

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 28 de agosto de 2019 às 08h00
Seleção de Notícias

Época Negócios - Online | BR

Marco regulatório | Anvisa

Os desafios e as oportunidades do mercado de cannabis no Brasil e no exterior	3
--	----------

EMPRESA

Correio Braziliense | BR

28 de agosto de 2019 | Marco regulatório | INPI

Mercado S/A	5
--------------------------	----------

MERCADO S/A | AMAURI SEGALLA

Exame.com | BR

28 de agosto de 2019 | Marco regulatório | Anvisa

Multinacionais tabagistas miram novo modelo de negócio no Brasil	7
---	----------

R7 | BR

Patentes

Johnson & Johnson é condenada a pagar por crise de opioides	12
--	-----------

DA EFE

Consultor Jurídico | BR

Marco regulatório | INPI

Titularidade da marca é garantida ao primeiro que registra no INPI, decide STJ	13
---	-----------

Mundo do Marketing | BR

26 de agosto de 2019 | Marco regulatório | INPI

Associação oferece serviço especializado de registro para startups e aplicativos	14
---	-----------

Os desafios e as oportunidades do mercado de cannabis no Brasil e no exterior

EMPRESA



Bate-papo durante o LATAM Retail Show discutiu os potenciais e desafios do mercado da cannabis (Foto: Redação)

Para executivos, algumas estratégias podem tornar caminho até a liberação do uso medicinal menos complexo. Projeção é de que mercado poderia atingir valor de R\$ 45 bilhões

Falar sobre maconha ainda é um tabu no Brasil e em grande parte do mundo. Quando o assunto é canabidiol, porém, o tom é um pouco diferente. Embora ainda enfrente resistências, a substância, um dos princípios ativos da cannabis, têm sido amplamente estudada por seus potenciais usos medicinais. É principalmente neles que alguns empreendedores brasileiros têm apostado lá fora - e com expectativas de entrar no mercado daqui o mais breve possível.

O potencial e as estratégias do mercado da cannabis foram tema de um bate-papo no evento LATAM Retail Show, realizado em São Paulo (SP) entre os dias 27 e 29 de agosto. A conversa foi mediada pela jornalista Valéria França e abordou exemplos internacionais e possíveis estratégias para estimular a liberação da substância no Brasil. Os mercados potenciais, aliás, não se limitam às indústrias farmacêuticas e de cosméticos.

Caminho mais curto

Para José Bacelar, presidente da VerdeMed, "descolar" o canabidiol (ou CBD) do que se conhece como maconha pode ser um passo efetivo para tornar a discussão mais favorável. Nos EUA, explica ele, um caminho encontrado pela agência de regulação federal foi retirar apenas ele da lista de substâncias proibidas.

A partir da medida, o Congresso pôde propor um tratado que autoriza o cultivo do cânhamo, uma variação da cannabis que possui CBD, mas que apresenta baixos níveis de THC (responsável pelos efeitos psicotrópicos). "A separação entre o uso medicinal e o recreativo é um dos grandes desafios para desmistificar a planta. Não precisamos discutir sobre maconha agora para encontrar um caminho que avance", diz ele.

Bacelar foi um dos brasileiros que apostou no patamar mais avançado de outros países para explorar o mercado. A VerdeMed, empresa comandada por ele, tem sede no Canadá e trabalha no desenvolvimento de dois medicamentos à base de CBD. Enquanto o mercado brasileiro não se abre, uma unidade de negócios baseada no EUA pretende exportar os remédios para pacientes brasileiros com indicação médica - o modelo permitido hoje.

Confiabilidade

Já a aposta da cientista e empreendedora Gabriela Cezar, CEO da Panarea Partner Inc., foi no Uruguai. A empresa comandada por ela mantém uma planta de 2,7 mil metros quadrados e trabalha na construção de outra, de 19 mil, com laboratórios. A proposta é englobar toda a cadeia, das pesquisas à exportação, atendendo inclusive outras empresas interessadas no nicho.

Lado a lado com o Canadá no quesito liberação, o

Continuação: Os desafios e as oportunidades do mercado de cannabis no Brasil e no exterior

Uruguai, segundo ela, leva outra vantagem: uma política de zona franca que zera o imposto para equipamentos. Em relação ao Brasil, a proximidade e a ligação ao Mercosul também seriam vantagens.

Para ela, o grande desafio dessa indústria tem a ver com o controle de qualidade. Para trabalhar com o uso da cannabis em medicamentos e até em cosméticos, as empresas precisam desenvolver pesquisas profundas e rigorosos testes de qualidade. "Existe uma variabilidade entre as plantas. É preciso conhecer desde a concentração das moléculas até sua caracterização genética."

