

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 25 de outubro de 2019 às 08h04
Seleção de Notícias

O Globo | BR

Direitos Autorais

Mídia francesa processa Google por causa de lei de direitos autorais 3
ECONOMIA

G1 - Globo | BR

24 de outubro de 2019 | Software

Instalação de softwares piratas em escolas de MT teria causado prejuízo milionário aos cofres públicos 5

Consultor Jurídico | BR

24 de outubro de 2019 | Marco regulatório | INPI

STJ derruba nulidade da marca de cerveja sem álcool Liber 7

Dourados News | MS

24 de outubro de 2019 | Propriedade Intelectual

Workshop sobre redação de patentes será realizado em novembro 9
DOURADOS | DA REDAÇÃO

Migalhas | BR

24 de outubro de 2019 | Desenho Industrial

A proteção do trade dress no ambiente digital 11

Mídia francesa processa Google por causa de lei de direitos autorais

ECONOMIA



Associação quer que gigante americana cumpra determinação de pagar às empresas para exibir conteúdo jornalístico

PARIS

A imprensa francesa lançou seu contra-ataque ao Google, ao anunciar ontem a abertura de processo contra a gigante da tecnologia. Em julho, a França se tornou o primeiro país europeu a adotar a revisão das leis de **direitos** autorais aprovadas em março pelo Parlamento Europeu, mas, em vez de se propor a pagar pelo uso do conteúdo, o Google ameaçou removê-lo dos resultados das buscas, o que deve impactar o volume de acessos aos sites de jornais, com a consequente redução das receitas publicitárias.

- Este é um ato de força do Google - afirmou à AFP Pierre Louette, diretor executivo do grupo Les Echos-Le Parisien, que acusa a gigante de buscas de burlar a nova legislação. - O Google nos propõe optar entre amputar o nosso tráfego de **internet**, o que impedirá que os leitores nos encontrem por meio de seu mecanismo de pesquisa, ou amputar nossos direitos.

A ação está sendo movida pela Aliança da Imprensa

de Informação Geral (Apig, na sigla em francês), que reúne cerca de 300 publicações.

VISIBILIDADE MENOR

As novas regras entraram em vigor ontem. Elas preveem que as empresas de mídia possam negociar com plataformas on-line uma remuneração em troca da exibição de pequenos trechos de matérias e reportagens, como acontece nos resultados de busca do Google ou em compartilhamentos no Facebook. No fim de setembro, o Google anunciou que não pagaria pela exibição de conteúdos produzidos por veículos de mídia.

"Nós não aceitamos pagamento de ninguém para inclusão nos resultados de buscas. Nós vendemos anúncios, não resultados de buscas, e todos os anúncios são claramente marcados", afirmou Richard Gingras, vice-presidente da divisão News do Google, em texto publicado no blog da companhia. "E por isso que também não pagamos para empresas de mídia quando as pessoas clicam em seus links nos resultados de buscas".

Para se adequar à nova legislação, a companhia propôs mudar a forma de exibição dos conteúdos. Em vez da foto, com o título e um pequeno trecho da reportagem, como é hoje, os leitores franceses verão apenas o título, com o link para o site do jornal. Só que, com menor visibilidade, esses links tendem a ganhar menos cliques e perder relevância no algoritmo, reduzindo o número de visitas. Os veículos poderão manter o padrão atual se abrirem mão de qualquer pagamento.

A Alemanha adotou leis similares no início da década. Mas os veículos de mídia tiveram de se render ao Google, após observarem quedas no número de visitantes.

Continuação: Mídia francesa processa Google por causa de lei de direitos autorais

Ontem foi divulgada uma carta aberta assinada por cerca de 800 profissionais de imprensa, entre jornalistas, fotógrafos, cinegrafistas e donos de veículos de comunicação de toda a Europa, exigindo que os governos garantam que o Google e outras empresas de tecnologia cumpram as novas regras.

"A situação atual, na qual o Google desfruta da maior parte da receita publicitária gerada pelas notícias que coleta sem pagamento, é insustentável e mergulhou a mídia em uma crise que se aprofunda a cada ano", diz o documento, também endossado pela Aliança Europeia de Agências de Notícias e pela Associação Europeia de Editores de Jornais. O texto lembra que a produção de conteúdo de qualidade custa dinheiro.

