

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 15 de abril de 2019 às 07h49
Seleção de Notícias

UOL Notícias | BR

Direitos Autorais

Países da UE confirmam polêmica reforma dos direitos autorais	3
--	----------

AFP

Consultor Jurídico | BR

14 de abril de 2019 | Patentes

Nulidade de registro de patente enseja revisão de sentença transitada em julgado	4
---	----------

Revista Propaganda e Marketing | BR

Propriedade Intelectual

Cultura da ilegalidade estimula a pirataria e prejudica as marcas	6
--	----------

MERCADO

Fator Brasil - Online | BR

14 de abril de 2019 | ABPI

Parque Tecnológico da UFRJ promove evento para o Dia da Propriedade Intelectual	11
--	-----------

Países da UE confirmam polêmica reforma dos direitos autorais

AFP

Bruxelas, 15 Abr 2019 (AFP) - Os países da União Europeia (UE) deram nesta segunda-feira a aprovação final à controversa reforma sobre os **direitos** autorais e, após a publicação oficial, terão até 2021 para incorporá-la a suas legislações nacionais.

"Os ministros do Conselho da UE acabam de adotar a diretiva sobre **direitos** autorais", anunciou a Romênia, que exerce a presidência do bloco, ao destacar que este é um "marco chave" para o mercado único digital.

Valer Daniel Breaz, ministro romeno da Cultura, afirmou que o "texto equilibrado cria múltiplas oportunidades para os setores criativos na Europa (...) mas também para os usuários, cuja liberdade de expressão na **Internet** será consolidada".

A adoção de uma espécie de censura na rede era um dos temores dos opositores à reforma, como a única eurodeputada do Partido Pirata, a alemã Julia Reda,

que em 26 de março, dia da aprovação pela Eurocâmara, lamentou uma "jornada negra para a liberdade na **internet**".

A reforma não obteve a unanimidade dos países do bloco. Itália, Finlândia, Suécia, Luxemburgo, Polônia e Holanda votaram contra o texto, uma minoria insuficiente para bloquear o texto, segundo uma fonte europeia.

Para os defensores da reforma, a mudança permitirá receber uma remuneração mais justa de gigantes da **internet** como Google ou Facebook pelo faturamento publicitário que conseguem graças à divulgação de obras de artistas e editoras.

Mas as gigantes do Vale do Silício americano e os defensores de uma **internet** livre temem restrições nos canais de difusão.

pe-tjc/pc/fp

Nulidade de registro de patente enseja revisão de sentença transitada em julgado

DEVER DE CORREÇÃO

Se uma decisão transitada em julgado for contrariada por uma decisão posterior, cabe reanálise do julgamento original. Com esse entendimento, a 9ª Câmara de Direito Privado do Tribunal de Justiça de São Paulo, por maioria, extinguiu uma execução de perdas e danos que corria contra uma empresa por ter copiado um produto patenteado.

A disputa se deu entre duas empresas fabricantes de embalagens plásticas. Uma delas ajuizou ação de busca e apreensão e perdas e danos, para impedir a fabricação e venda de um jogo de marmitas superpostas por outra empresa do ramo. A empresa pedia indenização pela comercialização das peças, sob o argumento de que possuía patente registrada sobre o produto em questão.

Os pedidos foram julgados procedentes por decisão confirmada em segunda instância, com trânsito em julgado, estando em curso ação de execução do valor das perdas e danos, fixado em cerca de R\$ 186 mil, com penhora de bens.

Mas a empresa que supostamente copiava a invenção havia ajuizado também ação de anulação de **registro** de patente, que foi julgada procedente pela Justiça Federal muito tempo depois.

Com isso, a empresa acusada de plágio ajuizou ação declaratória de nulidade de ato jurídico judicial, na qual teria se baseado a sentença executada, pedindo o fim de seus efeitos.

O relator do caso, o desembargador Costa Netto entendeu que não houve coisa julgada, pois a sentença

não enfrentou o mérito da questão referente à nulidade. Também entendeu que "a ação de nulidade da aludida patente revestiu-se de verdadeira questão prejudicial a influenciar no mérito da ação cominatória (obrigação de não fazer cumulada com indenização)".

"Afora isso, cumpre lembrar que, além dos mecanismos processuais, a coisa julgada pode ser afastada também por sua relativização para, em determinados casos, evitar a perpetuação de situações deletérias sob a chancela processual", afirmou Costa Netto, especialista em **Direito** Autoral.

