

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 22 de janeiro de 2020 às 07h59
Seleção de Notícias

Estadão.com.br - Últimas notícias | BR

Desenho Industrial

Os impactos do Marco Civil do Franchising no sistema de franquias brasileiro 3

BOL - Notícias | BR

Patentes

China avança em corrida tecnológica contra EUA, segundo dados 5

Meio & Mensagem Online | BR

22 de janeiro de 2020 | Patentes

Marcas de bebidas lideram punições do Conar em 2019 6
COMUNICAÇÃO

Migalhas | BR

Propriedade Intelectual

Especialistas elencam desafios para modernização da lei de direitos autorais 10

Os impactos do Marco Civil do Franchising no sistema de franquias brasileiro



Foto: Angela Reze

O ano estava quase acabando e o Marco Civil do Franchising, em discussão já há alguns anos, foi promulgado pela lei nº 13.966. A nova legislação tem como premissa garantir mais informações a franqueados e candidatos a franqueados, dando ainda mais transparência às relações de franquia empresarial -- um princípio, vale ressaltar, já consagrado na Lei do Franchising, em vigor desde 1994. Por mais de 25 anos a Lei do Franchising garantiu que informações essenciais do sistema de franquia de um franqueador fossem divulgadas previamente aos candidatos a franqueado antes da assinatura do Contrato de Franquia.

As grandes conquistas da nova legislação, portanto, não estão nas mudanças propostas em relação à elaboração da Circular de Oferta de Franquia (COF) e do Contrato de Franquia, mas no impacto que ela traz ao sistema de franchising em si.

A primeira delas foi o reconhecimento de que a re-

abpi.empauta.com

lação entre franqueado e franqueador não gera uma relação de consumidor ou de empregado, algo que já havia sido confirmado pela jurisprudência predominante que discute o assunto.

A sublocação do ponto comercial foi outro grande avanço da nova lei. Essa matéria estava, até agora, sujeita à Lei do Inquilinato, que limitava o direito do franqueador de sublocar um ponto comercial a um franqueado da rede. A partir de agora, com a nova legislação, qualquer franqueador interessado em manter um determinado ponto comercial poderá alugá-lo diretamente do proprietário para, então, sublocar o imóvel ao seu franqueado, optando, inclusive, por cobrar um valor superior ao da locação original. Pelo novo texto o franqueador poderá lucrar também com a sublocação do ponto, o que antes era inviável. Outra mudança é que, agora, tanto o franqueador (sublocador) quanto o franqueado (sublocatário) poderão promover a renovação do contrato de locação, o que antes era prerrogativa apenas do franqueado sublocatário.

O reconhecimento da franquia social é outra novidade. Existe agora a possibilidade de o franchising poder ser utilizado também para expansão de projetos sociais em qualquer área -- saúde, educação, cultura, esportes -, o que permite às entidades sem fins lucrativos ampliarem suas atividades para outros locais utilizando as ferramentas do sistema de franchising.

Por outro lado, a franquia pública não teve a mesma clareza no texto da nova legislação. O presidente Jair Bolsonaro vetou o artigo 6º do Projeto de Lei que deu origem ao Marco Civil do Franchising e que determinava que as empresas públicas, as sociedades de economia mista e as entidades controladas direta ou indiretamente pela União, Estados, Distrito Federal e Municípios poderiam adotar o sistema de franquia, desde que precedida de Oferta Pública de

Continuação: Os impactos do Marco Civil do Franchising no sistema de franquias brasileiro

Franquia. Entendeu o presidente que esse artigo geraria insegurança jurídica ao estar em descompasso com a Lei das Estatais (Lei nº 13.303/2016), que dispõe que as empresas estatais realizem procedimentos licitatórios com base nesse marco regulatório. Ainda assim, o novo Marco Civil do Franchising manteve a redação original do Artigo 1º com a definição e aplicabilidade do sistema de franquia empresarial também às empresas públicas, ao confirmar que "o sistema de franchising pode ser adotado tanto por empresas privadas, como também por empresas estatais". Infelizmente, a insegurança jurídica prevaleceu.

Ainda assim, o novo Marco Civil do Franchising chega em um momento de expressivo crescimento e notoriedade do sistema de franquias brasileiro, trazendo uma legislação atualizada com a jurisprudência e a prática do mercado de franquias, garantindo assim o cumprimento dos princípios da informação, da transparência e da ética tão propagadas pelo segmento nos últimos anos.

A nova lei que aprovou o Marco Civil do Franchising

entrará em vigor no final de março, revogando a atual Lei do Franchising, de 1994.

Abaixo, para concluir, um resumo das mudanças impostas pela nova lei à Circular de Oferta de Franquia (COF) e ao Contrato de Franquia.

