2026.

WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION (WIPO). Paris Convention for the Protection of Industrial Property. Geneva: WIPO, 2024. Disponível em:

<https://www.wipo.int/about-ip/en/iprm/> . Acesso em: 16 mar. 2026.

WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION (WIPO). WIPO Intellectual Property Handbook. Geneva: WIPO, 2024. Disponível em: <https://www.wipo.int/about-ip/en/iprm/>. Acesso em: 16 mar. 2026.

Marcello Ávila do Nascimento Souza +29 anos **INPI** | + 21 anos advocacia | Ranking Análise Advocacia. Pós Prop Industrial-UERJ. Mestrado Prop Intelectual-**INPI**. Pós Proc Civil-PUC. Pós Saúde Suplementar-VERBO. Assoc. ABAPI / **ABPI**.

Propriedade intelectual como eixo nos novos acordos do Brasil e Ásia



Gabriel Di Blasi Gabriel Di Blasi

A recente assinatura dos acordos entre a Coreia do Sul e Brasil, além de novos compromissos firmados com a Índia durante a mesma agenda internacional, sinaliza um movimento consistente de aproximação do Brasil com parceiros estratégicos na Ásia.

Os acordos abrangem áreas sensíveis e estruturantes da economia brasileira, como agricultura, inovação tecnológica, medicamentos, cosméticos e cooperação técnica regulatória. Iniciativas que envolvem instituições como a Embrapa, no setor agropecuário, e a Anvisa, no campo farmacêutico e de cosméticos, evidenciam que não se trata apenas de expansão comercial, mas de integração produtiva e tecnológica.

Nesse contexto, a **propriedade intelectual** assume papel central.

Sempre que há cooperação técnica, desenvolvimento conjunto, transferência de tecnologia ou integração de cadeias produtivas, a proteção de ativos intangíveis, como patentes, marcas, desenhos industriais, segredos industriais e know-how, torna-se condição indispensável para garantir segurança jurídica, previsibilidade e equilíbrio nas relações comerciais.

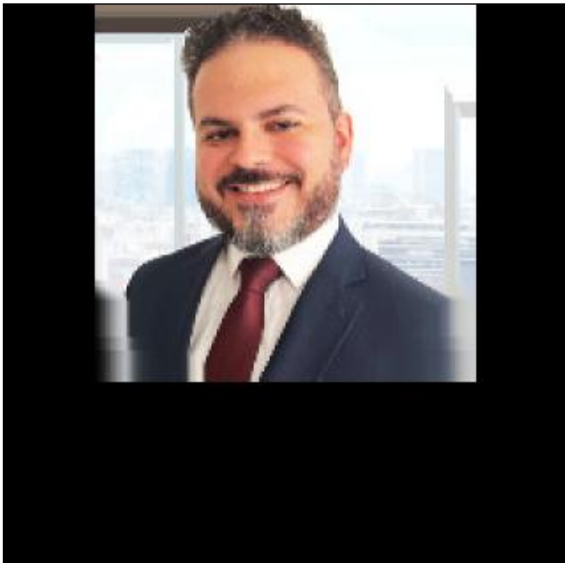
A Coreia do Sul, referência global em inovação e em setores como cosméticos e tecnologia de ponta, e a Índia, reconhecida por seu avanço no desenvolvimento de fármacos e medicamentos biológicos, especialmente no campo da oncologia, passam a ocupar posição de destaque como parceiros comerciais estratégicos do Brasil na Ásia.

Essa movimentação se soma ao protagonismo já consolidado da China nas relações comerciais brasileiras. Forma-se, assim, uma tríade estratégica composta por China, Índia e Coreia do Sul, que redefine o eixo de cooperação econômica e tecnológica do Brasil para as próximas décadas.

Os impactos vão além do comércio tradicional. A ampliação dessas parcerias abre novos mercados para produtos brasileiros, fortalece a inserção do país em cadeias globais de inovação e cria oportunidades em setores como agricultura de alta tecnologia, pecuária, bioeconomia, indústria farmacêutica, cosméticos e tecnologia aplicada à saúde.