"Ao fechar a porta a qualquer negociação, o Google cinicamente ofereceu à mídia uma escolha entre dois maus negócios. De um lado, pedese aos veículos que assinem um cheque em branco ao Google, renunciando ao pagamento pelo uso de suas notícias. Isso significaria aceitar a morte lenta que está esvaziando redações na Europa, como já aconteceu nos EUA", diz a carta. "Por outro lado, os veículos podem recusar, à espera de pagamento. Mas o Google promete uma terrível forma de retaliação: reduzir a visibilidade de suas notícias."

GOOGLE DIZ QUE HÁ OPÇÃO

A Associação Mundial de Jornais (WAN-Ifra, pela sigla em inglês) também declarou apoio ao posicionamento dos veículos franceses "contra a decisão do Google de burlar a lei de **direitos** autorais". Em comunicado, a organização afirma que a negativa do Google em pagar pelo conteúdo jornalístico é "não apenas desrespeitosa com o governo francês e seu Parlamento eleito, é também contra a lei que em breve será aplicada em todo o território da União Europeia".

Em nota, o Google afirmou que as empresas de mídia "têm mais opções do que nunca sobre como seu conteúdo é exibido. Independentemente da escolha que fizerem, não removeremos ninguém da busca e não mudaremos a maneira como avaliamos a relevância de uma página. A lei não exige pagamento por links, e os publishers europeus já obtêm um valor significativo das oito bilhões de visitas que recebem todos os meses das pessoas que pesquisam no Google."

Todos os países do bloco devem incluir em suas legislações locais as alterações definidas pelo Parlamento Europeu até junho de 2021.

Instalação de softwares piratas em escolas de MT teria causado prejuízo milionário aos cofres públicos



Segundo a CGE, foram firmados dois contratos no valor de R\$ 7,9 milhões aos cofres públicos. No entanto, apenas uma parte dos serviços previstos no contrato foi cumprida.

40% dos softwares instalados em escolas de Cuiabá e Várzea Grande eram piratas - Foto: CGE/Reprodução

Há indícios de desvio de dinheiro por meio de dois contratos firmados entre a Secretaria Estadual de Educação (Seduc) e o extinto Centro de Processamento de Dados de Mato Grosso (Cepromat), que se tornou Empresa Mato-Grossense de Tecnologia da Informação (MTI), para a instalação de softwares em escolas de Mato Grosso. Os contratos somam R\$ 9,9 milhões, sendo que, deste montante, foram pagos R\$ 7,9 milhões.

As irregularidades foram apontadas pela Controladoria Geral do Estado (CGE) e vieram à tona durante a Operação Quadro Negro, deflagrada nesta semana pela Delegacia de Combate à Corrupção.

abpi.empauta.com

Conforme o relatório, 40% dos softwares instalados em computadores de escolas de Cuiabá e Várzea Grande, região metropolitana da capital, eram piratas e outros 60% não possuíam o programa instalado.

Um dos contratos firmados no dia 7 de fevereiro de 2014, com vigência de um ano, custou R\$ 5 milhões e foi pago integralmente. No entanto, não foram executados todos os serviços previstos, conforme a CGE.

38 conteúdos possuíam apenas uma figura escrita carregando - Foto: CGE/Reprodução

Segundo a CGE, dos 815 títulos de aulas interativas fornecidos, 101 estavam em branco e 38 apareciam apenas uma figura com status carregando.

Ao todo, o contrato previa a instalação de 900 títulos e, efetivamente, a empresa entregou apenas 676.

O acordo previa a aquisição e a instalação de 250 mil **licenças** de softwares educacionais para aulas interativas no ensino fundamental e no ensino de jovens e adultos, nas disciplinas de português, estudos sociais, história, ciências, geografia e artes.

As instalações, segundo a Controladoria, deveriam ser feitas em 278 computadores interativos, em 30 escolas localizadas em Cuiabá, Várzea Grande, Diamantino, Juína, Juara, Lucas do Rio Verde, Matupá, Primavera do Leste, Rondonópolis, São Félix do Araguaia, Sinop, Tangará da Serra e Vila Rica.

Além disso, a empresa deveria oferecer serviços de customização, mídias de instalação, capacitação dos professores, manutenção e acompanhamento técnico pedagógico.

