Brasília, 27 de outubro de 2026

Seleção

Sumário

Migalhas

Segunda-feira, 26 de outubro de 2026 | Marco regulatório | INPI
Produtos piratas na internet: Como proteger sua marca do uso indevido 3

MSN Notícias

Segunda-feira, 26 de outubro de 2026 | Patentes
O Brasil já provou que sabe produzir ciência. Agora precisa capturar o valor que ela… 6

Estadão.com.br - Últimas Notícias

Segunda-feira, 26 de outubro de 2026 | Direitos Autorais
Meta adia atualização criticada por jornais e sites de notícias 8

O Globo

Terça-feira, 27 de outubro de 2026 | Direitos Autorais
Guerra entre Anthropic e direitos autorais de Elvis 9

Correio Braziliense - Online

Segunda-feira, 26 de outubro de 2026 | Propriedade Intelectual
CropLife Brasil propõe ao governo Lula agenda de inovação para o agro 11

UOL Notícias

Segunda-feira, 26 de outubro de 2026 | Patentes
Santos Dumont distribuiu prêmio e abriu mão de patentes 13

Monitor Mercantil Digital online

Segunda-feira, 26 de outubro de 2026 | Propriedade Intelectual
Pirataria em remessas fracionadas desafia fiscalização e proteção das marcas 14

Produtos piratas na internet: Como proteger sua marca do uso indevido



Produtos piratas na internet: Como proteger sua marca do uso indevido Vanessa Albuquerque O crescimento dos marketplaces ampliou o alcance das pequenas empresas, mas também facilitou falsificações e o uso indevido de marcas. Registro, monitoramento e ação rápida ajudam a evitar prejuízos. segunda-feira, 26 de outubro de 2026

Atualizado às 14:45

Quem comanda uma pequena empresa no Brasil sabe o peso que cada conquista tem. É preciso desdobrar recursos para criar um bom produto, construir uma identidade visual marcante e conquistar a confiança dos clientes. Porém, conforme as vendas no e-commerce começam a decolar, surge um fantasma bem conhecido: encontrar produtos falsificados ou anúncios usando a sua marca sem autorização em marketplaces e redes sociais.

Se por um lado a facilidade de abrir uma loja virtual democratizou o comércio, por outro acabou simplificando a vida de quem quer copiar o trabalho alheio. Com poucos cliques, réplicas de embalagens, fotos e logotipos que levaram anos para ganhar corpo no mercado acabam caindo na rede de forma irregular.

Muitas vezes, a dor de cabeça começa com um anúncio imperceptível. Um terceiro se apropria do seu nome ou logo, vende um item pirata ou imita a apresentação original para atrair o seu público. Para uma marca menor, a perda não é só a da venda em

si, o risco maior é a confusão na cabeça do cliente, que pode associar o seu negócio a algo de má qualidade e comprometer anos de reputação.

Diante disso, blindar a sua **propriedade intelectual** precisa virar prioridade estratégica, especialmente no meio digital. A seguir, destacamos alguns cuidados indispensáveis.

Siga o canal do Migalhas no

1. O registro da marca não é burocracia, é proteção

Um deslize muito comum entre pequenos empreendedores é investir pesado na divulgação do negócio sem antes oficializar o registro no **INPI** - **Instituto Nacional da Propriedade Industrial**.

No Brasil, é o registro no **INPI** que dá o direito exclusivo de explorar a marca na sua área de atuação. É essa garantia jurídica que permite exigir que cópias e usos indevidos saiam do ar.

Vale lembrar: ter um arroba potente no Instagram, um site registrado ou o nome na Junta Comercial não garante proteção legal contra cópias. Embora ajude a comprovar anterioridade, nada disso substitui o registro formal da marca.

Ao entrar em marketplaces, esse amparo se torna vital. Com a marca devidamente registrada, fica muito mais fácil e rápido acionar os canais da plataforma para derrubar ofertas irregulares.

