Brasília, 07 de outubro de 2026

Seleção

Sumário

Migalhas

Terça-feira, 06 de outubro de 2026 | ABPI
Marca registrada exige vigilância: O que o INPI não garante 3

Terça-feira, 06 de outubro de 2026 | Marco regulatório | INPI
"Twitter" pode ser marca de rede social e de biscoitos? STJ analisa 8

MSN Notícias

Segunda-feira, 05 de outubro de 2026 | Patentes
Huawei e Qualcomm fecham acordo de patentes envolvendo 5G e IA 10

Primeira Hora

Terça-feira, 06 de outubro de 2026 | Propriedade Intelectual
PF Aperta o Cerco Contra Streaming Ilegal de Futebol: O Fim do Sinal Pirata e os R… 12

Tudo Rondônia Online

Terça-feira, 06 de outubro de 2026 | Marco regulatório | INPI
STJ: violação de patente presume dano moral 14

Zero Hora - Últimas Notícias

Terça-feira, 06 de outubro de 2026 | Marco regulatório | INPI
Em meio a briga pelo legado da Tequila Baby, produtora ligada a Duda Calvin tenta… 16

Marca registrada exige vigilância: O que o INPI não garante



Marca registrada exige vigilância: O que o **INPI** não garante Marcello Ávila Nascimento Registrar a marca é o começo da proteção, não o fim. Sem vigilância contra sinais semelhantes, a exclusividade se esvazia. Entenda o que o certificado do **INPI** não garante sozinho. terça-feira, 6 de outubro de 2026

Atualizado às 10:03

Há uma convicção difundida entre titulares de marcas, e mesmo entre profissionais que não militam na área, de que a concessão do registro pelo **INPI** - **Instituto Nacional da Propriedade Industrial** encerra a preocupação com a proteção do sinal. Obtido o certificado, presume-se a marca blindada.

A prática administrativa revela o contrário: a concessão é o início da tutela, não o seu ponto final. Como advertia Pontes de Miranda, o direito de exclusividade não é absoluto e opera dentro de limites rigorosos. Na mesma tradição clássica, juristas como Bento de Faria e Affonso Celso recordavam de forma uníssona que a propriedade imaterial exige apropriação e defesa contínuas para subsistir perante o mercado.

A exclusividade que o registro anuncia não se realiza no papel, mas no exercício continuado da vigilância contra sinais semelhantes, usados no mercado ou requeridos por terceiros perante o próprio **INPI**. Essa afirmação não decorre de opinião, mas da leitura combinada da lei 9.279/1996

(LPI) com o Manual de Marcas do **INPI** e, sobretudo, da observação de decisões administrativas proferidas em casos praticamente idênticos, com desfechos opostos. O ponto que este artigo pretende demonstrar é objetivo e verificável nos próprios autos: o entendimento do examinador pode variar, e essa variação torna imprudente a presunção de que o **INPI**, sozinho, barrará de ofício a proliferação de marcas colidentes com a sua.

O que o certificado efetivamente confere

O art. 124, inciso VI, da LPI veda o registro de sinal de caráter genérico, necessário, comum, vulgar ou simplesmente descritivo quando tenha relação com o produto ou serviço a distinguir, salvo quando revestido de suficiente forma distintiva. A ressalva é decisiva. Uma marca mista cujo elemento nominativo é uma expressão genérica pode ser concedida, mas o que se protege é o conjunto, não a expressão isolada.

Já ensinava Gama Cerqueira que a marca fraca, composta de elementos de uso comum, nasce com proteção estreita, tolerando a coexistência com sinais semelhantes que dela se distanciem por pormenores. Este entendimento é modernamente aprofundado por Newton Silveira e Pedro Marcos Nunes Barbosa, os quais asseveram que marcas evocativas ou sugestivas possuem um espectro de proteção propositalmente reduzido, devendo o titular suportar o ônus processual e mercadológico da convivência com signos análogos para evitar o monopólio indevido de expressões de uso comum.

O Manual de Marcas do **INPI** é expresso quanto ao limite dessa proteção. Ao tratar das marcas cujo elemento nominativo não é distintivo, o Instituto registra que a presença de elemento não distintivo em uma marca registrada não permite ao seu titular impedir que terceiros usem ou registrem o mesmo elemento como parte de conjunto marcário distinto, em segmento de mercado idêntico, semelhante ou afim. Vale dizer: quem registra Loja do Telefone com determinada figura não adquire exclusividade

sobre a expressão loja do telefone. Adquire proteção sobre aquele conjunto específico. Um concorrente que apresente a mesma expressão sob roupagem gráfica diversa poderá, em tese, obter o próprio registro. O titular que ignora essa distinção acredita ter comprado uma exclusividade que o certificado nunca lhe conferiu.

A linha de corte é móvel

O critério que separa o sinal registrável do irregistrável, nessa categoria, não é binário. O Manual condiciona a concessão da marca mista com nominativo genérico à existência de elementos figurativos capazes de gerar impacto visual ou conceitual suficiente para se sobressair à mensagem não distintiva e desviar a atenção do consumidor. Suficiente, sobressair, desviar a atenção: são juízos graduais, dependentes da percepção do examinador diante do caso concreto.

Fernández-Nóvoa já observava que o exame da distintividade se resolve pela impressão de conjunto, apreciação por natureza sujeita a margem de subjetividade. Na doutrina europeia, José Manuel Otero Lastres e Frédéric Poullaud-Dulian reforçam essa exata premissa ao demonstrarem que o risco de confusão e a aferição da distintividade dependem invariavelmente de fatores psicológicos e mnemônicos do público consumidor, sendo estes elementos inerentemente instáveis.