No entanto, todos os entrevistados por fiscais da CGE afirmaram que não receberam a capacitação

Continuação: Instalação de softwares piratas em escolas de MT teria causado prejuízo milionário aos cofres públicos

nos softwares e de conteúdos educacionais nas quais seriam ministrados nas escolas, de acordo com as cláusulas contratuais.

Mesmo nas escolas com softwares instalados, os responsáveis pelas escolas não receberam o treinamento.

Conteúdos desatualizados e materiais falsos

O segundo contrato firmado entre o Cepromat e a Seduc, em dezembro de 2014, com vigência de três anos, era no valor de R\$ 4,9 milhões, mas o governo pagou apenas R\$ 2,6 milhões, pois os serviços foram prestados parcialmente e de forma irregular.

O contrato previa a aquisição de 188.400 licenças de uso de softwares educacionais a serem instalados em 157 salas de aulas, de 30 unidades de educação básica de Mato Grosso, além dos serviços de capacitação em software e conteúdos educacionais, supervisão técnica e pedagógica, suporte e manutenção e **transferência** de tecnologia.

Conforme o relatório, foram realizadas inspeções em nove das 30 escolas previstas para ser contempladas com o conteúdo. Em todas elas, não haviam mídias de instalação ou softwares educacionais.

Os conteúdos instalados nas escolas estavam desatualizados e não tinham ligações com o estado. Segundo a CGE, havia conteúdos com títulos Copa do Mundo na África do Sul e outros como: O Município de Cotia - SP, Pontos Turísticos do Município de Cotia e O Município de Tatuí.

Os professores dessas escolas relataram aos fiscais que os conteúdos disponibilizados não atendem o público-alvo, principalmente nos Centros Edu-

acionais de Jovens e Adultos (CEJAs), pois julgaram que o conteúdo era muito infantil.

Além disso, o Cepromat deixou de entregar 450 lousas digitais, 500 projetores e 500 suportes para projetores para serem utilizados em conjunto com os programas educacionais.

Empresário Valdir Piran foi preso na Operação Quadro Negro - Foto: Defaz/Divulgação

Operação Quadro Negro

A operação Quadro Negro que apura o desvio de dinheiro público remete ao quadro e ao giz que ainda são usados nas escolas de Mato Grosso, já que não há lousas digitais. Também remete à situação estrutural crítica que a educação básica se encontra em razão dos prejuízos causados pelos desvios.

Durante a operação, nessa terça-feira (22), a polícia prendeu o empresário Valdir Piran, acusado de participar de esquemas que desviaram dinheiro público em Mato Grosso.

Segundo a Polícia Civil, Piran é suspeito de participar de desvios ocorridos nos contratos do Cepromat.

O ex-presidente da Câmara de Vereadores de Cuiabá, Wilson Teixeira (Dentinho), também é um dos alvos e foi preso.

A operação visa cumprir seis mandados de prisão preventiva e sete de busca e apreensão domiciliar, que serão cumpridos em Cuiabá, Brasília (DF) e Luziânia (GO).

STJ derruba nulidade da marca de cerveja sem álcool Liber

CONFUSÃO INEXISTENTE

O direito do uso exclusivo de marca pode ser mitigado no caso de marca que apresenta baixo grau de distintividade, constituída por uma expressão dicionarizada e de uso comum.

3ª Turma do STJ derrubou decisão que declarou a nulidade da marca Liber, da Ambev. Divulgação/Hélio Sassen Paz

Com esse entendimento, a 3ª Turma do Superior Tribunal de Justiça derrubou decisão que declarou a nulidade da marca de cerveja sem álcool Liber, da Ambev.

Nesses casos de marca com baixo grau de distintividade, explicou a ministra Nancy Andrighi, o STJ tem reconhecido que a exclusividade conferida ao titular de registro comporta mitigação, "devendo ele suportar o ônus da convivência com outras marcas semelhantes, afigurando-se descabida a alegação de anterioridade de registro quando o intuito da parte for o de assegurar o uso exclusivo de expressão dotada de baixo vigor inventivo".

A disputa envolve as marcas Líder e Liber. Na ação, a Líder, registrada anteriormente no **INPI**, pedia a nulidade da marca da cerveja sem álcool. O Tribunal Regional Federal da 2ª Região chegou a decretar a nulidade da marca, mas a decisão foi reformada pelo STJ.