A executiva relembra uma consulta pública realizada recentemente pela **Anvisa** para avaliar a possibilidade de permitir o cultivo da planta no Brasil. Os resultados estão previstos para ser publicados em novembro. Segundo ela, a liberação estimularia um mercado com muito potencial.

Um mercado bilionário

André Steiner, fundador e CEO da White Cloud Mountain Quantum Cannabis Jamaica, tem uma visão semelhante. Com sede no país do Caribe, a empresa mantém uma parceria com uma empresa americana para basear a aplicação de canabinoides

ao perfil genético de cada pessoa. O negócio, por outro lado, mantém uma visão menos conservadora em relação aos efeitos de substâncias como o THC.

"Em 2025, a previsão é que o mercado da cannabis chegue a 200 bilhões de dólares em vendas. Eu acredito que será ainda mais, pois, além da medicina, ela invadiu mercados como os de cosméticos, bebidas e alimentos", diz ele.

As possibilidades, segundo Vinnicius Vieira, sócio da Hiria, vão ainda mais longe. Segundo ele, o potencial do mercado têm estimulado até nichos como o das fintechs. "Como algumas instituições não podem investir nessas iniciativas por questões como compliance, essas startups têm buscado entender como podem suportar iniciativas que envolvem o CBD", diz ele.

Os mercados de construção e vestuário são outros nichos pouco óbvio. Nesses casos, a planta pode ter sua fibra utilizada no lugar de materiais tradicionalmente adotados. "Se o Brasil tivesse a mesma regulação que países que já permitem a exportação, a projeção é de que teríamos um mercado possível de R\$ 45 bilhões".

Mercado S/A

MERCADO S/A

Marcelo Ferreira/CB/DA.Press



"A demora emperra a inovação, freia o crescimento e envenena o ambiente de negócios do país"

Amauri Segalla

amaurisegalla@diariosassociados.co m.br

Está na hora de resolver o gargalo das patentes

O ministro da Economia, Paulo Guedes, tem cobrado de sua equipe uma solução para a morosidade no **registro** de patentes no país. Atualmente, há 160 mil pedidos na fila do Instituto Nacional de **Propriedade** Intelectual (**INPI**). Guedes quer reduzir o estoque em 80% até 2021, mas muita gente acha que será impossível cumprir a meta. Não deveria ser. No Brasil, uma **patente** demora 10 anos para ser aprovada. Na União Europeia, o prazo médio é de três anos. Estados Unidos, 2,6 anos. Na China, 1,8 ano. A demora emperra a inovação, freia o crescimento e envenena o ambiente de negócios do país. Uma das razões para a China estar na linha de frente da economia mundial é sua extraordinária capacidade para inovar. O governo chinês concede prêmios em dinheiro às empresas que mais registram patentes. Isso explica por que a Huawei e a ZTE, colossos da área de telecomunicações, são as companhias que mais depositam patentes no mundo.

JetSmart/Divulgação



Executivo francês: "É hora de deixar as picuinhas de lado"

O presidente de uma grande empresa francesa instalada há décadas no Brasil está irritado com a troca de farpas entre Jair Bolsonaro e Emmanuel Macron. "Eu amo o Brasil e sei que os brasileiros amam a França", diz ele. "Agressões não são boas para os negócios. Eu já fiz, neste ano, reuniões com o governo em Brasília e fui bem-recebido. Tenho certeza de que o governo brasileiro sempre foi bem tratado na França. É hora de deixar as picuinhas de lado e trabalhar

Continuação: Mercado S/A



"Crise é uma chance de você mostrar o seu valor quando quase tudo à sua volta está perdendo valor" Abílio Diniz, empresário

para o bem dos dois países".

Vida útil de carros autônomos será de apenas quatro anos

Os carros autônomos prometem transformar a paisagem das cidades, mas eles também trarão efeitos colaterais. Segundo John Rick, chefe de operações da Ford, os autônomos terão vida útil de quatro anos. Isso representa um problema por dois motivos. O primeiro: eles são caros e a alta obsolescência pode torná-los inviáveis. O segundo: o que a indústria fará com os carros descartados? Vão virar sucata? Em tempo: nos Estados Unidos, a vida útil de um carro convencional é de 12 anos.

Mais uma aérea de baixo custo no Brasil

Se depender do apetite das companhias aéreas estrangeiras, o mercado brasileiro será dominado pelas empresas de baixo custo. Ontem, a low-cost chilena JetSmart, de propriedade do fundo Índigo Partners, foi autorizada a operar no país. A JetSmart pretende iniciar a operação partindo da Argentina e do Chile com destino ao Brasil. Três estrangeiras low-cost já chegaram ao mercado brasileiro: a norueguesa Norwegian, a chilena Sky Airlines e a argentina Flybondi.