Sob uma perspectiva analítica e empírica, estudos de Barton Beebe e críticas incisivas de Mark Lemley sobre a realidade do direito marcário confirmam que a aplicação dos testes de colidência escapa frequentemente à previsibilidade estrita, dependendo em grande medida de heurísticas subjetivas adotadas pelos julgadores.

Quatro processos, todos na classe NCL 35, todos em apresentação mista, ilustram a amplitude dessa margem.

No campo da telefonia, a marca LOJA DO TELEFONE (processo n. -------) foi concedida e permanece em vigor. A marca LOJA DO CELULAR (processo n. -------), estruturalmente análoga, foi indeferida com fundamento no art. 124, inciso VI. Telefone e celular designam, no comércio varejista, o mesmo universo de produtos. As duas expressões compartilham a estrutura loja do [aparelho], igualmente descritiva do estabelecimento. O destino administrativo, porém, foi oposto.

No campo dos veículos, a marca LOJA DO VEÍCULO (processo n. -------) foi concedida e está em vigor. A marca LOJÃO DO CAMINHÃO (processo n. -------) foi indeferida pelo mesmo art. 124, inciso VI, e o indeferimento foi mantido em grau de recurso. Aqui convém afastar uma objeção aparente. A diferença entre loja e lojão não constitui distância marcária hábil a justificar tratamento diverso. O aumentativo não altera a raiz nem o campo semântico do termo; sob a ótica da colidência, que afere a impressão de conjunto e o risco de confusão, os dois sinais são substancialmente o mesmo. Se assim é, a contradição entre os desfechos torna-se ainda mais nítida.

A imprevisibilidade ganha um contorno adicional quando o sinal descritivo é concedido em forma nominativa, isto é, sem qualquer elemento figurativo. Por exemplo, a marca LOJA DO AQUECEDOR (processo n. -------), destinada ao comércio de aparelhos de aquecimento na classe NCL 35, foi registrada e está em vigor sob apresentação nominativa (e sem qualquer apostila restritiva). Aqui não há figura que possa justificar a concessão pela suficiente forma distintiva do conjunto, hipótese que ao menos explicaria os registros mistos. Trata-se da expressão em estado puro. Ora, se a forma nominativa é a mais exposta ao crivo do inciso VI, por lhe faltar o escudo gráfico, o que autorizaria supor registrável, sob essa forma, um sinal a tal ponto descritivo, quando estruturas equivalentes foram recusadas justamente por esse fundamento? A pergunta não comporta resposta segura, e é essa ausência de resposta segura que se procura neste artigo evidenciar.

Não se sustenta, aqui, que houve erro do **INPI**. Diferenças pontuais entre os casos podem existir, e a análise de cada processo comporta particularidades de especificação e de figura. Sustenta-se algo mais modesto e mais inquietante: que sinais de mesma estrutura e mesmo teor descritivo, na mesma classe, receberam decisões contrárias. E que essa variação, sozinha, basta para tornar arriscada a confiança do titular em uma proteção automática em relação à iniciativa de terceiros levadas ao Instituto.

Por que a variação importa para quem já tem registro

Se o próprio juízo de registrabilidade oscila entre casos análogos, o juízo sobre a colidência de um pedido futuro com a sua marca está sujeito à mesma

Continuação: Marca registrada exige vigilância: O que o INPI não garante

oscilação. O titular que confia na atuação de ofício do **INPI** para barrar semelhantes aposta num critério que ele não controla e que pode não enxergar conflito efetivamente existente. A esse risco soma-se a limitação estrutural já apontada. Quando a marca contém elemento nominativo fraco (o que ocorre com grande parcela das marcas atuais, se não a maioria), o **INPI** tende a reconhecer que terceiros podem registrar o mesmo elemento desde que em conjuntos distintos.

Como visto nos exemplos acima, a defesa deste espaço nem sempre é feita de forma adequada pelo Instituto, de ofício. Depende de o titular acompanhar as publicações da Revista da **Propriedade Industrial** para identificar pedidos de terceiros conflitantes e apresentar oposição no prazo do art. 158 da LPI, ou, quando cabível, instaurar processo administrativo de nulidade do registro (art. 169 da LPI), caso a decisão do **INPI** ignore seu direito.

No plano processual e estratégico brasileiro, Marcelo Mazzola, Manoel J. Pereira dos Santos e pioneiros históricos de nossa prática como Dannemann enfatizam de modo veemente que o combate à diluição exige justamente o uso proativo e tempestivo de oposições e nulidades administrativas, evitando assim a consolidação irreversível de posições jurídicas adversas. O sistema é estruturado para que a defesa seja provocada pelo interessado, não presumida.

A experiência estrangeira sistematizou essa realidade sob a noção de policing, a vigilância que se espera do titular. No direito anglo-saxão, autores de peso acadêmico como Marshall Leaffer, Paul Goldstein e Jane Ginsburg categorizam essa atividade de policing como um ônus existencial da marca. A falha sistemática nessa vigilância conduz à diluição da marca (perda da unicidade do registro e da capacidade do sinal ser percebido como pertencente a determinada empresa/produto) e permite a concorrência parasitária, ou seja, a marca semelhante se beneficia de todo investimento em divulgação.

Na prática, isso significa que um terceiro passará a operar no mesmo segmento, utilizando um sinal sonoro, visual ou conceitualmente próximo, para capturar a clientela que foi atraída pelo prestígio e pelos investimentos financeiros do titular original. O consumidor, antes focado na sua identidade, depara-se com outra(s) parecida(s), e o investimento publicitário de quem inovou passa a financiar as vendas de quem copiou. A consequência de não vigiar não é uma sanção estatal, mas a corrosão do próprio negócio.