Dessa forma, concluiu que a execução que estava suspensa deveria ser extinta, "observando-se o efeito extunc da decisão que declara a nulidade da patente", resolveu o desembargador, citando precedentes da corte paulista.

Voto divergente

Parte da turma julgadora não concordou com a solução do relator. A juíza substituta em segundo Angela Lopes fez voto divergente por entender que essa possibilidade traria, em si, "insuperável afronta à segurança jurídica" e também que a decisão transitou em julgado há quase nove anos.

"Nem mesmo declaração de inconstitucionalidade, pela via do controle concentrado tem o condão de atingir decisões anteriores proferidas em sentido contrário, caso esgotado o prazo para interposição de recurso ou ajuizamento de rescisão. Tenho que a declaração de nulidade do registro da patente não atinge

Continuação: Nulidade de registro de patente enseja revisão de sentença transitada em julgado

decisões que o próprio ordenamento jurídico reputou imutáveis", disse a magistrada.

"Embora se reconheça que a continuidade do processo executivo gera aparente situação de injustiça, tenho que tal não basta para cassação do título executivo e desconstituição da eficácia da coisa julgada, vez que, repise-se, o título que ora se executa não padece de vício formal algum", concluiu sua divergência Angela Lopes, acompanhada pelo juiz em

segundo grau José Aparício Coelho.

para ler a decisão.

0010882-61.2007.8.26.0071

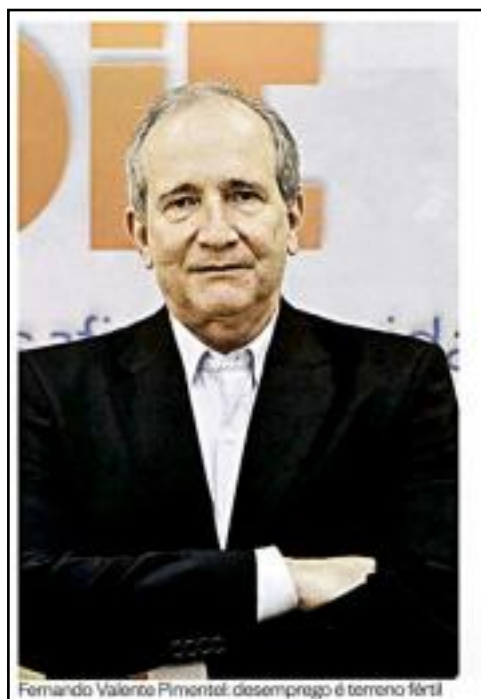
Thiago Crepaldi é repórter da revista Consultor Jurídico.

Cultura da ilegalidade estimula a pirataria e prejudica as marcas

MERCADO



Edson Vismona: perde toda a sociedade



Fernando Valente Pimental: desemprego é terreno fértil

Cenário de crise econômica também é propício para a informalidade; pesquisa aponta que em 2018 o Brasil registrou perdas de R\$ 193 bilhões

Um levantamento realizado pelo Fórum Nacional Contra a Pirataria e a Ilegalidade (FNCP) mostrou que no ano passado o Brasil registrou perdas de R\$ 193 bilhões para o mercado ilegal. Este valor é a soma das perdas registradas por 13 setores industriais (R\$ 131,9 bilhões) e a estimativa dos impostos que deixaram de ser arrecadados (R\$ 60,6 bilhões) - e é 32% superior ao registrado pelo FNCP em 2017 (R\$ 146 bilhões).

Os segmentos mais afetados são vestuário, cigarros, óculos, TV por assinatura e higiene pessoal, perfumaria e cosméticos, que ocupam as cinco primeiras posições, nesta ordem. Depois deles vêm combustíveis, audiovisual, defensivos agrícolas, perfumes importados, material esportivo, brinquedos, medicamentos, software e, em medidas um pouco menos dramáticas, celulares e equipamentos, peças de automóveis, eletrônicos, pneus, compressores, lâmpadas LED, ferramentas e produtos de luxo em geral.

O termo pirataria se refere, essencialmente, ao roubo do **direito** autoral, a cópia exata e não autorizada do original, e se aplica geralmente a filmes, softwares e livros.

O produto falsificado é diferente do pirata - seria a imitação de calçados, bolsas, perfumes e outros produtos, vendida por um preço bem menor do que o dos originais. Segundo especialistas, o produto falsificado não é igual ao verdadeiro, enquanto o pirata é igual, violando **direitos** autorais. O termo pirata remonta ao século 17, quando ladrões que copiavam conteúdo escrito indevidamente eram chamados de "piratas de palavras".