US\$ 250 bilhões foi quanto cresceu ontem a capitalização do mercado de ouro. Com as incertezas globais, o metal precioso se tornou um investimento seguro para reduzir riscos **Rapidinhas**

» A família Salton, uma das principais produtoras de vinho do país, está diversificando os negócios. Sua nova aposta é um tipo de gim, mas o grupo Salton tem investido em conhaques, chás e sucos. No ano passado, a companhia faturou R\$ 362 milhões, sendo que 63% das receitas vieram das áreas de vinhos e espumantes.

» A Harley-Davidson, uma das mais famosas marcas de motos do mundo, está de olho no futuro. A montadora lançou uma bicicleta elétrica para crianças de 3 a 7 anos. Ela tem baterias de íons de lítio, que ficam presas ao quadro e são recarregadas em até 60 minutos. Nos Estados Unidos, a brincadeira sai por US\$ 700. Não há previsão

de chegada ao Brasil.

» A cimenteira LafargeHolcim, líder mundial da indústria de materiais de construção, confia na recuperação da economia brasileira. A empresa vai investir R\$ 14 milhões em sua fábrica em Cajamar, na região metropolitana de São Paulo. Os recursos serão destinados à aquisição de equipamentos e na ampliação das instalações.

» Bons ventos começaram a soprar a favor da Mercedes-Benz no Brasil. Ontem, a montadora anunciou a abertura do segundo turno de produção de ônibus em São Bernardo do Campo, na Grande São Paulo. A empresa também comemorou a assinatura de contrato para entregar 500 caminhões

para a cervejaria Ambev.

Multinacionais tabagistas miram novo modelo de negócio no Brasil



Unsplash/VOCÊ S/A

Aumenta a pressão para que autoridades brasileiras liberem o cigarro eletrônico

Multinacionais tabagistas reinventam modelo de negócio e aumentam pressão para que autoridades brasileiras liberem os cigarros eletrônicos no país. Nos anos 60, quase metade (42%) da população adulta americana fumava. O cigarro era sexy, moderno, um ato de rebeldia contra a rigidez dos costumes. De James Dean a Bette Davis. De Audrey Hepburn a Marilyn Monroe. Do lendário agente secreto James Bond, de 007, à diva Rita Hayworth.

A fumaça pairava sobre Hollywood - e sobre o resto do mundo que assistia a seus filmes. Seria impossível imaginar, sob a ótica daquela época, o revés que o mercado tabagista sofreria.

No ano passado, segundo dados oficiais do governo dos Estados Unidos, o número de fumantes havia caído para 14%, cenário que se assemelha ao de diversos outros países.

No Brasil, uma pesquisa do Ministério da Saúde mostrou que as pessoas com hábito de fumar passaram de 15,7% da população, em 2006, para 9,3%, em 2018 - redução de 40% em 12 anos.

Mas a centenária indústria do tabaco não está der-

rotada. Ao contrário. Na última década, iniciou uma revolução silenciosa que agora começa a fazer barulho. No ano passado, um dos gigantes do setor assumiu, inclusive, que pretende matar o fumo enrolado no papel.

O que nasce no lugar? Uma geração de produtos muito mais auspiciosos: os dispositivos eletrônicos para fumar (os DEFs, que também respondem pelos nomes e-cigarette, e-ciggy, e-cigar e vape). De modo geral, eles são movidos a bateria, têm piteira na ponta e um pequeno reservatório interno no qual se introduzem tabaco, ervas ou cápsulas líquidas, que podem ser com ou sem nicotina.

Em vez de queimar as substâncias, esses cigarros high-techs as aquecem. Isso, em teoria, diminui a exposição a agentes tóxicos e faz desses apetrechos uma alternativa menos maléfica para quem não consegue - ou não quer - parar de fumar. Esse, aliás, é o pulo do gato.

No fundo, a mesma indústria que criou o problema (que mata 7 milhões de pessoas por ano no mundo, segundo a Organização Mundial da Saúde) agora quer emplacar uma solução. E seguir lucrando no século 21.

Em um vídeo intitulado A jogada por trás dos cigarros eletrônicos, o médico Drauzio Varella afirma que existe uma intenção oculta nesse mercado em ascensão.