É importante observar que acordos comerciais e instrumentos de cooperação internacional, mesmo quando não tratam explicitamente de **propriedade intelectual**, pressupõem mecanismos de proteção jurídica dos ativos intangíveis envolvidos. A transferência de tecnologia e o compartilhamento de conhecimento só se sustentam quando há confiança

institucional e salvaguardas adequadas.



Paulo Armando Innocente de Souza Paulo Armando Innocente de Souza

O movimento recente indica que o Brasil não busca apenas ampliar exportações, mas consolidar parcerias estratégicas de longo prazo com a Ásia, em uma agenda que combina comércio, inovação e proteção jurídica.

Nesse cenário, a **propriedade intelectual** deixa de ser um tema técnico restrito e passa a ocupar posição estruturante na política de inserção internacional do país.

Gabriel Di Blasi Engenheiro industrial, agente de **propriedade industrial**, advogado e sócio-sênior do Escritório Di Blasi, Parente & Associados.

Di Blasi, Parente & Associados Paulo Armando Innocente de Souza Advogado do escritório Di Blasi, Parente & Associados.

Di Blasi, Parente & Associados

Lei da Arbitragem completa 30 anos consolidada como solução estratégica para conflitos empresariais



Decisões do STF e do STJ fortaleceram a segurança jurídica do instituto, que ganhou espaço no ambiente de negócios nas últimas três décadas

Christian Sahb Batista Lopes é presidente da **Câmara de Mediação** e Arbitragem Empresarial - Brasil (Camarb)

A Lei da Arbitragem - Lei 9.307, de 1996, atualizada pela Lei 13.129, de 2015 - completa três décadas em 2026, consolidada como um dos principais marcos da modernização do sistema jurídico brasileiro, especialmente na resolução de conflitos empresariais. Com a legislação, o país passou a reconhecer de forma clara a validade da solução privada de disputas, permitindo que as partes escolham árbitros especializados para decidir controvérsias com mais agilidade, tecnicidade e confidencialidade.

Instituições arbitrais cresceram em paralelo à evolução da legislação. A **Câmara de Mediação** e Arbitragem Empresarial - Brasil (Camarb), fundada em 1998, praticamente acompanhou a trajetória da lei e ampliou sua atuação ao administrar procedimentos cada vez mais sofisticados e credenciar árbitros com experiência multidisciplinar. Desde sua criação, a entidade conduziu mais de 606 litígios, sendo 537 arbitragens, que somam mais de R\$ 6 bilhões em disputas. Entre 2020 e 2025, o valor total alcançou aproximadamente R\$ 3,7 bilhões, e

apenas em 2025 os procedimentos iniciados representaram mais de R\$ 1 bilhão em disputa.

A arbitragem ganhou protagonismo amparada por decisões fundamentais do Supremo Tribunal Federal (STF) e do Superior Tribunal de Justiça (STJ), que consolidaram sua constitucionalidade e garantiram a efetividade das sentenças arbitrais. Esse respaldo institucional ampliou a segurança jurídica e incentivou a adoção da arbitragem em disputas societárias e contratos complexos, especialmente em setores como infraestrutura, energia, agronegócio e construção civil. Em linha com o desenvolvimento interno do instituto, em 2022, o Brasil aderiu à Convenção das Nações Unidas sobre o Reconhecimento e a Execução de Sentenças Arbitrais Estrangeiras, passando a fazer parte da grande comunidade internacional que adota a arbitragem como meio eficaz de solução de controvérsias empresariais. Esse movimento foi decisivo para consolidar a arbitragem como ferramenta estratégica no ambiente de negócios, pois a possibilidade de resolver controvérsias com especialistas e maior previsibilidade tornou o mecanismo mais atrativo para empresas que lidam com disputas de alta complexidade técnica e valores elevados.