Doutrinadores de renome como Lionel Bently, Graeme Dinwoodie e Doris E. Long ressaltam que os sistemas marcários contemporâneos transferem propositalmente ao titular o custo e o dever de monitorar ativamente o mercado. Carlos Correa, ao analisar o contexto macro dos acordos internacionais de **propriedade intelectual**, corrobora que a proteção jurídica não opera no vácuo e demanda ação contundente e efetiva do proprietário.

Muito antes deles, a tradicional e rigorosa doutrina francesa, brilhantemente representada por Eugène Pouillet, Paul Mathély e Georges Bry, já alertava o mundo jurídico para a dégénérescence, o processo implacável pelo qual a simples inércia do titular transforma o signo inventado até em designação necessária do próprio produto.



Marcello Ávila Nascimento title=

A rigor, não se trata de dever jurídico em sentido estrito, cuja inobservância gere sanção autônoma, mas de ônus: a consequência de não vigiar, o enfraquecimento e a eventual diluição do sinal, recai sobre o próprio titular. Não é peculiaridade de um ou outro ordenamento, mas traço comum aos sistemas que condicionam a força da marca à sua distintividade concreta no mercado.

A proteção jurídica das marcas pune o titular omisso, exigindo um comportamento diligente e vigilante (enforcement) para manter a higidez de seus ativos intangíveis.

Considerações finais

A distintividade de uma marca não é um estado permanente conferido pelo certificado. É uma posição que se sustenta pela ausência de semelhantes no mercado e nos registros, e essa ausência não se mantém sozinha. O titular que registra e silencia autoriza, pela inércia, que a paisagem ao redor de sua marca se povoe de concorrentes pegando carona em seu esforço de divulgação.

Ver semelhança onde o leigo vê diferença é, precisamente, a competência que separa o titular que preserva sua marca daquele que divide sua clientela. O certificado do **INPI** é a ferramenta para proteger seu território; o monitoramento é o ato contínuo de defendê-lo. Quem trata o diploma como ponto final corre o risco de descobrir, tarde, que registrou um direito que não cuidou de tornar efetivo, permitindo que outros lucrassem com ele.

_____

BARBOSA, Pedro Marcos Nunes. Marcas fracas e links patrocinados. Migalhas, Ribeirão Preto, 2025. Disponível em: https://www.migalhas.com.br/depeso/429988/marcas-fracas-e-links-patrocinados.

BEEBE, Barton. Trademark Law: an open-source casebook. 8. ed. Cambridge: Harvard Law School, 2022.

BENTLY, Lionel; DINWOODIE, Graeme B. Trademark Law and Theory: A Handbook of Contemporary Research. Cheltenham: Edward Elgar, 2008.

BENTO DE FARIA, Antônio. Das Marcas de Fabrica e de Commercio e do Nome Commercial. Rio de Janeiro: Jacintho Ribeiro dos Santos Editor, 1906.

BRY, Georges. La propriété industrielle, littéraire et artistique: Droit comercial complementaire. In: Cours élémentaire de législation industrielle. Paris: L. Larose et L. Tenin, 1914. v. 2.

CABRAL, Filipe Fonteles; MAZZOLA, Marcelo. O Teste 360º de Confusão de Marcas: Jurisprudência e Aplicação Prática. Revista da **ABPI**, Rio de Janeiro, n. 151, p. 64-75, nov./dez. 2017

CELSO, Affonso. Marcas Industriais e Nome Commercial. Rio de Janeiro: Imprensa Nacional, 1888.

CORREA, Carlos M. Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights: a commentary on the TRIPS Agreement. Oxford: Oxford University Press, 2007.

GINSBURG, Jane C.; GOLDSTEIN, Paul. International Intellectual Property Law and Policy. 3. ed. St. Paul: Foundation Press/West Academic, 2018.

LEAFFER, Marshall. Understanding Trademark Law. 3. ed. New Providence: LexisNexis Matthew Bender, 2014.

LEMLEY, Mark A. The Modern Lanham Act and the Death of Common Sense. Yale Law Journal, New Haven, v. 108, n. 7, p. 1687-1715, 1999.

LONG, Doris E. Principles of Intellectual Property Law. St. Paul: West Academic Publishing, 2012.

MATHÉLY, Paul. Le droit français des signes distinctifs. Paris: Journal des Notaires et des Avocats, 1984."

MIRANDA, Francisco Cavalcanti Pontes de. Tratado de Direito Privado: parte especial. 4. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1983. v. 16-17: Direito das coisas - **propriedade intelectual**,**propriedade industrial**, direito de autor.

OTERO LASTRES, José Manuel. El riesgo de confusión y el riesgo de asociación en el derecho de marcas. In: Estudios de Derecho Mercantil en homenaje al profesor Manuel Broseta Pont. Valencia: Tirant lo Blanch, 1995.

PEREIRA DOS SANTOS, Manoel J.; JABUR, Wilson Pinheiro (coord.).**Propriedade intelectual**: sinais distintivos e tutela judicial e administrativa. São Paulo: Saraiva, 2007.

POUILLET, Eugène. Traité des marques de fabrique et de la concurrence déloyale en tous genres. 6. ed. entièrement refondue et mise au courant de la législation, de la doctrine et de la jurisprudence. Paris: Marchal & Billard; Marchal & Godde, successeurs, 1912.

POULLAUD-DULIAN, Frédéric. La propriété industrielle. Paris: Economica, 2011."