"A taxa de fumantes vem caindo ano a ano. Por quê? Porque o adolescente fala: 'Não vou fumar, cigarro faz mal, dá câncer, causa um monte de problemas. Mas o eletrônico não, é só nicotina. Ele começa a fumar e, quando vê, está dependente.'" De acordo com o oncologista, além de ter um design moderno, boa parte desses aparelhinhos permite inserir também essências, como de menta, chocolate e framboesa.

Continuação: Multinacionais tabagistas miram novo modelo de negócio no Brasil

"Para quê?", questiona o médico.

"Para tirar o gosto aversivo da fumaça e viciar as crianças. Não entre nessa. Ao fumar cigarro eletrônico, você está fumando a nicotina. E ela vai escravizá-lo. O que vicia não é o alcatrão nem as outras substâncias. O que faz alguém precisar de 20 cigarros por dia é a nicotina. E o cigarro eletrônico é só nicotina."

Relatórios da Euromonitor, consultoria especializada em pesquisas de mercado, dizem que a mudança na lógica tabagista tem potencial para impactar mais de 1 bilhão de fumantes no mundo.

A projeção é que o segmento eletrônico movimentará 34 bilhões de dólares até 2021, um aumento de 176% em cinco anos. Em países como Japão e Inglaterra, onde a venda é legalizada, as fabricantes já investem pesado na nova modalidade.

Por lá, suas lojas são tão tecnológicas que ninguém diz que ali se vende cigarro - e não computadores. Mesmo assim, elas negam glamourizar o ato de fumar. A Philips Morris, dona da marca Marlboro, usa o exemplo do Japão, onde os e-cigs são vendidos há quatro anos, para contestar a ideia de que os dispositivos atraem os jovens.

Segundo a própria multinacional, 98% dos japoneses usuários de cigarros eletrônicos já eram fumantes antes, o que derrubaria o argumento de que são uma porta de entrada.

Seja como for, se esse mercado estivesse fadado ao fim, gente poderosa não estaria investindo nele. Em 2013, Sean Parker, cofundador da Napster, importante conglomerado de mídia e tecnologia, e Peter Thiel, fundador do PayPal, investiram na Njoy, startup de cigarro eletrônico, 10 milhões e 65 milhões de dólares, respectivamente.

No final do ano passado, outro movimento sintomático. A Altria, maior tabagista dos Estados Uni-

dos, comprou 35% da Juul Labs, criadora do Juul, o mais famoso e-cigar do mundo, na qual investirá 12,8 bilhões de dólares.

Analucia Saraiva, gerente de relações científicas da Souza Cruz: sua missão é defender a regulamentação no Brasil | Leandro Fonseca

No Brasil, no entanto, a virada do negócio esbarra na legislação. A partir de 2009, medidas firmes foram adotadas no país contra o tabagismo. Além da Lei Antifumo, que censura propagandas de cigarro e o proíbe em ambientes fechados, uma resolução da **Agência** Nacional de Vigilância Sanitária (**Anvisa**) desautorizou a produção, a distribuição e a comercialização de quaisquer dispositivos eletrônicos para fumar.

Mas isso não significa que o setor esteja de braços cruzados. As companhias de tabaco vêm aumentando a pressão para que as autoridades revejam a proibição. Em abril de 2018, na gestão de Michel Temer (MDB), houve um painel no auditório da **Anvisa**, em Brasília, para discutir possíveis alterações na regulação.

Embora a maioria dos participantes tenha constatado que não há evidências científicas que autorizem a comercialização do fumo digital, o lobby persiste. Até o fechamento desta edição havia uma nova audiência pública marcada para agosto com o intuito de re-discutir a questão.

Queimando o velho negócio

Polêmicas à parte, as empresas avançam. A British American Tobacco, proprietária da Souza Cruz no Brasil e fabricante de marcas como Dunhill e Lucky Strike, investiu 2,5 bilhões de dólares na categoria nos últimos sete anos.

De lá para cá, seus 1 500 cientistas já publicaram 109 estudos sobre a modalidade e registraram 3 300 novas patentes, como a do iSwitch, vaporizador lan-

Continuação: Multinacionais tabagistas miram novo modelo de negócio no Brasil

gado em 2018 que carrega uma lâmina de aço inoxidável tão fina quanto um fio de cabelo.

"Essa tecnologia libera o vapor de nicotina de forma mais eficiente, gerando 99% menos substâncias químicas indesejadas se comparada aos cigarros convencionais", diz Analucia Saraiva, de 52 anos. Farmacêutica e mestre em química orgânica pela Universidade Federal Fluminense, ela é hoje uma das principais executivas da organização no Brasil.