Continuação: Cultura da ilegalidade estimula a pirataria e prejudica as marcas



Oscar Simões: conter acesso ilegal é prioridade

Pirataria e falsificação crescem no Brasil, a reboque da crise econômica e do desemprego, entre outros fatores. Edson Vismona, presidente-executivo do Instituto Brasileiro de Ética Concorrencial, fala que o mercado ilegal é triplamente perverso, pois causa danos aos consumidores, às empresas que geram empregos e pagam impostos e ao erário, pois sonegam imposto. "Além de tudo, as organizações criminosas assumem esse comércio e ganham bilhões que financiam o tráfico de drogas e de armas. Ou seja, perde toda a sociedade".

O Brasil é um dos países onde a pirataria atinge níveis mais elevados, mundialmente. Vismona conta que recentemente integrou, como representante da iniciativa privada, a delegação brasileira no Task-Force de Combate ao Mercado Ilícito da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) e identificou que as perdas brasileiras são comparáveis com os maiores mercados da Europa: algo em torno de 53% de tudo o que foi importado de produtos falsos ou piratas em toda a Europa. A OCDE estima que as perdas com o mercado ilegal sejam equivalentes a 10% da movimentação da economia global. "É um mercado bilionário, que deve ser coibido. Ninguém está acima da lei, todos devem respeitar o Código de Defesa do Consumidor (lei de ordem pública). As explicações dadas de que não há qualquer responsabilidade são uma afronta aos direitos dos consumidores e da **propriedade** intelectual", diz Vismona.



Paulo Cunha: cópia denuncia falta de qualidade

O mercado de vestuário é o mais afetado hoje pela ilegalidade no Brasil. PROPMARK procurou marcas como Adidas e Nike no Brasil, que preferiram não se manifestar a respeito do assunto. Fernando Valente Pimentel, presidente da Abit (Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção), fala pelo setor e afirma que a pirataria é apenas um dos itens que compõem a chamada "indústria do ilícito" no país, que inclui a venda com meia nota, sem nota, a informalidade, entre outros problemas. "De um modo geral, quando se tem uma recessão muito forte, como no Brasil, em que dobrou o número de de-

Continuação: Cultura da ilegalidade estimula a pirataria e prejudica as marcas



sempregados, há um terreno fértil e propício para que as pessoas aumentem as atividades por conta própria. Ao mesmo tempo, a cultura da ilegalidade que vivemos no Brasil incentiva o mercado irregular. A nossa estimativa é que cerca de 35% de tudo o que é vendido tem alguma irregularidade", diz Pimentel.

O vestuário, segundo ele, é um item que mexe com a vaidade, com a psiquê, e tem baixo risco de se consumir algo que prejudique a saúde, por exemplo. Pirataria de roupas é, portanto, em tese, mais fácil do que outros tipos de produtos. As marcas mais pirateadas e/ou falsificadas são as mais famosas e aspiracionais. "Houve muita pirataria, por exemplo, em relação a produtos da Dudalina, da Osklen, de produtos com a logomarca Disney. Todas essas marcas têm um apelo de consumo. As mais básicas não são tão aspiracionais, porque a diferença de preço entre um produto pirata e um original é pequena", explica.

Segundo ele, algumas marcas possuem ações específicas para combater a pirataria. A maioria, no entanto, acredita ser dinheiro jogado fora. Educação, fiscalização e um trabalho para tornar o Brasil mais eficiente, com custos finais e carga tributária menores, podem ajudar a coibir o mercado informal. A internet ampliou as possibilidades do crime, com a expansão dos marketplaces de e-commerce, infestados de ofertas de produtos falsos, piratas ou que não atendem às normas técnicas, e produtos que podem até matar - todos entregues em casa, pelos cor-

reios. "A pirataria na internet é uma preocupação mundial e exige novos tipos de ferramentas para combater. Dentro das redes há muitas ofertas, mas há maneiras de coibir, porque pode-se ir monitorando", observa Pimentel.

Ele não é muito otimista em relação ao futuro: há mais gente entrando no mercado, mais consumidores desejando roupas, desejando produtos, e o mercado continuará crescendo, e junto com ele o ilícito. "O Brasil é um país onde há muitos ilícitos, e eles só vão ser coibidos num processo de parceria público-privada, e não trabalhando no varejinho, mas sim usando a tecnologia para combater as fontes e a partir daí coibir ou diminuir esse impacto - que é um flagelo para os negócios formais".