SILVEIRA, Newton. **Propriedade intelectual**: **propriedade industrial**, direito de autor, software, cultivares, nome empresarial, abuso de patentes. 4. ed. rev. e ampl. São Paulo: Manole, 2014.

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

Marcello Ávila Nascimento Sócio ÁVILA NASCIMENTO ADVOCACIA | +30 anos **INPI** | + 22 anos advocacia | Ranking Análise Advocacia | Pós Prop Industrial-UERJ | Mestrado Prop Intelectual-**INPI** | Pós Proc Civil-PUC | Pós Saúde-Verbo.

"Twitter" pode ser marca de rede social e de biscoitos? STJ analisa



Disputa de marca "Twitter" pode ser marca de rede social e de biscoitos? STJ analisa Recurso da rede social está na pauta da Corte; casos envolvendo Visa e Roberto Carlos ajudam a contextualizar a controvérsia. Da Redação

terça-feira, 6 de outubro de 2026

Atualizado às 15:03

"Twitter" pode identificar uma rede social e também uma linha de biscoitos?

A discussão estava na pauta da 4ª turma do STJ desta terça-feira, 6, mas o julgamento foi suspenso. No recurso, a plataforma contesta o uso do nome pela Selmi em sua linha de biscoitos Renata.

Sob relatoria do ministro Antonio Carlos Ferreira, o caso envolve os limites da exclusividade de uma marca quando as empresas atuam em mercados diferentes.

A controvérsia se soma a outras disputas nas quais o STJ examinou até onde essa proteção pode alcançar atividades distintas.

Disputa no STJ envolve o uso da marca Twitter por rede social e fabricante de biscoitos.(Imagem: Artes Migalhas)

Do registro ao cancelamento

A Selmi apresentou o pedido de registro da marca nominativa "Twitter" em maio de 2009. A concessão ocorreu em março de 2013, na classe de produtos alimentícios, abrangendo itens como massas, biscoitos e bolos.

Posteriormente, o **INPI** invalidou o registro por entender que havia aproveitamento parasitário da marca anteriormente registrada pela empresa de tecnologia.

A fabricante recorreu à Justiça para desconstituir o ato administrativo. Após perder em primeiro grau, obteve decisão favorável da 2ª turma Especializada do TRF-2, em novembro de 2021.

O colegiado destacou que as empresas atuavam em segmentos distintos e afastou a conclusão de que a fabricante buscava explorar indevidamente a reputação da rede social. Também observou que "twitter" é uma palavra da língua inglesa, com significados próprios, como gorjeio ou trinado.

Outro ponto relevante foi a cronologia: o reconhecimento da marca da plataforma como de alto renome ocorreu em junho de 2020. Para o tribunal, essa proteção não poderia retroagir para atingir o pedido apresentado pela Selmi em 2009.

Veja o acórdão.

Tentativa de revisão

A Twitter Inc. apresentou embargos de declaração, alegando que o tribunal não havia considerado sua presença também no segmento de alimentos.

Em novembro de 2022, o TRF da 2ª região rejeitou o recurso por unanimidade. Segundo o colegiado, a decisão havia examinado os elementos necessários à solução da disputa, e a plataforma pretendia rediscutir o resultado.

O tribunal ressaltou que a diferença entre os mercados não era o único fundamento da conclusão. A análise também envolveu o significado do termo e os requisitos de proteção especial. Registrou, ainda, que a empresa de tecnologia não possuía registro de marca na classe de alimentos.

Confira o outro acórdão.

Visa no setor de alimentos?

Uma controvérsia semelhante envolveu a marca Visa. No REsp 951.583, a 3ª turma do STJ admitiu sua convivência com a Visa Laticínios, de Minas Gerais, por não identificar risco de confusão quanto à origem dos produtos e serviços.

Continuação: "Twitter" pode ser marca de rede social e de biscoitos? STJ analisa

Em 2021, a 2ª seção rejeitou ação rescisória apresentada pelas empresas do grupo de cartões para modificar aquele resultado.

A discussão envolvia a transição entre a proteção de marca notória prevista na legislação anterior e o regime de alto renome da lei 9.279/96. A relatora,

ministra Isabel Gallotti, destacou que, na situação examinada, não havia reconhecimento de alto

renome que assegurasse a proteção pretendida em todos os segmentos.

Roberto Carlos e uma imobiliária

A proteção de nomes conhecidos também chegou ao STJ em disputa envolvendo uma imobiliária de Conde/PB e a empresa ligada ao cantor Roberto Carlos.

Em 2021, a 3ª turma manteve a decisão que permitiu à imobiliária continuar usando o nome, que também era o de seu proprietário.

O julgamento considerou as conclusões das instâncias anteriores sobre a ausência de má-fé, as diferenças entre os negócios e seus públicos e a inexistência de referência ao artista na publicidade da imobiliária. O STJ também apontou que rever essas conclusões exigiria reexaminar provas, providência vedada pela súmula 7.

Assim, o resultado decorreu das particularidades daquele processo, sem estabelecer uma autorização geral para utilizar nomes de artistas em empreendimentos comerciais.

INPI e a proteção industrial

No centro dessas disputas está uma instituição criada há mais de cinco décadas. A lei 5.648/70, instituiu o **INPI** como autarquia federal e previu a transferência das atribuições do então Departamento Nacional da **Propriedade Industrial**.

A nova estrutura recebeu a missão de executar as normas de **propriedade industrial** no país, considerando suas funções social, econômica, jurídica e técnica.