"Sou cientista de carteirinha e testemunha da transformação digital dessa indústria. Comecei de jaleco, na área de P&D, e hoje percebo a ciência em todos os departamentos." Analucia cita drones mapeando plantações de tabaco, detectores de infravermelho monitorando insumo nas fábricas e sistemas de logística modernos para acompanhar entregas em tempo real.

Há 25 anos na Souza Cruz, ela já passou pelos cargos de pesquisadora científica, gerente de assuntos corporativos e gerente de ciência e regulamentação para África e Oriente Médio, trabalhando em Londres. Hoje, ocupa uma posição tática: gerente de relações científicas.

A função de Analucia é fazer interlocução com autoridades médicas e governamentais. E não se sente desconfortável com isso. "Quero que a informação chegue ao consumidor brasileiro.

O mercado ilegal de cigarros eletrônicos é uma realidade por aqui e precisamos de uma regulamentação adequada."

De modo geral, a defesa da indústria é que esses produtos são menos mortais. Quando o fumante pega o isqueiro e acende um cigarro, ele queima o tabaco.

Essa combustão libera uma fumaça com mais de 4 000 substâncias químicas, cerca de 50 delas cancerígenas. No novo sistema, é possível, por exemplo, colocar um bastão de tabaco dentro do vape, que es-

queita o produto sem gerar combustão, fumaça ou cinza. O sabor e o tempo de consumo são os mesmos: 6 minutos para 14 tragadas.

"O conceito é parecido com o da Nespresso. Uma cápsula de tabaco que vai dentro de um aquecedor. Sem sabores ou atrativos, como aromas, que são a principal crítica de organizações antitabagismo", diz Fernando Vieira, diretor de assuntos externos da Philip Morris no Brasil.

Entre outras coisas, Fernando precisa convencer as autoridades brasileiras a liberar as cigarrilhas eletrônicas. Sua missão está alinhada à estratégia da companhia, que adotou o slogan Smoke-free future ("Futuro sem fumaça", na tradução do inglês).

Loja da British American Tobacco, em Londres: design moderno para vender cigarro eletrônico |

O executivo fala com desenvoltura sobre o assunto. E diz que a orientação da matriz é debater o tema com transparência.

"Nós não escondemos nada. Nosso produto eletrônico tem a mesma quantidade de nicotina do tradicional. Nem mais nem menos. Não é inócuo, mas é uma alternativa melhor. Tenho um pai com duas safenas. Gostaria que ele parasse de fumar ou tivesse acesso a produtos menos nocivos. Isso mudou minha dinâmica. Antes era trabalho, agora virou uma motivação."

Há três anos, Fernando dialoga com membros da **Anvisa** sobre a necessidade de uma regulamentação. Ele reforça que a Philip Morris não é contra o combate ao tabagismo.

O objetivo é oferecer uma solução de menor impacto aos 20 milhões de pessoas que ainda fumam no Brasil. A estimativa da empresa é que cerca de 6,6 milhões de adultos fumantes no mundo já tenham parado de usar a modalidade analógica e migrado para os produtos aquecidos, como o IQOS, carro-chefe

Continuação: Multinacionais tabagistas miram novo modelo de negócio no Brasil

da Philip Morris, à venda em 44 mercados.

Controvérsia

O Public Health England (PHE), departamento de saúde do Reino Unido, divulgou em 2018 estudo no qual aponta que cigarros eletrônicos podem exercer um impacto positivo na saúde pública do país, uma vez que reduzem até 95% da fumaça tóxica, principal causa de mortes e doenças relacionadas ao tabaco. E recebeu uma enxurrada de críticas.

O órgão está sendo acusado de fechar os olhos e ignorar evidências científicas. Parte das autoridades médicas, que divergem sobre a tecnologia ser menos nociva, afirma que uma série de pesquisas apontam para o lado oposto, revelando que a categoria eletrônica traz, sim, perigo às funções pulmonar e cardiovascular.

"Há relatos até de maior incidência de convulsões entre adolescentes usuários de cigarros eletrônicos", diz Stella Regina Martins, membro da Comissão de Combate ao Tabagismo da Associação Médica Brasileira e organizadora do e-book Cigarros Eletrônicos: O Que Sabemos? (disponível para download no site da [Anvisa](#)).

Segundo ela, o discurso sobre a redução de danos é falacioso. "As substâncias que compõem esses cigarros estão classificadas no Grupo A da Agência Internacional de Pesquisa em Câncer, em que não há nível seguro de exposição.

Ou seja, mesmo que existisse uma diminuição de 99,9% nas concentrações, ainda assim o risco de câncer permaneceria", afirma.