"O uso da marca Liber não traduz circunstância que implique, ao menos potencialmente, violação dos direitos do recorrido, não configurando hipótese de aproveitamento parasitário, desvio de clientela ou concorrência desleal", disse a relatora.

A ministra explicou que o uso exclusivo de uma marca, previsto pelo artigo 129 da Lei de Propriedade Industrial, bem como o direito de exigir que terceiros se

abstenham de utilizar signos idênticos ou semelhantes, não podem ser considerados absolutos e irrestritos, pois estão condicionados às exceções previstas na própria lei e ao equilíbrio com os valores constitucionais da liberdade de expressão e da livre-iniciativa.

Para a verificação da caracterização de eventual violação de direito exclusivo, a ministra citou precedentes da 3ª Turma no sentido da necessidade de análise de quatro circunstâncias, sempre considerando as situações concretas: o grau de distintividade da marca, o grau de semelhança entre as marcas em conflito, o tempo de convivência e a natureza dos serviços prestados.

No caso dos autos, Nancy Andrighi afirmou que a expressão Líder, registrada pela empresa autora do pedido de nulidade, pode ser classificada como de menor grau distintivo, tendo em vista que constitui palavra comum na língua portuguesa, com pouca originalidade.

"Acresça-se a isso a circunstância de que as marcas em conflito - Líder e Liber -, apesar de sua parcial colidência gráfica e fonética, apresentam significados completamente diversos, evocando ou sugerindo ideias distintas: a primeira remete a uma situação de superioridade ou predomínio, enquanto a segunda sinaliza liberdade, autodeterminação", apontou a ministra.

Além disso, a ministra registrou que as empresas atuam em segmentos diferentes. Enquanto a Liber serve para identificar exclusivamente uma cerveja sem álcool, os registros da outra empresa foram expedidos para que ela os utilizasse na identificação de um grupo bem mais amplo de bebidas - incluídos, além de cervejas, sucos, refrigerantes e refrescos.

No entanto, segundo Nancy Andrighi, é fato in-

Continuação: STJ derruba nulidade da marca de cerveja sem álcool Liber

controverso no processo que a empresa detentora da marca Líder atua basicamente no segmento de vinhos e espumantes, e jamais chegou a usar a expressão controvertida para designar qualquer tipo de cerveja.

Desse modo - acrescentou - , não sendo essa empresa reconhecida pelo público consumidor como fabricante do mesmo tipo de bebida identificado pela

marca da recorrente (cerveja sem álcool), "não se vislumbra situação fática apta a possibilitar a ocorrência de confusão ou associação indevida". Com informações da assessoria de imprensa do STJ.

REsp 1.833.422

Workshop sobre redação de patentes será realizado em novembro

DOURADOS

O workshop "Redação de Patentes, Além dos Guias" prorrogou para até 4 de novembro as inscrições dos interessados em participar do evento. A participação é gratuita e limitada ao número de vagas. Para se inscrever, acesse o link: www.axonal.com.br/inscricoes.php?evento=202.

O cadastramento dos pré-inscritos será realizado das 8h30 às 9 horas, no local do evento, que será o Anfiteatro do Bloco A da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS). Como as vagas são limitadas, é imprescindível a pré-inscrição no site e aprovação prévia pelo comitê organizador. Os participantes deverão levar 1 kg de alimento não perecível (exceto sal e açúcar) ou um agasalho para doação.

O workshop acontecerá dias 07 e 08 de novembro e será ministrado por Henry Suzuki, empresário, inventor, especialista em patentes e idealizador do projeto. A programação prevê uma introdução sobre patentes e outros mecanismos de propriedade intelectual, incluindo uma revisão de guias e diretrizes e atividades, segundo o ministrante, prática com "mão na massa" envolvendo busca de informações em bases de patente, mapeamento de tecnologias, interpretação e redação de patentes.

O evento é destinado a pesquisadores, inventores, empreendedores e, principalmente, professores e profissionais dedicados ao compartilhamento de conhecimentos, independentemente de conhecimento prévio sobre patentes.