Portanto, cuide disso antes de a sua marca estourar. Afinal, quanto maior for o seu sucesso, maior será o interesse de terceiros em pegar carona na sua fama.

2. Vá além da falsificação: Plágio e uso indevido também exigem olhar atento

Muita gente pensa em **propriedade intelectual** apenas como o combate à réplica física, mas as infrações no comércio eletrônico costumam ser bem mais sutis.

Outro vendedor pode surrupiar suas fotos de catálogo, copiar textos descritivos, clonar a identidade de um produto ou até criar um anúncio mascarado para

Continuação: Produtos piratas na internet: Como proteger sua marca do uso indevido

fingir que é um revendedor autorizado do seu negócio.

Cada um desses casos pode configurar algo diferente: violação de marca, direito autoral, desenho industrial ou concorrência desleal.

Entender essa diferença é essencial porque o caminho para resolver o problema muda. Ter uma foto autoral copiada exige uma denúncia de direitos autorais, enquanto o uso do seu logo pede fundamentação baseada no direito de marca.

Por isso, ao encontrar um anúncio suspeito, vá além da indignação: identifique exatamente o que foi violado e junte provas da sua autoria antes de tomar qualquer medida.

3. Monitorar é melhor que remediar

Esperar que um cliente avise sobre uma cópia ou contar com a sorte não é uma boa opção no ambiente digital. Tempo é dinheiro, e adiar a descoberta só aumenta o prejuízo.



Vanessa Albuquerque title=

Anúncios falsos surgem da noite para o dia em múltiplos canais, impulsionados por redes sociais e perfis paralelos de vendas.

Incorporar uma rotina de checagem digital precisa fazer parte da operação, sobretudo se o seu produto já possui boa aceitação e busca no mercado.

Faça buscas periódicas pelo nome do seu negócio, variações, nomes dos produtos e até pesquisa por imagem. Acompanhe também os comentários e avaliações de clientes: muitas vezes, alertas sobre produtos estranhos surgem por ali.

Quanto mais cedo a irregularidade for detectada, mais fácil será cortar o problema pela raiz antes que tome proporções incontroláveis.

4. Derrubar o anúncio pode ser só o primeiro passo

A primeira reação ao achar uma cópia costuma ser notificar a plataforma. A boa notícia é que os grandes marketplaces possuem canais diretos para tratar violações de direitos autorais e marcas.

Basta apresentar a documentação que comprove o registro e apontar de maneira clara o que está errado no anúncio.

Porém, vale um alerta: remover a página do ar nem sempre encerra o caso.

Infractores reincidentes costumam abrir novas contas ou migrar para outros canais rapidamente. Se a situação se repetir com frequência, é hora de estruturar uma abordagem mais firme.

Medidas extrajudiciais ou até ações na Justiça podem ser necessárias para responsabilizar os culpados, estancar as perdas e buscar indenizações pelos prejuízos causados ao seu negócio.

5. Sua **propriedade intelectual** é um patrimônio valioso

Em um pequeno negócio, boa parte do valor real está no intangível: na confiança da marca e no carinho com que cada detalhe foi planejado.

O nome da empresa, as fotos, as embalagens e o design dos produtos representam a sua história. Permitir que terceiros explorem isso sem autorização é ver o seu esforço ser usado para enriquecer outra pessoa.

Por isso, aja de forma preventiva. Garanta os registros cabíveis, organize comprovantes de criação e acompanhe de perto o movimento no seu nicho de mercado.

Ter arquivos originais, contratos e registros acessíveis facilita muito o trabalho na hora de comprovar uma infração e agir com agilidade.

Proteger para poder crescer seguro.

A internet abriu horizontes para pequenas marcas brasileiras alcançarem clientes no país inteiro. Mas essa mesma velocidade exige atenção redobrada com a segurança do seu patrimônio.

A **propriedade intelectual** não pode ser vista como um gasto chato ou uma conversa para depois que o problema estourar. Ela é a base de sustentação do

Continuação: Produtos piratas na internet: Como proteger sua marca do uso indevido

seu crescimento.