"GATONET" SE SOFISTICA

Quem não conhece o famoso "GatoNet", o apelido dado ao roubo do sinal da TV por assinatura? O acesso ilegal à TV por assinatura vem crescendo e se sofisticou. Atualmente, o uso e a venda de uma setbox que permite a violação da criptografia dos sinais de TV a cabo vem se intensificando. O aparelho é ilegal, pois não tem a obrigatória certificação da Anatel (Agência Nacional de Telecomunicações) e é instrumento da prática da pirataria. Causa prejuízos bilionários ao setor, segundo explica Vismona, da FNCP. E uma simples busca no Google mostra que está livremente à venda na internet, em marketplaces bem conhecidos como Mercado Livre. "Ele permite o uso remoto por hackers, que podem utilizar esses aparelhos para derrubar o sinal de qualquer site do mundo. Na verdade, são robôs acionados remotamente, e assim podem congestionar a rede de internet", diz Vismona.

A ABTA (Associação Brasileira de Televisão por Assinatura) estima que pirataria provoque uma perda de aproximadamente R\$ 9 bilhões ao ano, não somente às empresas do setor, mas também aos governos federal e estaduais, que deixam de arrecadar impostos. Oscar Simões, presidente-executivo da

Continuação: Cultura da ilegalidade estimula a pirataria e prejudica as marcas

ABTA, fala que conter o acesso ilegal à TV por assinatura é uma prioridade da indústria e que a entidade colabora com o poder público, fornecendo subsídios para suas ações de combate. "Um dos exemplos é a apreensão e a destruição, pela Receita Federal, de mais de 100 mil decodificadores clandestinos contrabandeados", diz.

A PIRATARIA E AS MARCAS

Jaime Troiano, da Troiano Branding, conta que já ouviu de consumidores, em estudos, que episódios de pirataria são atestados de prestígio, além de afirmações do tipo "ninguém pirateia aquilo que não tem qualquer valor". Segundo ele, no entanto, quando o mercado de clientes sente, de alguma forma, que a dona da marca não age com determinação para condenar a pirataria, a reputação da marca pode, sim, acabar arranhada. Troiano lembra o caso da marca Pierre Cardin, que perdeu carisma e prestígio devido ao excesso de pirataria.

Outro caso foi o de Cinzano, uma bebida que tinha certo prestígio e competia com Martini, porém vendia menos que o desejável. A invenção de algo chamado "rabo de galo", a combinação de Cinzano com cachaça, aumentou as vendas, porém arruinou a reputação da marca no país. Troiano afirma que mesmo as pessoas que se abastecem de produtos piratas, no fundo torcem para que as marcas se preservem, crenco na equação de que a pureza original da marca é diretamente proporcional à vigilância que a empresa exerce sobre ela. "Vale a frase de Thomas Jefferson: o preço da liberdade é a eterna vigilância", lembra.

Paulo Cunha, coordenador do curso de publicidade e propaganda da ESPM/SP, fala que a pirataria pode ser entendida como um termômetro de marcas desejadas ou inacessíveis, seja para que target e mercado for - sem abdicar, claro, da perspectiva ética e legal. Segundo ele, há uma dicotomia complexa na relação das pessoas com produtos pirateados: se por um lado ser copiado é sinalizador de desejo, por outro a cópia denuncia falta de qualidade, associação à ile-

gitimidade e inacessibilidade para determinados grupos de pessoas.

Há um tipo de pirataria em que o consumidor não sabe que comprou algo ilegítimo, o que definitivamente não colabora para a reputação de nenhuma marca e é uma grande preocupação para elas. Ocorre frequentemente no mundo dos eletrônicos. A Samsung, por exemplo, é afetada por práticas ilegais que incluem a contrafação de suas marcas (induzindo o consumidor ao erro), a falsificação de selos da Anatel, o contrabando e serviços técnicos não autorizados. A empresa desenvolve um programa especial, congregando especialistas de diversas áreas, para cooperar ativamente com as autoridades públicas no combate ao mercado ilegal.

Fellipe Fortes, gerente sênior da área jurídica da Samsung Brasil, afirma que a falsificação pode ser bem sofisticada, prejudicando a identificação. "Não temos estimativas setoriais de perdas. A Samsung pauta suas ações na defesa da saúde e segurança do consumidor e, portanto, esse tema é prioridade", diz.