O objetivo é disseminar conhecimentos sobre

propriedade intelectual, inovação, busca e redação de patentes. A realização é do Núcleo de Inovação e **Propriedade** Intelectual (NIPI) da Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD) com apoio da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS), do Instituto Federal de Mato Grosso do Sul (IFMS), do Centro Universitário da Grande Dourados (UNIGRAN) através da Aceleradora INOVA, e da Comissão de Inovação da ACED (Associação Comercial e Empresarial de Dourados).

O projeto do Workshop está sendo realizado em mais de 70 edições em todo o país ao longo do ano de 2019, nas principais instituições brasileiras de ensino, pesquisa, empreendedorismo e inovação. em: https://www.axonal.com.br/capacitacao_info.php?id=202.

SOBRE O MINISTRANTE

Henry Suzuki: Sócio Diretor da Axonal Consultoria Tecnológica, Consultor Colaborador da Questel Consulting (FR). Agente da Propriedade Industrial. Especialista em bases de dados técnicas, patentárias e científicas. Graduado em Farmácia e Bioquímica pela Universidade de São Paulo e pós-graduado em administração de empresas pela Escola Superior de Propaganda e Marketing. Agente do Questel Orbit no Brasil. Titular da Cadeira nº 2 da Academia de Ciências Farmacêuticas do Brasil - Academia Nacional de Farmácia. Empreendedor, Inventor, Co-criador da Rede Mentores do Brasil.

MAIS INFORMAÇÕES

Continuação: Workshop sobre redação de patentes será realizado em novembro

Honorivaldo Albuquerque

Tel.: (67) 3410-2729

Chefe da Divisão de Inovação e Propriedade Intelectual da UFGD

Da Redação

nipi@ufgd.edu.br

A proteção do trade dress no ambiente digital



A utilização de celulares, *tablets* e computadores para a aquisição dos mais diversos produtos e contratação de todos os tipos de serviços é uma realidade incontestável em nossa sociedade e com tendências à contínua expansão. Dados de uma pesquisa recente¹ apontam para um aumento de 40% (quarenta por cento) no *e-commerce* brasileiro nos últimos dois anos, com a perspectiva de que, até o final de 2020, metade das compras realizadas no país sejam feitas por meio do comércio eletrônico, potencialmente transformando o comércio virtual na primeira opção dos consumidores.

Nessa perspectiva, o presente trabalho tem por objetivo analisar aplicação e forma de proteção alcançada pelo instituto do *trade dress*, pouco conhecido do público em geral, mas que vem recebendo gradualmente maior atenção da doutrina e servindo de base para decisões judiciais envolvendo a prática de concorrência desleal. Mais especificamente, o trabalho busca relacionar a aplicação da proteção do *trade dress* aos sites da internet no Brasil.

O instituto do *trade dress* tem origem no direito norte-americano e está relacionado ao conjunto de características que identificam de forma específica determinado produto ou serviço, "é a soma de elementos visuais e sensitivos que traduzem uma forma peculiar e suficientemente distintiva, vinculando-se à sua identidade visual, de apresentação do bem no mercado consumidor", não se confundindo diretamente com patente, desenho industrial ou marca, muito embora os diversos elementos que o constituem possam ser, individualmente, passíveis de registro.²

O *trade dress*, em nosso país, foi livremente tra-

abpi.empauta.com

duzido como conjunto-imagem, haja vista estar relacionado com uma ideia global de aparência transmitida ao consumidor, aquela passível de identificar com certa facilidade, via elementos de percepção visual e sensorial, determinado produto ou serviço. Como exemplo do conceito, Otavio Tinoco Soares menciona as redes de lanchonetes McDonalds ("a) a mesma aplicação de cores nas fachadas, laterais e no teto; b) as casas possuíam, praticamente, o mesmo formato; c) o balcão principal, as prateleiras, as mesas e cadeiras continham as mesmas características particulares; d) o "totem" que ostentava a sua marca adotava sempre a mesma fisionomia."),³ Wendy's e Burger King, tornando, assim, mais palpável o conceito.

Nosso sistema legal, entretanto, não prevê o registro desse conjunto-imagem como forma de assegurar direito ao uso exclusivo ou mesmo de prevenir ou impedir sua replicação por terceiros que objetivem auferir vantagem indevida mediante confusão do consumidor que, pelas características gerais externadas pelo produto ou serviço, acaba sendo levado a crer tratar-se do mesmo item.