Registrar ativos, monitorar o mercado e ter processos claros para agir em caso de infração são atitudes que protegem o seu bolso e a sua reputação.

No fim das contas, agir rápido faz toda a diferença para transformar um incidente isolado em apenas uma pedra no caminho, mantendo a integridade da sua marca e a confiança dos seus clientes.

Vanessa Albuquerque Conciliadora do TJ-SP, especialista em **Propriedade Intelectual**, diretora e CEO da Cone Sul Marcas e Patentes, sócia da Montañés Albuquerque Advogados e conselheira fiscal da AnaMid.

O Brasil já provou que sabe produzir ciência. Agora precisa capturar o valor que ela cria



O Brasil ocupa a 53ª posição entre 139 economias no Global Innovation Index 2026 (GII). Mas o mesmo relatório, publicado pela **Organização Mundial da Propriedade Intelectual** (**WIPO**), revela também que somos o 66º país em insumos de inovação e o 50º em resultados. O Brasil produz mais resultados de inovação do que seria esperado para o nível de recursos que coloca no sistema.

Aprendemos, em alguma medida, a fazer mais com menos. A próxima pergunta é economicamente mais importante: quanto desse valor conseguimos transformar em empresas, **propriedade intelectual**, medicamentos, tecnologias, empregos qualificados e riqueza produzida no Brasil?

Há razões para otimismo. O país é o segundo colocado em inovação na América Latina e Caribe. O investimento em P&D; equivale a cerca de 1,2% do PIB. Em 2024, as **patentes** por origem cresceram 15,7% e as exportações de alta tecnologia chegaram a US$ 8,9 bilhões.

Temos também uma base humana difícil de construir. Mais de 1.500 pesquisadores que atuam no Brasil aparecem em 2026 no levantamento Stanford/Elsevier entre cientistas de maior impacto. São Paulo já está entre os 50 maiores grupos de inovação do GII, com tecnologia médica como principal campo de **patentes**.

A questão, portanto, não é se temos ciência. É quanto valor conseguimos construir ao redor dela.

O relatório GII também mostra as lacunas. Somos o 42º em sofisticação empresarial, mas o 76º em sofisticação de mercado; o 71º em financiamento para startups e scale-ups e o 90º em colaboração de P&D; entre universidades e empresas.

Esses números poderiam sustentar uma leitura pessimista. Prefiro enxergar a oportunidade.

Universidade, capital, regulação e empresas começam a se aproximar. Agências públicas ampliam instrumentos de desenvolvimento tecnológico. Investidores aprendem a avaliar negócios nos quais valor pode surgir muito antes da receita. Reguladores dialogam mais cedo com tecnologias inovadoras. Hospitais, Instituições de Ciência e Tecnologia (ICTs), incubadoras e fornecedores passam a enxergar startups científicas como parte de uma cadeia que pode crescer junto.

As peças ainda não estão conectadas na escala necessária, mas já estão sobre a mesa. Não estamos tentando criar uma indústria de inovação sem ciência. Estamos construindo uma indústria ao redor de uma capacidade científica que já existe.

Para gestores públicos, ciência e desenvolvimento econômico não deveriam ser agendas concorrentes. Para hospitais, reguladores e universidades, há espaço para participar mais cedo da construção de tecnologias. E, para investidores, existe uma oportunidade particular de entrar enquanto esse ecossistema ainda forma suas referências e lideranças.

Chegar cedo significa assumir mais risco. Também permite participar de uma parcela maior da construção de valor. A maior oportunidade econômica da ciência brasileira não esteja apenas em descobrir mais, mas em perder menos do valor daquilo que já descobrimos.

Talvez estejamos entrando em uma nova fase. A ciência existe, empresas surgem, o capital está aprendendo e os demais atores começam a encontrar seus lugares. As pontes começaram a ser construídas. Agora precisamos aumentar o tráfego sobre elas.