Igor Bento, publicitário: ao testar um modelo de vape por 40 dias, em vez de fumar menos, acabou fumando mais | Edi Vasconcelos

Outro ponto aventado por médicos é que as vantagens para os adultos seriam ofuscadas pelo modismo en-

tre os adolescentes. O caso da cigarrilha Juul é emblemático. Lançada há três anos nos Estados Unidos, ela virou febre entre estudantes - e uma dor de cabeça para a Food and Drug Administration (FDA), agência reguladora do governo.

Conhecido como o "iPhone dos cigarros", o aparelho tinha o propósito de ser uma opção menos danosa, mas virou um problema de saúde pública. Segundo o Centro de Controle e Prevenção de Doenças, o uso desses dispositivos aumentou 78% em um ano entre alunos do ensino médio e 48% entre universitários. O número de jovens usuários saltou de 2,1 para 3,6 milhões de 2017 a 2018.

Na avaliação de entidades antitabagistas, o caso americano é a prova de que não se deve mexer na atual legislação brasileira.

"Proibir é uma forma de regular e de proteger crianças e adolescentes", diz o pneumologista Alberto Araújo, presidente da Comissão de Combate ao Tabagismo da Associação Médica Brasileira e coordenador do Núcleo de Estudos e Tratamento do Tabagismo da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

O médico faz, ainda, um alerta em relação ao cigarro 2.0: o de que ele não só não ajuda os fumantes a romper o ciclo do vício como ainda leva muitos deles a fumar os dois produtos juntos. No mês passado, a Organização Mundial da Saúde reforçou suas advertências.

O órgão divulgou um relatório no qual desaconselha o uso dos eletrônicos para quem deseja parar de fumar. A instituição informa que, embora não existam estudos conclusivos sobre esses novos sistemas de administração de nicotina, eles são prejudiciais à saúde.

No texto, o órgão afirma que, na maioria dos países onde estão disponíveis, os usuários acabam combinando a opção eletrônica com a convencional.

Continuação: Multinacionais tabagistas miram novo modelo de negócio no Brasil

Foi o que aconteceu com Igor Bento, de 38 anos. Fumante há 20 anos, ele investiu 600 reais em um e-cigarro importado. O intuito era abandonar o vício. "Eu queria substituir o cigarro tradicional e, aos poucos, ir diminuindo a frequência do eletrônico usando e-liquids com 5% de nicotina", afirma o empresário de Teresina, no Piauí.

Os e-liquids, também conhecidos como juices, são os fluidos que vão dentro de alguns desses dispositivos. Foram 40 dias de tentativa. "Tossia muito e engasgava. Procurei formas de regulação em tutoriais online, mas não me adaptei. Como um não tirava a vontade do outro, eu acabava usando os dois", diz.

Agora, Igor fuma apenas o cigarro de papel, mas acaba de adquirir, numa viagem de férias à Europa, o polêmico Juul. "Vou testar para ver se é diferente."

Hoje, as normas em vigor condenam a comercialização desses aparelhos para fumar, mas não legislam sobre o uso ou a posse deles, o que em tese não faz do fumante um infrator. Apesar de a venda ser proibida, diversos sites oferecem vapes e vaporizadores (aparelhos onde se podem aquecer ervas e essências).

A própria reportagem comprou um desses modelos num conhecido e-commerce brasileiro. A encomenda chegou em dois dias, sem burocracia. "Há

um mercado ilegal em expansão por aqui e a proibição não resolve o problema", diz o publicitário Alexandro Lucian, de 38 anos, conhecido nas redes sociais como Hazard.

Em 2015, ele abandonou o vício que manteve por mais de 15 anos com o auxílio de um vape. "Fumava três maços por dia. Se eu parei, acredito que essa tecnologia possa ajudar outras pessoas."

Hoje, Alexandro é membro ativo de grupos e comunidades online de usuários de modelos eletrônicos e tem até um canal no YouTube sobre o assunto.

"Não faz sentido permitir a venda em qualquer esquina do cigarro, que é extremamente prejudicial, e não dar o direito à alternativa." Na visão dele, mais importante do que proibir, seria manter o controle rígido da propaganda, a fiscalização dos pontos de venda e o combate ao uso por menores, como já acontece com a outra categoria.

Enquanto governantes, estudiosos e indústria não chegam ao consenso, a discussão segue aquecida. Pelo sim ou pelo não.

Johnson & Johnson é condenada a pagar por crise de opioides



No estado de Oklahoma mais de 6 mil pessoas morreram nas duas últimas décadas. Grupo terá que pagar mais de R\$ 2,3 bilhões por danos

A multinacional Johnson & Johnson (J&J) deverá pagar mais de US\$ 572 milhões, cerca de R\$ 2,3 bilhões pelo papel na crise dos opioides em Oklahoma (Estados Unidos), que, segundo o governo estadual, causou mais de 6 mil mortes nas últimas duas décadas.