Hoje, o instituto atua no registro de marcas, desenhos industriais, indicações geográficas e programas de computador, entre outros serviços, além da concessão de patentes.

O procedimento exige requerimento específico e provas que sustentem a proteção ampliada, como pesquisas de mercado e outros elementos de reconhecimento pelo público brasileiro.

Federal ou estadual?

A atribuição administrativa do **INPI** não impede o controle judicial de seus atos. O próprio caso Twitter chegou à Justiça porque a fabricante contestou o cancelamento de seu registro.

No Tema 950, o STJ delimitou essa atuação: a discussão sobre nulidade de registro de marca compete à Justiça Federal, com participação do **INPI**, inclusive para determinar a abstenção de uso decorrente da invalidação.

Já disputas entre particulares sobre concorrência desleal e conjunto-imagem de produtos, quando não envolvem o registro na autarquia, pertencem à Justiça estadual.

Processo: REsp 2.119.494

Huawei e Qualcomm fecham acordo de patentes envolvendo 5G e IA



A Huawei e a Qualcomm anunciaram um acordo de vários anos para licenciamento cruzado de tecnologias em áreas como inteligência artificial, computação, redes e 5G. A negociação também prevê a compra, pela empresa americana, de determinados ativos da Huawei nos Estados Unidos.

A transação ainda depende de aprovação dos órgãos reguladores. Para a Huawei, o acordo representa o reconhecimento de sua **propriedade intelectual** após anos de investimentos em pesquisa e desenvolvimento. Troca de ativos nos EUA

O negócio estabelece licenças mútuas entre os portfólios das duas empresas. A Qualcomm também comprará ativos da Huawei nos EUA relacionados a computação, inteligência artificial, redes e outras tecnologias.

Este é o primeiro acordo entre Huawei e Qualcomm que abrange tecnologias 5G. As empresas afirmam que a negociação seguirá os princípios FRAND, sigla em inglês para práticas de licenciamento justas, razoáveis e não discriminatórias.

Os valores envolvidos e a duração exata do acordo não foram divulgados. Alan Fan, diretor de **Propriedade Intelectual** da Huawei, destacou o reconhecimento das contribuições das duas companhias para o setor.

Brasil anuncia pacote de R$ 2,5 bilhões para IA e supercomputador no RN Qualcomm apresenta Snapdragon 8 Elite Gen 6 e versão Extreme com IA local, gráficos mais avançados e vídeo em 8K Celulares mais caros? Qualcomm vai reajustar preço dos seus chips

"Este acordo não apenas demonstra o valor das inovações da Huawei, mas também reconhece as contribuições fundamentais da Qualcomm para as modernas tecnologias de comunicação."

John Han, vice-presidente executivo e gerente-geral da Qualcomm Technology Licensing, ressaltou a atuação da empresa no desenvolvimento de tecnologias de comunicação sem fio.

"Este acordo reafirma o reconhecimento da indústria pela liderança tecnológica da Qualcomm em 5G e pelo sucesso de seu programa de licenciamento de **patentes** essenciais de 5G." Huawei amplia receita com **propriedade intelectual**

Com a conclusão da operação, a Huawei estima que o valor total de seus contratos de licenciamento de **propriedade intelectual** ultrapasse US$ 6,9 bilhões (cerca de R$ 36 bilhões).

A empresa afirma que essa atividade gera receita positiva desde 2021. O resultado vem após anos de investimentos em pesquisa e desenvolvimento, que ganharam importância diante das restrições comerciais dos Estados Unidos.

Em vigor desde 2019, essas medidas limitaram a capacidade da Huawei de adquirir chips avançados e softwares essenciais. Nesse cenário, a exploração comercial de sua **propriedade intelectual** passou a representar uma fonte de receita para a companhia.

O acordo também se encaixa nos esforços da Huawei para fortalecer sua atuação no setor de chips. A empresa busca ampliar seu portfólio para diminuir a distância em relação à TSMC, de Taiwan.

Entre os principais pontos da negociação estão: intercâmbio tecnológico entre Huawei e Qualcomm; aquisição de ativos da empresa chinesa pela Qualcomm; reconhecimento mútuo de contribuições para o desenvolvimento do 5G; adoção de critérios considerados justos e não discriminatórios no licen-

Continuação: Huawei e Qualcomm fecham acordo de patentes envolvendo 5G e IA

ciamento.

A conclusão da negociação, porém, continua condicionada às aprovações regulatórias necessárias.

PF Aperta o Cerco Contra Streaming Ilegal de Futebol: O Fim do Sinal Pirata e os Riscos Ocultos



Qu nunca sentou no sofá para ver o clássico do fim de sana e deparou com a tela congelada b na hora do gol? Se você acompanha futebol pela internet, com certeza já percebeu que a estabilidade daquelas famosas listas paralelas v caindo vertiginosamente. Não é mero probla de roteador n oscilação passageira: a Polícia Federal, ação conjunta com o Ministério da Justiça, Anatel e ligas esportivas internacionais, apertou de vez o cerco contra plataformas e servidores de transmissão clandestina.

Essa investida não mira apenas o fechamento de páginas na web. O foco atual atinge diretamente a espinha dorsal dessas redes, cortando fluxos de dados tpo real e desmantelando esquas que lucram milhões à custa de violação de direitos e fragilidades técnicas.

Como Funciona o Cerco Técnico às Transmissões Clandestinas

A estratégia das autoridades brasileiras evoluiu muito nos últimos anos. No início, as ações dependiam de lentos processos judiciais que ordenavam a retirada pontual de um domínio específico. Bastava o administrador mudar a terminação da URL para o serviço voltar a funcionar minutos depois.