Continuação: O Brasil já provou que sabe produzir ciência. Agora precisa capturar o valor que ela cria

O Brasil já demonstrou que consegue produzir conhecimento. A próxima fronteira é fazer com que uma parcela maior do valor criado por ele também seja construída - e permaneça - aqui.

*Dr. Luiz Caires PhD é cofundador e CEO da Vyro Bio

O post O Brasil já provou que sabe produzir ciência. Agora precisa capturar o valor que ela cria apareceu primeiro em BPMoney.

Meta adia atualização criticada por jornais e sites de notícias



A Meta adiou, na última sexta-feira (23), a entrada em vigor de novos termos de uso para contas empresariais que permitiriam à empresa rastrear e coletar conteúdos publicados por esses perfis para utilização sem consentimento. As regras atualizadas devem passar a valer no próximo dia 20 de novembro .

O recuo aconteceu depois de inúmeras críticas de produtores de conteúdo jornalístico, principalmente, que utilizam os serviços da Meta para divulgação. Essas empresas alegam que, na prática, as alterações possibilitam o uso de materiais protegidos por **direitos autorais** sem qualquer pagamento e da forma que a big tech achar conveniente , incluindo treinar sistemas inteligentes .

Inicialmente previstos para entrar em vigor no dia 30 de outubro, os novos termos comerciais da gigante da tecnologia geraram indignação na News/Media Alliance, associação comercial que representa mais de 2.000 jornais, revistas e editoras de mídia digital dos Estados Unidos. Segundo a entidade, as mudanças são extremamente prejudiciais .

Dessa forma, não se sabe se mais mudanças serão adicionadas . Nos termos atualizados, a companhia afirma que as contas que não concordarem podem "interromper todo tipo de acesso ou uso de nossos produtos para fins comerciais ou empresariais".

Outras entidades também se manifestaram contra a atualização, como a Associação Mundial de Editores de Notícias (WAN-IFRA), o European Publishers Council e a coalizão Movement for an Open Web.

Reforçando os investimentos em IA, a Meta adquiriu a Sundial, empresa de análise de dados. sobre o negócio nesta matéria .

Com informações de Fast Company e Meta.

Guerra entre Anthropic e direitos autorais de Elvis


GUERRA ENTRE ANTHROPIC E DIREITOS AUTORAIS DE ELVIS

DONOS DO CATÁLOGO PEDEM INDENIZAÇÃO SUPERIOR A US$ 41 MILHÕES, O EQUIVALENTE A US$ 150 MIL POR MÚSICA

ARTE BRASILEIRA GANHOU MAIS DIVERSIDADE NOS ÚLTIMOS ANOS, AVALIA SÉRGIO MARTINS

DERRICK BRYSON TAYLOR Do New York Times

Os detentores dos direitos das músicas de Elvis Presley estão processando a Anthropic, alegando que a empresa treinou seus modelos de inteligência artificial com mais de 200 canções de Elvis sem permissão. A ação judicial, protocolada na Califórnia em nome de várias partes, solicita um julgamento por júri e uma indenização superior a US$ 41 milhões - o equivalente a US$ 150 mil por música.

Os detentores dos direitos incluem a empresa de licenciamento Authentic Brands Group, a Raleigh Music Publishing, diversos fundos patrimoniais e pelo menos uma pessoa física. Eles também acusaram a Anthropic, criadora do popular chatbot Claude, de contornar medidas de proteção das obras musicais, bem como de remover ou alterar informações de gestão de **direitos autorais** presentes nas canções.

VIOLAÇÃO JAMAIS VISTA "Os autores da ação, ligados a Elvis Presley, buscam fazer valer esses direitos exclusivos contra a ré, que construiu todo o seu modelo de negócios com base na violação de **direitos autorais** em uma escala jamais vista", afirma o processo.

O processo alega que a Anthropic infringiu **direitos autorais** de 274 músicas de Elvis, incluindo sucessos como "All shook up", "Can't help falling in love" e "Return to sender".