Há uma parte do problema que passa por educar o consumidor em relação à confiabilidade do fornecedor, a ofertas tentadoras demais (uma vez que não há milagre quando o produto é original e paga todos os impostos), à grafia correta da marca, ao acabamento do produto e informações contidas na embalagem, lacre e assim por diante. "Além de causar danos à saúde e segurança das pessoas, esse comércio ilícito prejudica as empresas que geram investimentos para o país, além do impacto ao meio ambiente, uma vez que esses produtos não seguem as normas de produção e descarte", destaca. Ou seja: na pirataria todos saem perdendo, inclusive o consumidor, ao comprar itens sem qualidade ou garantia. Ironicamente, Troiano menciona experiência vivida em Istambul, na Turquia: avistou uma barraca de venda de relógios, cuja placa já alertava as pessoas, em letras bem grandes: "Relógios genuinamente falsos".

Continuação: Cultura da ilegalidade estimula a pirataria e prejudica as marcas

A comunicação pode ajudar especialmente no esclarecimento e na educação das pessoas, tanto para detectar produtos falsos como para pensar duas vezes antes de adquirir algo pirateado ou contrabandeado. Pimentel, da ABIT, fala que a comunicação pode ser uma boa aliada, mas que as ações devem ser contínuas e não pontuais. "Não adianta fazer uma megacampanha que dure dois ou três meses, para depois cair no esquecimento. Isso é educacional, é formação, é investimento na qualidade das pessoas, daquilo que está sendo transmitido pelas escolas, pelas famílias, por todos", observa.

Gustavo Bastos, sócio e criativo da Onzevinteum, afirma que, do ponto de vista do consumidor final, a comunicação pode ser um forte aliado na criação de uma nova cultura, ao chamar a atenção para um problema como a pirataria e criar um clima favorável à mudança de comportamento e uma nova consciência coletiva. Ele criou, no ano passado, uma ação vei-

culada entre março e junho para o Gabinete de Intervenção Federal do Rio de Janeiro, focado no roubo de cargas no estado. Foram criados comercial, peças de OOH e anúncios de jornal, com chamadas como Foi barato. Mas pode ter custado uma vida.

Outra campanha antipirataria, desta vez com foco em TV por assinatura, foi criada no início do ano passado pela Talent, com produção da Globosat e abordava com humor Operadora Pirata, a operadora de quem quer arrumar problemas. Os filmes permanecem no site da ABTA e, segundo Simões, continuam sendo usados por alguns operadores em seus canais de relacionamento. "A publicidade tem um papel importante, especialmente na conscientização dos consumidores através do esclarecimento para os riscos como o de alimentar o crime organizado".

Parque Tecnológico da UFRJ promove evento para o Dia da Propriedade Intelectual

O Parque Tecnológico da UFRJ promove no dia 18 de abril (quinta-feira), às 9 horas, evento em comemoração ao Dia da **Propriedade** Intelectual, que, este ano, tem como tema a inovação no mundo do esporte. No encontro serão apresentadas tecnologias desenvolvidas para monitoramento de atletas de alta performance e promovido debate sobre como a inovação, a criatividade e os direitos de **propriedade** intelectual apoiam e estimulam o desenvolvimento do esporte em todo o mundo.

A atividade faz parte da série Encontros do Parque e, nesta edição, conta com a correalização da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), Instituto Nacional da Propriedade Industrial (**INPI**) e Associação Brasileira da Propriedade Intelectual (**ABPI**).

As inscrições podem ser feitas no link: <https://forms.gle/p4FVwmVB7Yep3Svu8>

Programação - Apresentação do case da startup Eagle que, em parceria com o Instituto Reação, desenvolve plataforma para treinamento de atletas de alta performance utilizando estatística avançada e inteligência artificial

Debate com a participação de representantes da **ABPI**, **INPI**, Parque Tecnológico da UFRJ, Instituto Reação e medalhistas olímpicos e parolímpicos.

Homenagem ao professor Marcio Nogueira, da Engenharia Biomédica da COPPE UFRJ, por sua contribuição no desenvolvimento de projetos de tecnologia de ponta aplicados ao esporte.

Índice remissivo de assuntos

Direitos Autorais

3, 4, 6

Patentes

4

Propriedade Intelectual

6, 11

ABPI

11

Marco regulatório | INPI

11