Hoje o cenário mudou radicalmente com o avanço da Operação 404 e o Laboratório de Operações Cibernéticas. A atuação técnica ocorre múltiplos níveis da cadeia de infraestrutura:

Bloqueio dinâmico de IPs e DNS: Provedores de internet fibra óptica banda larga receb ordens automáticas para neutralizar endereços IP de servidores de retransmissão no exato momento que a partida

começa.

Provedores de receb ordens automáticas para neutralizar endereços IP de servidores de retransmissão no exato momento que a partida começa. Derrubada de redes CDN: Servidores intermediários que distribu o sinal de vídeo alta velocidade de apps como futais, futax e tampa da bola para milhares de usuários simultâneos são identificados e desativados rotamente.

Servidores intermediários que distribu o sinal de vídeo alta velocidade de apps como futais, futax e tampa da bola para milhares de usuários simultâneos são identificados e desativados rotamente. Apreensão e bloqueio de aparelhos TV Box: A Anatel mantém um monitoramento contínuo de caixas não homologadas, inutilizando hardwares que contêm códigos maliciosos pré-instalados de fábrica.

A Anatel mantém um monitoramento contínuo de caixas não homologadas, inutilizando hardwares que contêm códigos maliciosos pré-instalados de fábrica. Cooperação transfronteiriça: Acordos com gigantes do setor, como a Prier League inglesa e órgãos policiais da América Latina e Europa, sufocam servidores espalhados fora do território nacional.

O Perigo Real: Cibersegurança e Vulnerabilidade Doméstica

Muitos torcedores ve essas ferramentas apenas como um atalho econômico, mas há um custo invisível e elevado. Dispositivos e programas modificados instalados aparelhos conectados na mesma rede Wi-Fi da residência transformam smart TVs e computadores portas abertas para agentes mal-intencionados.

Especialistas cibersegurança presarial e proteção ao consumidor alertam que boa parte dos instaladores de aplicativos não verificados carrega cavalos de troia, mineradores silenciosos de criptomoedas e malwares projetados para capturar credenciais ban-

cárias e dados confidenciais. S um antivírus prium atualizado ou uma infraestrutura com software de segurança digital robusto, a rede residencial inteira fica comprometida.

Comparativo de Impacto: Plataformas Autorizadas vs. Serviços Piratas

ConvergenciaDigital

A Tendência do Mercado e os Caminhos Legais

Diante do cerco cada vez mais fechado, o ecossista caminha para pacotes mais integrados de transmissão. As operadoras de telecomunicações já oferec planos combinados de assinatura de tv por internet atrelados a pacotes de dados de alto despenho.

Ao mesmo tpo, usuários que buscam navegar com total sigilo têm priorizado o uso de vpn para proteção de dadospessoais suas conexões habituais, garantindo privacidade de ponta a ponta redes públicas e domésticas. Para o torcedor, migrar para soluções oficiais se tornou o único caminho capaz de aliar imag s delay, transmissão contínua nos 90 minutos de partida e tranquilidade contra fraudes financeiras.

Perguntas Frequentes sobre Bloqueio de Streaming Ilegal de Futebol

Por que a Polícia Federal e a Anatel estão bloqueando streamings de futebol?

TecMundo

A ação integrada combate a pirataria digital, protege a **propriedade intelectual** dos campeonatos e clubes, impede a lavag de dinheiro de redes criminosas e protege o consumidor contra malwares que roubam senhas e dados financeiros por meio de aparelhos não homologados.

Assistir a jogos por streaming não autorizado dá cadeia ou processo no Brasil?

A legislação brasileira (Artigo 184 do Código Penal) pune com reclusão e multa principalmente qu redistribui, comercializa ou lucra com o sinal pirata. Contudo, investigações sobre organizações criminosas já identificam IPs e registros bancários de compradores para comprovar o fluxo financeiro ilegal, além de o usuário correr riscos severos de ter senhas e documentos capturados por vírus na rede.

O que acontece com os aparelhos do tipo TV Box durante as operações?

Os aparelhos não homologados têm seus endereços de acesso e servidores centrais derrubados tpo real pela Anatel. Quando a agência identifica o IP de comando do serviço, envia ordens aos provedores para congelar o fluxo, deixando a caixinha s capacidade de reproduzir os canais ao vivo.

Como saber se um serviço de streaming esportivo é totalmente legalizado?

Serviços legalizados possu CNPJ regular no Brasil, it nota fiscal dos planos contratados, mantêm aplicativos verificados lojas oficiais (como Google Play Store e Apple App Store) e possu parcerias públicas declaradas com as ligas de futebol organizadoras dos campeonatos.

Por que as transmissões piratas ca spre na hora do gol ou nos jogos decisivos?

Isso acontece por dois motivos: sobrecarga nos servidores clandestinos devido ao pico simultâneo de acessos e monitoramento ativo das forças de segurança, que intensificam os bloqueios de rota e IP justamente nos minutos de maior audiência da partida para inutilizar a transmissão.

STJ: violação de patente presume dano moral



Violação de patente dispensa prova de que o ato ultrapassou esfera patrimonial

STJ: violação de patente presume dano moral

O caso teve origem em ação para proibir o uso da patente, cumulada com pedido de perdas e danos, ajuizada pela fabricante da máquina agrícola

Fonte: STJ - Publicada em 06 de outubro de 2026 às 19:43

A Quarta Turma do Superior Tribunal de Justiça (STJ) decidiu que a comprovação de violação de patente (contrafação) permite o reconhecimento de dano moral presumido (in re ipsa), sem necessidade de demonstração de prejuízo concreto à imagem, à reputação ou ao prestígio empresarial. Para o colegiado, a proteção conferida à patente, como espécie de **propriedade industrial**, segue a mesma lógica já adotada pela jurisprudência do tribunal para o uso indevido de marca.