Um representante da Anthropic afirmou, num breve comunicado no domingo, que a empresa discorda das alegações e pretende se defender no processo. Um advogado que representa os detentores dos direitos das músicas de Elvis não respondeu prontamente a um pedido de comentário.

Na semana passada, a empresa musical Reservoir processou a Anthropic, acusando-a de roubar letras e melodias protegidas por **direitos autorais** de canções como "Big yellow taxi", de Joni Mitchell, e "Papa don't preach", de Madonna, além de músicas das bandas Kings of Leon e Evanescence. A Anthropic declarou à revista Billboard que discorda das acusações.

Em janeiro, a Anthropic também foi alvo de um processo de US$ 3 bilhões movido pelo Universal Music Group (UMG). O UMG alega que a empresa de IA desenvolveu o Claude usando "bibliotecas piratas" de músicas. Este mês, a Anthropic solicitou ao juiz responsável pelo caso que reconhecesse suas ações como protegidas pelas leis de "uso justo".

A Suno, empresa de IA voltada para a música cuja ferramenta tem gerado divergências no setor, também enfrenta processos por violação de **direitos autorais** movidos por gravadoras. A empresa se reposicionou como parceira dessas gravadoras e artistas, lançando um modelo de IA treinado com músicas licenciadas pelo Warner Music Group. A Warner chegou a um acordo no processo contra a Suno, embora o UMG e a Sony, até o momento, não tenham feito o mesmo.

No cenário mais amplo da IA e da indústria musical, persistem discussões sobre se os artistas devem adotar essa tecnologia, sobre a ética envolvida em seu uso e a necessidade de mecanismos de proteção para os músicos.

Outros setores também lidam com os desafios da IA. O New York Times processou a empresa de inteligência artificial OpenAI e a Microsoft, alegando violação de **direitos autorais** de seu conteúdo jor-

nalístico por parte dos sistemas de IA. Ambas as empresas negaram as acusações.

No processo referente ao catálogo de Elvis, os autores afirmam ser "extremamente zelosos" em

relação a essas obras, descrevendo-as como

"algumas das mais valiosas do mundo", contendo "letras e melodias entre as mais renomadas da história da música".

Donos do catálogo pedem indenização superior a US$ 41 milhões, o equivalente a US$ 150 mil por música

CropLife Brasil propõe ao governo Lula agenda de inovação para o agro



Entidade destaca a importância da segurança jurídica e da ciência no campo; setor busca abrir mercados e acelerar investimentos sustentáveis

A CropLife Brasil cumprimentou Luiz Inácio Lula da Silva pela reeleição à Presidência da República. A entidade reafirmou o compromisso com o diálogo institucional para construir propostas voltadas ao desenvolvimento sustentável, à inovação e ao fortalecimento da competitividade da agricultura brasileira. Siga o canal do no WhatsApp e receba as principais notícias do dia no seu celular.

O protagonismo do país na produção mundial de alimentos decorre de décadas de investimentos contínuos em ciência, pesquisa e desenvolvimento tecnológico. Manter essa trajetória exige a criação de condições que incentivem novos aportes de capital, ampliem o acesso dos produtores rurais às tecnologias e reforcem a presença nacional diante de exigências do mercado global.

A CropLife Brasil (CLB) é uma associação civil sem fins lucrativos que representa empresas especializadas em pesquisa e desenvolvimento de soluções para a produção agrícola sustentável, nos setores de germoplasma (mudas e sementes), biotecnologia, defensivos químicos e bioinsumos.Fundada em 2019, a CropLife Brasil surgiu com a missão de unificar entidades do setor de insumos agrícolas em uma única plataforma com objetivo de promover o uso das mais modernas tecnologias nas lavouras brasileiras, apoiar iniciativas de educação e treinamento no campo, e fortalecer o diálogo com consumidores, formadores de opinião e governos.