A constitucionalidade da Lei de Arbitragem foi definida pelo STF no julgamento da Sentença Estrangeira 5.206, concluído em 2001. O tribunal entendeu que a arbitragem não viola o princípio constitucional do acesso à Justiça, previsto no artigo 5º, inciso XXXV, da Constituição, pois a escolha decorre da autonomia da vontade das partes. O relator, o ministro Sepúlveda Pertence, destacou que a cláusula compromissória é válida e pode obrigar as partes a submeter seus conflitos à arbitragem, conferindo à sentença arbitral a mesma eficácia de uma decisão judicial. No STJ, precedentes como a SEC 5.782, o Conflito de Competência 111.230 e o Recurso Especial (REsp) 1.231.553 consolidaram a obrigatoriedade da cláusula compromissória, o princípio Kompetenz-Kompetenz e a atuação limitada do Judiciário, fortalecendo a autonomia do instituto.

Apesar dos avanços, ainda há desafios relevantes. O principal é o desconhecimento do mercado, já que muitas empresas não sabem quando a arbitragem é vantajosa ou como inserir cláusulas adequadas em contratos. A Camarb investe na disseminação de conhecimento por meio de seus escritórios regionais presentes em oito capitais brasileiras e em Lisboa, além da promoção de cursos, workshops e certificações voltadas a advogados, gestores e empreendedores.

A perspectiva é de expansão contínua. A Lei da Arbitragem ajudou a redefinir a cultura jurídica brasileira ao incentivar soluções mais céleres e especializadas, alinhadas às demandas do mercado. A tendência é que o instituto continue ganhando espaço e desempenhando papel cada vez mais estratégico no desenvolvimento do ambiente de negócios no país. Vamos em frente!

China abre projetos científicos a pesquisadores estrangeiros



Iniciativa tem como objetivo de ampliar a colaboração e fortalecer a governança internacional no setor

A China anunciou nesta quinta-feira, 26, a abertura de grandes projetos e infraestruturas científicas a pesquisadores estrangeiros e lançou um plano de cooperação internacional em ciência aberta. A medida foi apresentada durante o Fórum de Zhongguancun, em Pequim, em meio à disputa tecnológica global, com o objetivo de ampliar a colaboração e fortalecer a governança internacional no setor.

Durante a abertura do evento, o vice-primeiro-ministro Ding Xuexiang afirmou que o país pretende trabalhar com outras nações para construir uma rede de inovação mais aberta. Segundo ele, a estratégia inclui ampliar parcerias em pesquisa básica e aplicada, além de incentivar o uso de tecnologias emergentes para apoiar o desenvolvimento econômico.

Além disso, Ding defendeu a coordenação internacional para lidar com conflitos regulatórios, riscos sociais e questões éticas ligadas ao avanço tecnológico. Ele afirmou que esses pontos devem orientar a construção de mecanismos de governança mais consistentes.

No mesmo fórum, Sergio Mujica, da Organização Internacional de Normalização (ISO), destacou que a cooperação entre governos, empresas e instituições de pesquisa é necessária para ampliar o acesso à inovação em um cenário de transformação digital.

O evento segue até domingo e reúne participantes de mais de 100 países. Nesta edição, o tema central é a integração entre **inovação tecnológica** e indústria, com foco na aplicação prática de avanços científicos.

Como parte do plano anunciado, a China informou que abrirá 10 grandes projetos e instalações científicas ao uso internacional. Entre eles estão sistemas de monitoramento do espaço profundo, observatórios de partículas e dispositivos voltados à pesquisa em fusão.

Um dos destaques é o Projeto Meridiano da China, voltado ao monitoramento do ambiente espacial. A estrutura reúne a maior rede terrestre do mundo nessa área e já atendeu 267 organizações de 18 países, incluindo Alemanha e Brasil.

Ao mesmo tempo, a iniciativa também se insere na disputa por influência sobre padrões globais de tecnologia, especialmente no desenvolvimento da inteligência artificial. A China amplia o uso dessas ferramentas e busca estabelecer diretrizes sobre construção, compartilhamento e aplicação de modelos em escala industrial.

À margem do evento, Yang Zhilin, da Moonshot AI, afirmou que empresas chinesas têm ampliado sua atuação no desenvolvimento de infraestrutura para IA. Segundo ele, a abertura de modelos e tecnologias pode acelerar a inovação global e, ao mesmo tempo, ampliar a competitividade do país.