Com esse entendimento, a turma restabeleceu a condenação por danos morais imposta a empresas que fabricaram e venderam, sem autorização do titular, cópia de uma carreta graneleira protegida por patente de modelo de utilidade - concedida pelo **Instituto Nacional da Propriedade Industrial** (**INPI**) para proteger melhorias no uso ou na fabricação de objetos já existentes.

"A distinção entre marca e patente não afasta a presunção do dano moral, pois ambas são espécies de **propriedade industrial**, protegidas pela mesma legislação (artigo 2º da Lei de **Propriedade Industrial**). A contrafação, por si só, compromete reputação, credibilidade e prestígio no mercado, justificando a compensação por dano moral", destacou o

relator do caso, desembargador convocado Luís Carlos Gambogi.

O caso teve origem em ação para proibir o uso da patente, cumulada com pedido de perdas e danos, ajuizada pela fabricante da máquina agrícola. Com base em laudo pericial, as instâncias ordinárias reconheceram a violação da patente de modelo de utilidade e proibiram a fabricação e a comercialização do produto durante o período de vigência do registro. O Tribunal de Justiça de Goiás (TJGO), porém, afastou a condenação por dano moral por entender que a reparação exigiria comprovação de abalo à honra da autora, o que não teria sido demonstrado.

No âmbito do STJ, a sentença foi restabelecida em decisão monocrática, o que levou a empresa responsável pela fabricação da cópia a apresentar agravo interno. No recurso, defendeu que o caso envolvia infração de patente, e não de marca, e que, por isso, não seria possível presumir o dano moral. A empresa alegou, ainda, não haver provas de prejuízo à imagem, à reputação ou ao renome da autora.

Distinção entre marca e patente não afasta a presunção de dano moral

Em seu voto, Luís Carlos Gambogi lembrou que o STJ reconhece o dano moral presumido nos casos de uso indevido de marca quando comprovada a falsificação, sem necessidade de demonstrar prejuízo efetivo. Segundo o desembargador convocado, diversamente da marca - cuja função está diretamente ligada à credibilidade e à imagem empresarial -, a patente tem como finalidade principal assegurar ao titular a exclusividade de uso e exploração econômica de uma invenção.

Apesar dessa diferença, explicou, ambas são espécies de **propriedade industrial** protegidas pela Lei 9.279/1996, que disciplina a matéria no país. Por isso, o relator considerou que a mesma lógica deve ser aplicada às duas situações.

Para Gambogi, não seria razoável adotar interpretação que reconheça o dano moral in re ipsa para a marca, mas não para a patente, já que ambas são regidas pela mesma lei. "É assente o princípio segundo o qual onde existe a mesma razão, aplica--

se o mesmo direito", observou.

Violação de patente dispensa prova de que o ato ultrapassou esfera patrimonial

No caso, Gambogi apontou que as provas demonstraram a contrafação praticada pelas empresas. Conforme analisado, uma delas fabricou a cópia da carreta graneleira, enquanto a outra, responsável pela distribuição, expôs, manteve em estoque e vendeu o produto, mesmo sabendo de sua origem ilícita.

"Portanto, a comprovação da violação de patente também é suficiente para presumir o dano moral, revelando despicienda a demonstração concreta de que a conduta ilícita extrapolou a esfera patrimonial e atingiu a imagem, a reputação e o prestígio empresarial, posto que o uso indevido em si, já configura o ato indenizável", concluiu o desembargador convocado ao negar provimento ao agravo interno.

Leia o acórdão no AREsp 1.567.533.

Esta notícia refere-se ao(s) processo(s):AREsp 1567533

Em meio a briga pelo legado da Tequila Baby, produtora ligada a Duda Calvin tenta registrar marca no próprio nome



Glauce Mireia e o guitarrista James Andrew disputam direitos no **Instituto Nacional de Propriedade Industrial** (**INPI**) e na Justiça

A disputa entre o guitarrista James Andrew e o vocalista Duda Calvin pelo controle de ativos ligados à Tequila Baby tem um capítulo à parte: James trava uma briga com Glauce Mireia , produtora da carreira solo de Duda, pelos direitos sobre a marca da banda .

O grupo gaúcho de punk rock está em hiato desde 2021 , em meio a desentendimentos entre o guitarrista e o vocalista que resultaram em dois processos judiciais, ambos ainda sem julgamento de mérito.

A marca "Tequila Baby" está registrada desde 2001 no **Instituto Nacional de Propriedade Industrial** (**INPI**) em nome da Tequila Baby Produções Ltda. , empresa que tem como únicos sócios James e Duda.

Glauce protocolou pedido de caducidade da marca perante o **INPI** em 25 de junho de 2025, procedimento administrativo que visa à extinção do registro em razão da falta de uso da marca, entre outros motivos previstos em lei. No mesmo dia, Glauce também protocolou perante a instituição dois pedidos de registro da marca em seu nome.

Glauce e Duda não se manifestam

Decorridos cinco anos da concessão do registro, a caducidade pode ser requerida perante o **INPI** por qualquer pessoa física ou jurídica que demonstre legítimo interesse , especialmente quando o registro da marca constitui obstáculo à proteção de sinal distintivo próprio ou à atuação em segmento mercadológico idêntico ou afim.

James afirma que interpôs recurso administrativo no **INPI**, em nome da Tequila Baby Produções Ltda., contra o pedido de caducidade.