A decisão foi tomada nesta segunda-feira pelo juiz do distrito do condado de Cleveland, Thad Balkman. O grupo farmacêutico americano deverá pagar um total de US\$ 572.102.088 para reparar os danos causados no estado.

"A crise dos opioides devastou o estado de Oklahoma e deve ser reduzida imediatamente", afirmou Balkman ao ler a sentença.

A decisão era muito esperada pelas grandes companhias farmacêuticas, já que há vários processos similares em mais de 40 estados dos Estados Unidos, além de uma petição, na esfera federal, assinada por mais de 2.000 cidades e condados.

O procurador-geral de Oklahoma, o republicano Mike Hunter, tinha processado em 2017 três grandes farmacêuticas - J&J, Purdue **Pharma** e Teva - acu-

sando-as de causar um prejuízo público ao fornecer opioides em larga escala no estado sem informar com exatidão sobre o risco de uso deste tipo de analgésico.

Hunter denunciou que a epidemia de opioides em Oklahoma causou mais de 6 mil mortes nas últimas duas décadas.

A indústria farmacêutica

A J&J negou as acusações, e o advogado da companhia, John Sparks, questionou a aplicação da lei de "prejuízo público" por parte da promotoria, além de argumentar que as autoridades estaduais tinham "interpretado mal" a lei.

As outras duas companhias farmacêuticas acusadas pelo estado de Oklahoma - Purdue **Pharma** e Teva - fecharam acordos extrajudiciais com as autoridades locais e pagarão US\$ 270 milhões e US\$ 85 milhões, respectivamente, para evitarem ir a julgamento.

Os valores serão destinados a financiar a pesquisa e o tratamento da dependência da população em Oklahoma e ao pagamento das despesas jurídicas, segundo a imprensa americana.

Segundo dados do Centro para o Controle e a Prevenção de Doenças dos EUA (CDC), overdoses relacionadas a opioides no país tiveram saldo de mais de 47 mil mortes em 2017, das quais 36% incluem medicamentos que tinham sido administrados com receita médica.

Da EFE

Titularidade da marca é garantida ao primeiro que registra no INPI, decide STJ

CONCORRÊNCIA DO NOME

A propriedade da marca é garantida àquele que a registra primeiro no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (**INPI**). Com esse entendimento, a 3ª Turma do Superior Tribunal de Justiça negou recurso a marca que foi registrada depois.

Reprodução Empresa registrou marca no **INPI** em 1952

"A tolerância do uso da marca por terceiros, ainda que por prolongado período, não retira do seu titular a possibilidade de exercer as prerrogativas que a lei lhe confere, que, no caso, foram exercidas de forma inequívoca, quando do ajuizamento da ação de abstenção de uso de marca", afirmou o relator do recurso especial, ministro Villas Bôas Cueva.

A empresa Lojas Hering, que tem sede em Blumenau (SC), ajuizou ação contra a Companhia Hering para discutir o direito de uso da marca Hering e seu logotipo, que é uma figura com dois peixes.

Depois de diversas apelações, o Tribunal de Justiça de Santa Catarina entendeu que a Companhia Hering era a detentora da marca por ter feito o registro primeiro. Também foi reconhecido o direito da empresa ser indenizada pelo uso indevido da marca.

No STJ, o relator considerou que "não há mais como discutir se o registro da marca 'Hering' e do sinal figurativo poderia ou não ser efetuado perante o órgão

competente, por se tratar de fato consumado ocorrido em 16/7/1952".

De acordo com o ministro, depois que o prazo prescricional for ultrapassado, sem nenhuma oposição, é assegurado ao titular da marca o direito de usá-la com exclusividade e de impedir que outros a usem com o mesmo objetivo.

"Os impasses decorrentes de colisão entre nome comercial (denominação) e marca não são resolvidos apenas pelo critério da anterioridade, devendo-se levar em consideração o princípio da territorialidade, ligado ao âmbito geográfico de proteção, e o princípio da especificidade, que vincula a proteção da marca ao tipo de produto ou serviço, salvo quando declarada pelo **INPI** de 'alto renome' ou 'notória'", considerou o ministro.

A Companhia Hering foi representada pelo advogado Marcelo Ribeiro que explicou que, como a empresa detém a marca registrada desde o início da década de 50 e usa ele desde o século 19, "é evidente que as Lojas Hering não poderiam concorrer com a Companhia Hering usando a marca".

para ler a decisão.