Yang também apontou que a próxima etapa da corrida tecnológica deve se concentrar na capacidade de processar dados em larga escala. Ele citou o conceito de "fábricas de tokens", que envolvem centros de dados, chips e modelos otimizados para processamento intensivo, com impacto direto no consumo de energia e na infraestrutura computacional.

Dados da plataforma OpenRouter indicam que modelos chineses de IA superaram os dos Estados Unidos em uso global por três semanas consecutivas. Na última semana, sistemas chineses processaram 7,359 trilhões de tokens, alta de 56,9% em

relação à semana anterior. Já os modelos norte-americanos registraram 3,536 trilhões.

Wang Binying, da **Organização Mundial da Propriedade Intelectual**, afirmou que a China ultrapassou 5 milhões de **patentes** de invenção concedidas e responde por mais de 40% dos pedidos

globais relacionados à inteligência artificial generativa. Segundo ela, os dados refletem a expansão da atividade inovadora no país.

Merck compra Terns por US\$ 5,7 bi; veja detalhes



A farmacêutica Merck fechou um acordo de US\$ 5,7 bilhões (R\$ 29,7 bi) para comprar a Terns Pharmaceuticals, empresa de biotecnologia dos Estados Unidos que desenvolve tratamentos para uma forma rara de câncer no sangue e nos ossos. A aquisição faz parte da estratégia mais recente da companhia para reforçar sua linha de novos medicamentos em desenvolvimento, num momento em que seu principal remédio contra o câncer, o Keytruda, caminha para perder a patente.

A farmacêutica sediada em Nova Jersey tem feito uma série de aquisições na tentativa de se antecipar à expiração da patente do Keytruda, que gera US\$ 30 bilhões (R\$ 156,8 bi) por ano, prevista para 2028. No ano passado, a empresa adquiriu a Verona **Pharma**, fabricante de medicamentos respiratórios, por US\$ 10 bilhões (R\$ 52,2 bi), e a Cidara Therapeutics, biotecnológica de prevenção de gripe, por US\$ 9,2 bilhões (R\$ 48 bi).

A Merck tem se destacado como a compradora mais agressiva no setor de **biotecnologia**, enquanto a indústria farmacêutica em geral enfrenta perdas de receita estimadas em US\$ 320 bilhões (R\$ 1,6 tri) devido ao fim da proteção de patentes de medicamentos entre agora e 2030.

Os investidores têm recompensado a empresa, com suas ações subindo 38% desde a aquisição da Verona em julho passado, o que lhe confere um valor de mercado de US\$ 287 bilhões (R\$ 1,5 tri) até o fechamento do pregão de terça-feira (24).

A Merck anunciou na quarta-feira (25) que está comprando a Terns por US\$ 53 (R\$ 277) por ação em dinheiro, um prêmio de 31% sobre o preço médio das ações da empresa de biotecnologia nos últimos 60 dias, avaliando o patrimônio da empresa em US\$ 6,7 bilhões (R\$ 35 bi). Devido à sua reserva de caixa de US\$ 1 bilhão (R\$ 5,2 bi), o acordo confere à Terns um valor de empresa de US\$ 5,7 bilhões (R\$ 29,7 bi).

A aquisição é uma aposta no tratamento em estágio inicial da Terns, sediada na Califórnia, para leucemia mieloide crônica, ou LMC - uma forma rara de câncer que afeta a corrente sanguínea e a medula óssea, causada por uma mutação genética.

O presidente-executivo da Merck, Rob Davis, disse que o acordo "diversifica e fortalece ainda mais nossa posição em oncologia", área em que o grupo é líder de mercado. Ele acrescentou que a empresa continuará buscando oportunidades em outras áreas terapêuticas para ampliar seu pipeline.

O principal medicamento da Terns, conhecido como TERN-701, pode contribuir para substituir o atual medicamento preferencial para LMC, o Scemblix, vendido pela rival da Merck, a Novartis.

O tratamento pode representar "uma receita de vários bilhões de dólares para a Merck, na segunda metade da década", alinhando-se com a perda da exclusividade de patente do Keytruda, segundo Evan Seigerman, analista de **biotecnologia** da BMO Capital Markets.