- Diferentemente dos shows da banda, (a marca) nunca esteve em desuso - pontua o músico.

Procurados pela reportagem, Glauce e Duda afirmaram que não se manifestarão sobre o caso . O espaço segue aberto. Em nota, Glauce frisou:

"Considerando que os assuntos abordados estão relacionados a controvérsias jurídicas atualmente submetidas à apreciação do Poder Judiciário e que envolvem questões documentais, negociais e de **propriedade intelectual**, optei por não prestar declarações ou responder individualmente às perguntas encaminhadas neste momento".

O **INPI** esclarece, em nota, que "o eventual depósito de novos pedidos de registro não interfere nem impede a tramitação de um processo administrativo de caducidade, pois são procedimentos independentes".

O que motivou o processo judicial?

A questão foi parar na Justiça: James ingressou com ação contra Glauce em dezembro de 2025, alegando que os pedidos de registro da empresária no **INPI** configurariam, segundo ele, "concorrência desleal" , já que a marca pertence à empresa da banda.

A Justiça gaúcha extinguiu o processo em maio de 2026, sem julgar o mérito. O juiz André Luis de Moraes Pinto, da 2ª Vara Cível do Foro Central de Porto Alegre, entendeu que James não teria legitimidade para propor a demanda como pessoa física, uma vez que o registro da marca está em nome da empresa Tequila Baby Produções Ltda., da qual ele é sócio. Caberia, portanto, à pessoa jurídica ajuizar a ação.

A defesa de James recorreu da decisão, mas a 6ª Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul (TJRS) confirmou o entendimento adotado

Continuação: Em meio a briga pelo legado da Tequila Baby, produtora ligada a Duda Calvin tenta registrar marca no próprio nome

em primeiro grau e manteve a extinção da ação, em decisão assinada pelo desembargador relator Gelson Rolim Stocker no dia 28 de agosto.

James recorreu novamente, mas ainda não houve decisão.

Por que Glauce protocolou dois pedidos de registro?

Cada registro de marca no **INPI** está vinculado a uma classe de produtos e serviços conforme a Classificação Internacional de Nice, elaborada pela Organização Mundial da **Propriedade Intelectual** (OMPI).

Glauce protocolou, em junho de 2025, dois pedidos de registro da marca Tequila Baby: um na classe 35 e outro na 41 .

Conforme informações consultadas no sistema do **INPI**, a classe 35 inclui serviços de propaganda, gestão de negócios, administração de negócios e funções de escritório. Já a classe 41 inclui serviços de educação, provimento de treinamento, entretenimento, atividades desportivas e culturais.

Ambos os pedidos aguardam exame de mérito do **INPI**.

O advogado Cristiano Colombo, coordenador do mestrado profissional em Direito da Empresa e dos Negócios da Unisinos, explica que as classes buscam delimitar a proteção do registro para determinados produtos ou serviços.

- O registro de uma marca não dá exclusividade para todas as atividades econômicas, mas para aquelas que são indicadas no pedido. Assim, é possível registrar a mesma marca em dois grupos de serviços para ter a proteção em diferentes segmentos.

Novo pedido de registro

O registro da marca Tequila Baby em vigor desde 2001, cujo titular é a Tequila Baby Produções Ltda., está enquadrado na classe 41 .

Um segundo pedido, na classe 35 , foi protocolado por James em nome da empresa em 7 de abril último e atualmente aguarda manifestação sobre oposição - quando o requerente tem a oportunidade de responder a uma oposição ao pedido de registro.

James afirma:

- Todos os pedidos iniciados por mim junto ao **INPI** foram em nome da empresa, da qual o Eduardo Soares da Rosa (Duda Calvin) faz parte. Eduardo está se opondo a esses pedidos junto ao **INPI**. O que entendo ser justo e correto é que os fundadores da banda possuam o direito de utilizar a marca de forma conjunta.

E ntenda a disputa entre James e Duda

Com sucessos como Velhas Fotos , Melhor do que Você Pensa , Negue e 51 , além de outros êxitos acumulados em seis discos de estúdio, o grupo porto-alegrense é lembrado como um dos principais nomes do punk rock no Rio Grande do Sul.

A banda surgiu em 1991, tendo Duda como membro desde o primeiro momento. O grupo se consolidou a partir de 1995 com a formação que contava também com James, Rodrigo Deltoro (baixo) e Didi Gloor (bateria).

Após a Tequila Baby entrar em hiato em 2021, as divergências entre James e Duda vieram a público.

Em abril deste ano, James ajuizou dois processos contra Duda. Um deles visa a proibir o cantor de usar o mascote da banda na divulgação de seu trabalho solo e impedi-lo de registrar esse mascote em nome próprio - há um pedido em nome de Duda no **INPI** atualmente suspenso.

A outra ação movida por James pede a dissolução parcial da sociedade , com a retirada de Duda da empresa Tequila Baby Produções Ltda., que tem ambos como únicos sócios.

James sustenta que esses símbolos pertencem à história do grupo e à empresa, não podendo ser apropriados individualmente por um dos sócios, segundo seu entendimento.

Por sua vez, Duda argumenta que o vínculo com o grupo é intrínseco a sua trajetória e que o público faz essa associação "de forma automática".

Índice remissivo de assuntos

ABPI 1,2,3,4,5
Marco regulatório | INPI 1,2,3,4,5,6,7,12,13,14,15
Patentes 8,9
Propriedade Industrial 1,2,3,4,5,6,7,12,13,14,15
Propriedade Intelectual 1,2,3,4,5,8,9,10,11,14,15