Prioridades regulatórias e segurança jurídica

A entidade apontou pilares estruturais indispensáveis para elevar a produtividade e expandir a inserção internacional do setor:Outra frente apontada como indispensável envolve o aperfeiçoamento constante dos marcos regulatórios. O processo deve seguir critérios científicos rigorosos, transparência e estabilidade normativa, acompanhado de mecanismos de proteção da **propriedade intelectual** e incentivos à pesquisa e ao desenvolvimento tecnológico.Mercado global e representação setorial

No cenário internacional, a organização defende a cooperação técnica e a convergência regulatória com parceiros comerciais estratégicos. Essas etapas atuam diretamente para ampliar o acesso a novos mercados e facilitar a adoção rápida de inovações no campo.A instituição reúne 53 empresas atuantes em segmentos complementares:sementes e mudas;biotecnologia;defensivos químicos;bioinsumos.A integração dessas ferramentas responde aos desafios da agricultura tropical. O conjunto tecnológico amplia a resiliência produtiva, impulsiona ganhos de produtividade e contribui com a segurança alimentar nacional e global, consolidando o país na posição de desenvolvedor e exportador de tecnologias agrícolas.A entidade colocou sua equipe técnica à disposição do novo governo, do Congresso Nacional e de outras instituições públicas para estruturar uma agenda propositiva voltada a estimular a inovação, ampliar oportunidades de negócios e fortalecer a liderança brasileira como potência agrícola e tecnológica internacional.Íntegra da nota divulgada pela CropLife Brasil

A CropLife Brasil cumprimenta Luiz Inácio Lula da Silva por sua reeleição à Presidência da República e reafirma seu compromisso com o diálogo institucional e a construção de uma agenda voltada ao desenvolvimento sustentável, à inovação e ao fortalecimento da competitividade da agricultura

brasileira.O protagonismo do Brasil na produção mundial de alimentos é resultado de décadas de investimentos em ciência, pesquisa e desenvolvimento tecnológico. A continuidade dessa trajetória depende de um ambiente que estimule novos investimentos, amplie o acesso dos produtores às tecnologias e fortaleça a presença brasileira em um mercado global cada vez mais exigente.Nesse contexto, a CropLife Brasil destaca a importância da segurança jurídica, de um ambiente de negócios favorável à atração de capital, da modernização da infraestrutura produtiva e do fortalecimento da capacidade de investimento dos produtores rurais. São condições estruturais para impulsionar a produtividade, estimular a inovação e ampliar a inserção internacional da agricultura brasileira.A entidade também considera fundamental o aperfeiçoamento dos marcos regulatórios, com base em critérios científicos, transparência e estabilidade normativa, além do fortalecimento de mecanismos de incentivo à pesquisa, ao desenvolvimento tecnológico e à proteção da **propriedade intelectual**. No cenário internacional, a cooperação técnica e a convergência regulatória com parceiros comerciais estratégicos são essenciais para ampliar o acesso a mercados e facilitar a adoção de inovações no campo.Representando 53 empresas dos segmentos de sementes e mudas, **biotecnologia**, defensivos químicos e bioinsumos, a CropLife Brasil ressalta a complementaridade dessas soluções para responder aos desafios específicos da agricultura tropical e para ampliar a resiliência dos sistemas produtivos, impulsionar ganhos de produtividade, contribuir para a segurança alimentar nacional e global e fortalecer a posição do Brasil como desenvolvedor e exportador de tecnologias agrícolas.A CropLife Brasil reafirma sua disposição de contribuir tecnicamente com o novo governo, o Congresso Nacional e as demais instituições públicas para a construção de uma agenda propositiva que estimule a inovação, amplie as oportunidades de negócios e fortaleça o protagonismo do Brasil como potência agrícola e tecnológica no cenário internacional.

Uma ferramenta de IA foi usada para auxiliar na produção desta reportagem, sob supervisão editorial humana.