A Terns deve iniciar ensaios de fase avançada no final deste ano ou no início de 2027. Os EUA registraram aproximadamente 9.560 novos casos de LMC no ano passado. Nos países do G7, cerca de 93 mil pacientes foram tratados para a doença em 2024, segundo a Novartis.

"A Terns seria uma incorporação natural ao portfólio oncológico existente da Merck, provavelmente permitindo que a empresa forneça sua expertise em design e execução de ensaios oncológicos para aproveitar ao máximo o TERN-701 na leucemia mieloide crônica", acrescentou Seigerman em uma

Continuação: Merck compra Terns por US\$ 5,7 bi; veja detalhes

nota.

A aquisição da Terns deve ser concluída no segundo trimestre de 2026, informou a Merck. As ações da Terns aumentaram pelo menos cinco vezes desde que a biotecnológica divulgou dados clínicos positivos em outubro passado. A Merck deve ter um ano movimentado, com várias leituras de dados clínicos de fase três e medicamentos chegando ao mercado, e já está em busca de outros acordos significativos.

Em janeiro, a Merck estava em negociações para comprar a Revolution Medicines, biotecnológica de câncer, em um acordo que poderia ser avaliado em até US\$ 32 bilhões (R\$ 167,2 bi), informou o FT. Mas a farmacêutica desistiu após semanas de conversas, disseram pessoas familiarizadas com o assunto.

Na conferência de saúde do J.P. Morgan em janeiro, Davis disse que a Merck estava de olho em mais

acordos para desbloquear inovação científica. Ele acrescentou que "a faixa de até US\$ 15 bilhões (R\$ 78,4 bi) é nosso ponto ideal", mas que estaria aberto a aquisições ainda maiores.

O índice de biotecnologia XBI subiu 34% no último ano, com o setor impulsionado pelo aumento da atividade de fusões e aquisições. Entre os acordos fechados está o da Gilead, que este ano concordou em pagar US\$ 7,8 bilhões (R\$ 40,7 bi) para comprar a biotecnológica oncológica Arcellx, com a qual já tinha uma parceria existente.

Centerview e Jefferies atuaram como assessores financeiros da Terns, enquanto a Freshfields prestou assessoria jurídica à biotecnológica.

Ancine aprova regras que fortalecem ações de combate à pirataria

Norma, aprovada pela diretoria da agência, entrará em vigor quando for publicada no Diário Oficial da União (DOU).

A diretoria da Agência Nacional de Cinema (Ancine) aprovou na quarta-feira (25) uma instrução normativa que fortalece mecanismos administrativos da agência e amplia os instrumentos de combate à **pirataria** digital.

A norma, que entrará em vigor quando for publicada no Diário Oficial da União (DOU), inclui de forma expressa a possibilidade de atuação de ofício da Ancine.

A agência poderá instaurar e conduzir procedimentos administrativos por iniciativa própria, inclusive em casos envolvendo representações e denúncias, para frear a oferta não autorizada de obras audiovisuais no ambiente digital.

Cooperação com plataformas A instrução normativa também prevê a possibilidade de cooperação com agentes privados que operam no ambiente digital, como plataformas e provedores. O objetivo, de

acordo com a Ancine, é permitir a remoção consensual de conteúdo audiovisual não autorizado, ou seja, sem o acionamento da justiça.

Transparência A norma também determinou a publicação semestral de relatório de transparência, com um compilado das ações da agência e das infrações.

Em nota, a Associação Brasileira de TV por Assinatura (ABTA) comemorou a aprovação das novas regras.

"A ABTA vê com entusiasmo a aprovação unânime da Instrução Normativa da ANCINE, que regula o bloqueio administrativo de aplicações com conteúdos piratas. Trata-se de um marco importante, complementando a atuação da Anatel no bloqueio de equipamentos de transmissões ilegais. A medida representa um avanço histórico ao criar uma estratégia regulatória integrada de combate à **pirataria** audiovisual no Brasil, protegendo **direitos autorais**, investimentos e toda a cadeia produtiva do setor."