Resp 1.801.881

Fernanda Valente é repórter da revista Consultor Jurídico

Associação oferece serviço especializado de registro para startups e aplicativos

Entidade atua como aceleradora de novos projetos e no registro de propriedade intelectual de startups, aplicativos para 'smartphones' e até mesmo empresas unicórnio, garantindo **direitos** autorais no Brasil e no exterior.

Data de Publicação: 26/08/2019

DINO

Entidade também atua como aceleradora de novos projetos, garantindo **direitos** autorais no Brasil e no exterior.

A Associação Nacional dos Inventores (ANI) está apostando no crescimento das soluções digitais para oferecer uma nova modalidade de apoio ao público inventor e empreendedor: o registro de propriedade intelectual de startups, aplicativos para 'smartphones' e até mesmo empresas unicórnio - startups que valem mais de R\$ 1 bilhão. A digitalização de produtos e serviços ao longo das últimas décadas abriu espaço para um novo mercado de ideias e soluções, mas ao mesmo tempo ampliou a instabilidade autoral, uma vez que é muito mais fácil alguém se apropriar ou até mesmo espalhar uma nova ideia ou solução.

Carlos Mazzei, presidente da ANI, observa que cada vez mais o celular será usado para atender as atividades diárias da população. Novos aplicativos surgem rapidamente e com diversas propostas, desde soluções que ajudam na prática de exercícios físicos, passando por aplicativos que auxiliam no controle pessoal, e oferecem até mesmo um suporte às finanças pessoais, entre outras atribuições. "Entendo que esse movimento deverá fazer com que o smartphone seja cada vez mais uma extensão do nosso corpo. Existem muitos apps (aplicativos) registrados, mas muitas ideias e soluções ainda podem e vão surgir", prevê.

O 'DEAL!', por exemplo, é uma das últimas novidades registradas pela associação. O sistema já

possui registro Copyright e funciona por meio de um aplicativo para celular. Compradores e vendedores que buscam negociar imóveis e veículos podem usar uma plataforma de confiança para realizar as transações de maneira segura. O valor da negociação é mantido em custódia até que o vendedor escaneie os documentos apropriados e os envie ao comprador, comprovando a legitimidade do negócio. Após a certificação dos dados, o dinheiro é liberado pelo comprador. Todo o processo funciona de maneira fácil e intuitiva, oferecendo confiabilidade para ambos e evitando intermediações ou burocracias desnecessárias.

Outro exemplo é o "Smart Portable Handbook", um dispositivo que substitui os manuais de uso de veículos e funciona por meio de um software interno. O sistema possui vídeos de alerta sobre manutenção do veículo, direção defensiva e de pontos cegos, ensinando todas as funcionalidades do veículo - passo a passo e com interpretação em libras para deficientes auditivos. O produto já está devidamente registrado junto ao **INPI (Instituto)** Nacional de Propriedade Industrial).

De olho nessa tendência e em busca das melhores soluções para proteger os direitos dos criadores e empreendedores, a ANI oferece suporte completo para o processo de registro de **propriedade** intelectual através do registro de copyright nos EUA.. Segundo Mazzei, o grande diferencial da ANI é a presença em todo o processo, prospectando e intermediando as negociações entre o idealizador e o investidor. "Caso o empreendedor ou criador tenha um aplicativo inovador e não saiba como viabilizar a sua comercialização e registro, temos como ajudá-lo com todo suporte jurídico e comercial, tanto no Brasil como no exterior, infelizmente o registro de aplicativos no Brasil não pode ser feito, pois o **INPI** registra só **patentes** de produtos e o **direito** autoral não tem lei específica para este tipo de solicitação, neste caso re-

Continuação: Associação oferece serviço especializado de registro para startups e aplicativos

corremos ao escritório de **patentes** americano para validar o registro do projeto do idealizador", finaliza.

A Associação Nacional dos Inventores (ANI) foi criada com o objetivo de promover as invenções brasileiras e prospectar parceiros de negócios no mercado. A entidade atua há mais de 30 anos no mercado, intermediando registros de patentes e o processo de negociação das inovações criadas por brasileiros. Os inventores recebem apoio comercial e jurídico tanto

para o registro das invenções como para negociá-las com possíveis empresas e investidores.

Sua sede abriga o único museu de invenções da América Latina, chamado de 'Inventolândia'. O local conta com mais de 500 protótipos de inventores brasileiros, abertos à visitação para alunos e ao público em geral.

Índice remissivo de assuntos

Marco regulatório | Anvisa
3, 7

Propriedade Intelectual
5, 14

Marco regulatório | INPI
5, 13, 14

Patentes
5, 12, 14

Direitos Autorais
14