Sendo relevante e fundada a preocupação, outros meios de proteção, entretanto, estão à disposição do titular do *trade dress* para, querendo, coibir tal prática. Diferentemente dos casos em que possível o registro ou arquivamento, a proteção dos direitos do titular do conjunto-imagem se dá sempre *a posteriori*, quando verificada efetivamente a ocorrência de apropriação indevida do conjunto de características por concorrente, causando, ainda que potencialmente, a confusão do público.

Essa proteção se dá, então, pela vedação que o sistema legal brasileiro confere às práticas de concorrência desleal, expressas nos artigos 195, III, e 209, ambos da lei 9.279/96. Cabe ressaltar, por oportuno, que a proteção a ser buscada em relação à utilização indevida do conjunto-imagem de produto ou serviço deve respeitar três requisitos, quais sejam

Continuação: A proteção do trade dress no ambiente digital

existência de replicação da imagem total ou aparência geral de um produto inerentemente distintivo e não funcional.⁴ Vale dizer, a utilização de características já amplamente utilizadas por determinado nicho de mercado para certo produto ou serviço não constitui violação ao *trade dress*, assim como a falta de oposição pelo detentor primário do conjunto de características afasta a alegação de concorrência desleal, uma vez que ausente a anterioridade e a novidade.

Feitas tais considerações, parece-nos que a proteção do conjunto-imagem é perfeitamente aplicável aos sites da internet, principalmente àqueles voltados ao comércio de produtos e serviços. Conforme referido anteriormente, a compra de produtos e contratação de serviços tende, de maneira sólida, a ser realizada cada vez mais pelo meio digital e, em pouco tempo, deve superar inclusive as transações feitas em meio físico.

Nesse sentido, o estabelecimento, a loja ou a empresa se transferem, em nível de percepção do usuário, para sites na internet e aplicativos de *smartphones* que, por seu turno, utilizam um conjunto de elementos visuais e até mesmo sonoros para a captação e retenção do cliente. Dentre os elementos aqui referidos estão o conjunto de cores, fontes das letras, diagramação, disposição dos campos, utilização de imagens e fotografias semelhantes, apelo emocional, semelhança de nome de domínio e marcas e etc.

A hipótese aqui aventada é aquela em que envolvida uma possibilidade de confusão a partir do *look and feel*⁵ de determinado *website* ou aplicativo, que pode gerar tanto a percepção de que se trata do mesmo produto ou serviço ofertado pelo concorrente já estabelecido na rede mundial de computadores, como também a possibilidade de confusão em relação àqueles que, existindo ainda somente no meio físico, têm seu conjunto de características replicado no meio digital, causando a impressão no consumidor de tratar-se do mesmo produto ou serviço.

Não resta dúvida, portanto, de que a vedação à concorrência desleal por uso indevido do conjunto-imagem (*trade dress*) de produtos e serviços tem aplicação também no ambiente digital, seja em sites da internet ou aplicativos de *smartphones* ou *tablets*, desde que verificada, como já referido anteriormente, a replicação indevida da imagem total ou aparência geral de um produto ou serviço inerentemente distintivo e não funcional.

Por fim, avaliando a jurisprudência nacional até aqui existente, em que aventada a prática da concorrência desleal por utilização indevida de conjunto-imagem, verifica-se que o STJ tem posicionamento firme em relação à necessidade de apresentação cabal da suficiência distintiva em relação ao bem tutelado, bem como da realização de perícia técnica para a apuração do conflito com a propriedade industrial de outra titularidade.

1 - Pesquisa mostra que e-commerce cresceu quase 40% no Brasil em um ano

2 - Propriedade industrial e Conjunto-imagem (trade dress) .

3 - O emprego inadequado do termo Trade Dress.

4 - O emprego inadequado do termo Trade Dress .

5 - Evolving Law of Trade Dress in a Digital World.

***Thomaz Cinel** é advogado da banca Robert Juenemann Advocacia, especialista em direito empresarial pela FGV e em processo civil pela PUC/RS.

Thomaz Cinel

Índice remissivo de assuntos

Direitos Autorais

3

Software

5

Marco regulatório | INPI

7

Propriedade Intelectual

9

Patentes

11

Desenho Industrial

11