Nome 'champagne' pode ser usado em marca de roupas, diz STJ



O nome champagne é protegido por indicação geográfica. Como mercado de roupas não é concorrente, Tribunal não vê confusão para o consumidor

Champagne é uma bebida produzida exclusivamente na região homônima da França, com um processo específico e com o nome protegido por uma indicação geográfica, um tipo de certificação e reconhecimento de **propriedade intelectual** fornecida pelo **Instituto Nacional da Propriedade Industrial**. Essa indicação identifica um produto que tem certas qualidades graças à sua origem geográfica ou por ser originado em um local reconhecido pela sua fabricação.

A proteção da indicação geográfica da bebida está restrita ao seu ramo de atividade e não há risco de confusão entre empresas que atuam em negócios distintos. Com esse entendimento, a 4ª Turma do Superior Tribunal de Justiça rejeitou o recurso especial do Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne (CIVC) que buscava proibir uma empresa brasileira do ramo de vestuário de utilizar a denominação "champagne" em sua marca.

De acordo com o CIVC, a utilização do nome configuraria aproveitamento parasitário e diluição da denominação de origem, causando prejuízo à coletividade titular da identidade. A entidade requereu que a empresa fosse proibida de usar a expressão, sob pena de multa diária, e que lhe pagasse uma indenização por danos morais.

Os pedidos foram rejeitados em primeira e segunda instância. Entre outros fundamentos, o Tribunal Regional Federal da 2ª Região considerou que as empresas atuam em ramos distintos, o que afasta a possibilidade de confusão por parte do consumidor.

Ao STJ, o CIVC argumentou que a proteção de indicações geográficas é absoluta, não se sujeitando ao princípio da especialidade. Defendeu, ainda, que o artigo 124 da Lei de **Propriedade Industrial** veda o registro de indicações geográficas como marca, bem como as imitações que possam causar confusão, independentemente da classe de produtos ou serviços.

Sem inventar moda

Relatora do recurso, a ministra Isabel Gallotti explicou que as indicações geográficas - como as denominações de origem - identificam produtos cujas características e reputação estão associadas a determinada região. No caso da palavra "champagne", apontou, a proteção diz respeito especificamente aos espumantes produzidos na região francesa que lhe dá nome, sem nenhuma relação com o mercado de roupas.

"No caso, a indicação geográfica 'champanhe' está vinculada a espumantes e não ao mercado de vestuário. A excelência na produção de espumantes não guarda relação alguma com o prestígio no mercado da moda", afirmou Gallotti.

A ministra também destacou que a jurisprudência do STJ admite a convivência de marcas semelhantes quando utilizadas em ramos mercadológicos distintos, desde que não haja risco de confusão para o consumidor. Além disso, ressaltou que a titularidade das indicações geográficas tem natureza coletiva, o que afasta a ideia de exclusividade absoluta. Com informações da assessoria de imprensa do STJ.

para ler o acórdão

REsp 2.246.423

Disputa por design de guitarra Fender vira alerta para o Brasil



O Tribunal Regional de Düsseldorf reconheceu que o desenho do corpo da Stratocaster pode ser protegido como obra de arte

Opinião Fender Stratocaster entrou em juízo

Poucos objetos industriais alcançaram o status simbólico da Fender Stratocaster. Lançada em 1954, com corpo contornado, dupla abertura para acesso às casas agudas, três captadores e sistema de vibrato, ela não apenas ajudou a redefinir a guitarra elétrica moderna, mas também se converteu em um dos desenhos mais reconhecíveis da cultura popular.

Fender

Se, no plano musical, a Stratocaster foi empunhada por nomes como Jimi Hendrix, Eric Clapton, Stevie Ray Vaughan, Jeff Beck, David Gilmour, John Frusciante e Buddy Holly, no plano jurídico ela acaba de protagonizar uma discussão que interessa muito além da indústria da música: afinal, quando o formato de um produto utilitário pode ser tratado como obra protegida por direito autoral?