Santos Dumont distribuiu prêmio e abriu mão de patentes

Santos Dumont abriu mão de patentear suas invenções e distribuiu o prêmio que recebeu por um feito com dirigível em Paris, em 1901, em relato de Raquel Arriola.Em 1901, um magnata do petróleo ofereceu 100 mil francos a quem conseguisse sair dos arredor

Aviação

Santos Dumont abriu mão de patentear suas invenções e distribuiu o prêmio que recebeu por um feito com dirigível em Paris, em 1901, em relato de Raquel Arriola.

Em 1901, um magnata do petróleo ofereceu 100 mil francos a quem conseguisse sair dos arredores de Paris, contornar a Torre Eiffel e voltar ao ponto de partida em até 30 minutos. O valor equivalia a cerca de 29 kg de ouro.

Em agosto daquele ano, Dumont tentou cumprir o desafio com o dirigível N.º 5. Ele contornou a Torre Eiffel, mas o equipamento começou a perder gás no retorno e bateu no telhado do Hotel Trocadéro.

Dois meses depois, Dumont fez nova tentativa com o dirigível N.º 6, construído em 22 dias. Ele saiu às 14h42 e, em nove minutos, já tinha contornado a Torre Eiffel.

No caminho de volta, o motor falhou e o N.º 6 ficou à deriva. Dumont caminhou sobre uma quilha de madeira a cerca de 200 metros de altura, sem cabo de segurança, e conseguiu religar o motor.

Ele cruzou a linha de chegada com o tempo de 29 minutos e 30 segundos e recebeu o prêmio de 100 mil francos. Parte do dinheiro foi destinada aos mecânicos que ajudaram a construir os dirigíveis e outra parte foi doada aos mais pobres de Paris.

Dumont não patenteou os dirigíveis que criou nem o 14-Bis, construído cinco anos depois. Ele também publicou em revistas os desenhos de projetos, como o da aeronave Demoiselle, para que outras pessoas soubessem como fazer.

Disputa por **patentes** e uso militar

Nos Estados Unidos, os irmãos Wright brigaram para garantir **patentes** de tecnologias que desenvolveram. Durante a Primeira Guerra Mundial, o governo americano pressionou a indústria para compartilhar **patentes** e viabilizar a produção de aviões de guerra.

Dumont entrou em tristeza profunda ao ver aviões sendo usados para lançar bombas. Ele queria que o voo aproximasse as pessoas e havia deixado que outros copiassem de graça o que inventou.

Pirataria em remessas fracionadas desafia fiscalização e proteção das marcas



O recente levantamento conjunto divulgado pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) e pelo Escritório de **Propriedade Intelectual** da União Europeia (EUIPO) dimensionou o impacto global do comércio ilícito em expressivos US$ 467 bilhões anuais. Para além do volume financeiro impressionante, o dado mais crítico para os departamentos jurídicos e titulares de **propriedade intelectual** reside na profunda transformação dos vetores logísticos da contrafação: a transição acelerada das cargas massivas consolidadas em contêineres marítimos para o trânsito de remessas expressas e pacotes postais fracionados.

Conforme aponta o estudo, o envio pulverizado e a fragmentação das rotas logísticas por diferentes entrepostos geográficos dificultam a fiscalização aduaneira. Ao dividir grandes volumes de mercadorias em numerosas encomendas de pequeno porte, impulsionadas pelo comércio eletrônico transfronteiriço, as redes ilegais exploram as limitações operacionais das autoridades alfandegárias para inspecionar o elevado volume de remessas.

Paralelamente, no cenário sul-americano, há registros da participação de organizações criminosas no comércio de produtos falsificados. Atraídas pelas possibilidades de lucro e beneficiadas por diferenças nos mecanismos de fiscalização e repressão, essas redes podem atuar na distribuição de mercadorias como eletrônicos e vestuário, além de outros produtos sujeitos à falsificação, recorrendo a estruturas logísticas complexas.