Virada jurídica

A pergunta ganhou novo peso após decisão do Tribunal Regional de Düsseldorf, na Alemanha, em março de 2026, favorável à Fender Musical Instruments Corporation. Em síntese, a corte reconheceu que o desenho do corpo da Stratocaster pode ser protegido como obra de arte aplicada pelo direito autoral alemão e europeu. O caso envolvia a oferta, por fabricante chinesa, de guitarras com formato substancialmente idêntico na plataforma AliExpress, inclusive com destinação ao mercado euro-

peu. A relevância do julgamento não está apenas na vitória de uma marca histórica, mas na mudança de eixo da discussão jurídica: sai do centro a lógica tradicional do trade dress e da marca tridimensional; entra, com força, a tutela autoral do design.

Esse deslocamento é decisivo. Durante anos, a proteção do formato da Stratocaster encontrou dificuldades justamente porque o desenho se tornou popular demais. Quanto mais copiado, mais difícil sustentar, no campo marcário, que a forma isolada ainda funcionaria como sinal distintivo exclusivo de origem. Em outras palavras, o sucesso comercial da guitarra enfraquecia a tentativa de monopólio marcário sobre seu contorno. A nova tese contorna esse obstáculo: o direito autoral não exige, em primeiro plano, prova de distintividade mercadológica, mas a demonstração de que houve criação original, com escolhas livres e criativas do autor.

A sofisticação do precedente europeu está em sua base jurisprudencial. A decisão alemã dialoga diretamente com a construção do Tribunal de Justiça da União Europeia, sobretudo nos casos Cofemel - Sociedade de Vestuário SA v. G-Star Raw CV (C-683/17, j. 12/9/2019) e SI e Brompton Bicycle Ltd v. Chedech/Get2Get (C-833/18, j. 11/6/2020). No primeiro, o TJUE afastou a exigência de um mérito artístico qualificado para que desenhos utilitários possam receber proteção autoral; no segundo, assentou que formas funcionais não estão automaticamente excluídas dessa tutela, desde que não sejam ditadas unicamente pela função técnica. Em termos práticos, a mensagem é clara: se havia espaço para liberdade criativa, pode haver direito autoral.

No caso da Stratocaster, esse argumento é especialmente persuasivo. É evidente que uma guitarra elétrica precisa respeitar condicionantes ergonômicos e técnicos. Mas o contorno específico do instrumento, suas curvas assimétricas, seus 'horns' e a composição visual que o tornaram instantaneamente reconhecível não parecem ser a única resposta possível ao problema funcional de construir uma guitarra confortável, equilibrada e eficiente. Foi

justamente essa margem de liberdade estética que permitiu à Fender sustentar que não se está diante de mera solução técnica, mas de expressão criativa incorporada a um produto industrial.

Por que a Stratocaster importa além do mercado

O interesse jurídico do tema cresce ainda mais quando se observa o peso cultural da Stratocaster. Não se trata de um objeto qualquer. A guitarra ajudou a moldar a sonoridade e a imagem do rock, do blues, do pop e da música contemporânea em escala global. Buddy Holly foi decisivo para popularizá-la ainda nos anos 1950. Décadas depois, Hendrix a transformou em linguagem cênica e sonora; Clapton e Stevie Ray Vaughan a consolidaram como extensão do blues elétrico; David Gilmour a associou à ambiência e à sofisticação tímbrica; Jeff Beck demonstrou sua elasticidade técnica. A Stratocaster não virou ícone apenas porque vendeu muito, mas porque se tornou plataforma de criação para artistas que redesenharam o imaginário da música popular. Seu impacto foi simultaneamente estético, tecnológico e cultural.

Spacca

Esse dado importa para o Direito. Quanto mais um produto reúne originalidade formal, longevidade histórica e associação cultural intensa, maior é a tentação de expandir sua proteção jurídica. O risco, entretanto, é evidente: a tutela autoral não pode funcionar como atalho para eternizar exclusividades que o sistema de **propriedade industrial** concebeu como temporárias. A proteção por desenho industrial tem prazo; a marca tridimensional enfrenta limites severos de distintividade; já o direito autoral opera com horizonte muito mais longo. Se todo design industrial bem-sucedido puder, ao final, migrar para a categoria de obra autoral, corre-se o risco de comprimir o domínio público e restringir indevidamente a concorrência.

Alerta para o Brasil

No Brasil, o debate é especialmente sensível. A Lei 9.610/1998 admite proteção a criações originais exteriorizadas, e a jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça já reconheceu a incidência do direito autoral sobre criações aplicadas ao mercado quando houver expressão intelectual concretizada de modo original, como se lê no REsp 1.943.690/SP, Rel. Min. Nancy Andrighi, 3ª Turma, DJe 22/10/2021. Ao mesmo tempo, o STJ também tem sido cuidado-

so nos litígios de trade dress, exigindo distintividade, ausência de funcionalidade meramente técnica, anterioridade de uso e risco de confusão ou associação indevida, com forte valorização da prova pericial, a exemplo do REsp 1.778.910/SP, Rel. Min. Maria Isabel Gallotti, 4ª Turma, j. 6/12/2018, DJe 19/12/2018.

É justamente por isso que o 'caso Fender' merece atenção da comunidade jurídica brasileira. Se a tese europeia ganhar ressonância por aqui, fabricantes de instrumentos, móveis, luminárias, artigos de moda, utensílios e outros bens utilitários poderão repensar toda a sua estratégia de proteção de ativos intangíveis. O centro da disputa deixará de ser apenas o registro de desenho industrial ou a prova de confusão concorrencial, passando a incluir, com muito mais intensidade, a discussão sobre originalidade autoral. Isso altera prevenção, due diligence, contencioso, licenciamento e até a forma de documentar o processo criativo de designers e empresas.

Ainda assim, a importação desse raciocínio não deve ser automática. O Brasil precisa absorver o debate com critério. Nem todo produto famoso é obra autoral; nem toda forma elegante supera a barreira da funcionalidade; nem toda releitura de clássico configura contrafação. A chave está em distinguir o que é linguagem visual consolidada de mercado do que é efetiva criação intelectual individualizada. No fundo, a questão proposta pela Stratocaster é a mesma que desafia todo o direito da **propriedade intelectual** contemporâneo: como remunerar a originalidade sem sufocar a circulação de formas, referências e inovações?

A resposta ainda está em construção. Mas uma conclusão já se impõe: a decisão alemã elevou a discussão sobre design de produtos a um novo patamar. A Stratocaster, que por décadas mudou a música, agora também ajuda a mudar o debate jurídico sobre os limites entre indústria, arte e exclusividade econômica. Talvez esse seja o traço mais revelador do caso: certos objetos deixam de ser apenas mercadorias quando passam a organizar a memória estética de uma época. Quando isso acontece, cedo ou tarde, o Direito é chamado a afinar seus próprios instrumentos.

Referências essenciais mencionadas no texto

Continuação: Disputa por design de guitarra Fender vira alerta para o Brasil

Bird & Bird. Bird & Bird secures landmark ruling for Fender protecting iconic Stratocaster design. Março de 2026.

Fender. The History of the Fender Stratocaster: The 1950s; e 15 Stratocaster Players for the Ages.

TJUE. Cofemel - Sociedade de Vestuário SA v. G-Star Raw CV, C-683/17, j. 12 set. 2019.

TJUE. SI e Brompton Bicycle Ltd v. Chedech/Get2Get, C-833/18, j. 11 jun. 2020.

STJ. REsp 1.943.690/SP, Rel. Min. Nancy Andrig-
hi, 3ª Turma, DJe 22 out. 2021; REsp

1.778.910/SP, Rel. Min. Maria Isabel Gallotti, 4ª
Turma, j. 6 dez. 2018, DJe 19 dez. 2018.

Arthur Romani BaccarÉ Advogado Empresarial

Índice remissivo de assuntos

ABPI	1,2,3,4,5
ABPI Câmara de Mediação	8,9
Direitos Autorais	14
Entidades	10,11
Inovação	10,11,12,13
Marco regulatório INPI	1,2,3,4,5,15
Patentes	10,11
Propriedade Industrial	1,2,3,4,5,6,7,15,16,17,18
Propriedade Intelectual	1,2,3,4,5,6,7,10,11,15,16,17,18