A fragmentação altera, portanto, não apenas a logística do ilícito, mas também a própria lógica de identificação da contrafação. Um produto pode ingressar no país sem apresentar, isoladamente, todos os elementos que caracterizam a violação marcária, enquanto etiquetas, embalagens, lacres ou outros componentes distintivos chegam por canais distintos. A análise conjunta desses elementos e de sua finalidade econômica passa a ser essencial para uma atuação de enforcement efetiva.

Essa convergência de vetores logísticos e criminais exige que o titular de marca abandone posturas reativas e recalibre urgentemente suas práticas de brand protection, priorizando medidas com maior densidade estratégica:

Transição da retenção física reativa para a inteligência preditiva de risco: A expectativa passiva de que os canais de conferência aduaneira identifiquem ilícitos por parâmetros genéricos tornou-se anacrônica diante de volumes postais que chegam aos milhões. A proteção efetiva do portfólio exige a celebração de convênios estruturados e canais contínuos de interlocução com a Receita Federal e as polícias judiciárias. Isso se traduz no fornecimento tempestivo de matrizes de risco, apontamento de perfis de exportadores e importadores contumazes, monitoramento de remessas em trânsito com rotas atípicas e o rastreamento prévio de catálogos digitais que alimentam esses fluxos antes mesmo de a carga tocar o território nacional.

Responsabilização civil e exigibilidade de deveres de cuidado aos nós logísticos: A capilaridade da distribuição fracionada depende umbilicalmente de centros de triagem, entrepostos de fulfilment, agentes de carga e transportadoras expressas. Sob o prisma do direito brasileiro, em especial a exegese dos artigos 186 e 927 do Código Civil combinados com os artigos 189 e 190 da Lei de **Propriedade Industrial** (Lei 9.279/1996), impõe-se a notificação formal e a exigência de deveres objetivos de cuidado (duty of care) a esses intermediários. Empresas de transporte e logística não podem operar como canais cegos: ao tomarem ciência da contu-

Continuação: Pirataria em remessas fracionadas desafia fiscalização e proteção das marcas

mácia de certos remetentes ou da ausência de documentação idônea, devem ser chamadas a responder solidariamente pelos danos decorrentes da facilitação do comércio ilícito.

Capacitação técnica permanente frente à fragmentação de insumos neutros: Para burlar a fiscalização, os infratores têm recorrido à importação dissimulada de peças desprovidas de marca aparente, remetendo logotipos, etiquetas e embalagens de luxo ou tecnologia em pacotes apartados para posterior montagem e acabamento local. Diante dessa sofisticação, a atuação do titular deve focar no treinamento constante dos auditores fiscais da ponta e no fornecimento de guias periciais pormenorizados. Essa cooperação técnico-pericial é indispensável para que as autoridades identifiquem indícios materiais que autorizem a retenção de insumos aparentemente lícitos destinados à montagem de contrafações.

Nesse contexto, a colaboração do titular assume papel particularmente relevante. Informações sobre elementos de autenticidade, padrões de embalagem, versões legítimas dos produtos e formas recorrentes de falsificação podem permitir que a autoridade reconheça, ainda na etapa aduaneira, combinações de componentes que não seriam suspeitas quando examinadas isoladamente. A proteção marcária passa, assim, a funcionar também como instrumento de inteligência para a fiscalização.

A mitigação do comércio ilícito de produtos protegidos por **propriedade industrial** já não se resolve unicamente na linha de fronteira por meio de ações estatais isoladas. Para as companhias com atuação no Brasil, o enforcement contemporâneo demanda investimentos orçamentários específicos em inteligência de dados, articulação contínua com as autoridades fazendárias e uma integração indissociável entre o combate aos canais digitais de venda e a repressão aduaneira.

David F. Rodrigues e Thais de Matos Macedo Lio são advogados do Montaury Pimenta, Machado & Vieira de Mello

Índice remissivo de assuntos

Direitos Autorais 6,7,8
Entidades 4,5
Inovação 9,10
Marco regulatório | INPI 1,2,3
Patentes 4,5,11
Propriedade Industrial 1,2,3,12,13
Propriedade Intelectual 1,2,3,4,5,9,10,12,13