Quotas mínimas de compra de produtos; Condições para a recusa dos produtos ou serviços exigidos pelo franqueador; Situação de direitos de propriedade intelectual da franqueadora, além das marcas e **patentes** (tais como direitos autorais, **desenhos** industriais, cultivares) e quais são os pagamentos a serem feitos por direitos de propriedade intelectual do franqueador, e não só sobre a marca; Como se dará a sucessão e o repasse da franquia; O prazo do Contrato de Franquia e as condições de renovação; As situações em que são aplicadas penalidades, multas ou indenizações e seus respectivos valores; A política de atuação territorial, se houver, e quais são as regras de concorrência territorial entre unidades; Entre outros. Continuar lendo Andrea Oricchio*

China avança em corrida tecnológica contra EUA, segundo dados

(Bloomberg) -- O temor dos Estados Unidos de perder vantagem tecnológica em relação à China ajudou a alimentar a guerra comercial entre as duas maiores economias do mundo. E os dados mais recentes do índice global de inovação mostram que a preocupação não é infundada: a diferença está menor do que nunca.

Os EUA perderam uma posição e agora estão em 9º lugar na lista das economias mais inovadoras do mundo, dando continuidade à queda gradual depois de ocupar o topo do ranking quando o índice foi publicado pela primeira vez em 2013. A China estava na 29ª posição naquela época, mas está subindo desde então e avançou mais um degrau, para a 15ª este ano.

Havia pontos positivos no índice para os EUA, que continua sendo o líder mundial em atividade de **patentes** e densidade de alta tecnologia.

Mas, em educação, os EUA caíram quatro posições, para o 47º lugar. Dados do Programa Internacional de Avaliação de Estudantes da OCDE, ou PISA na sigla em inglês, mostram que as pontuações dos EUA não melhoraram na última década - ou nos últimos 30 anos, no caso de estudantes de baixo desempenho. Apenas 8% dos estudantes norte-americanos obtiveram o melhor nível de matemática, em comparação com 44% nas áreas costeiras da China.

Os EUA também têm taxas mais baixas de graduação

e uma parcela menor de graduados em ciências e engenharia do que a maioria de seus pares do Grupo dos Sete. Enquanto isso, a China dobrou o número de profissionais (incluindo estudantes de doutorado) em pesquisa e desenvolvimento para 4 milhões na última década: 10 vezes o aumento alcançado nos EUA.

Embora o presidente dos EUA, Donald Trump, e muitos congressistas do país acusem a China de roubar **direitos** autorais intelectuais para diminuir a brecha tecnológica, os números sugerem que isso também acontece de outras maneiras.

"Sem investimentos em educação e pesquisa, as tarifas comerciais não manterão a vantagem econômica da América", disse Tom Orlik, economista-chefe da Bloomberg Economics.

O Índice de Inovação Bloomberg classifica os países em uma escala de 0 a 100, usando dezenas de critérios em sete categorias que incluem gastos com pesquisa e desenvolvimento, capacidade de fabricação e concentração de empresas de alta tecnologia com capital aberto.

Para contatar o editor responsável por esta notícia: Daniela Milanese, dmilanese@bloomberg.net

Repórteres da matéria original: Alexandre Tanzi Washington, atanzi@bloomberg.net; Wei Lu em Nova York, wlu30@bloomberg.net

Marcas de bebidas lideram punições do Conar em 2019

COMUNICAÇÃO



Empresas do segmento ocupam quatro das seis posições da lista, elaborada com base em levantamento do Meio & Mensagem

A Ambev é a líder isolada do ranking de anunciantes mais punidos no Conar em 2019. O levantamento é elaborado pelo nono ano consecutivo por Meio & Mensagem, com base nas informações publicadas pelo Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária em seu site.



Das dez condenações da Ambev, oito foram por ações envolvendo a cerveja Skol, uma da marca Brahma e uma de Stella Artois. No ano passado, o ranking das empresas mais punidas pelo Conar foi liderado pela Divcom **Pharma**, LG e Nestlé, sendo que naquele ano cada uma dessas quatro empresas foi condenada três vezes.

No levantamento relativo a 2019, os fabricantes de bebidas alcoólicas ocupam quatro das seis posições - considerando anunciantes que tiveram, pelo menos, três punições. Após a Ambev, o ranking segue com Coca-Cola, Claro e Diageo, com quatro condenações cada, e Heineken e Missiati, com três.



Assim como nos últimos anos, boa parte dos processos julgados pelo Conar são de ações comerciais feitas em redes sociais por influenciadores. Em 2019, dois processos da Ambev envolveram a cantora Anitta. Em março, a Skol parecia nos Stories feitos pela cantora em sua festa de aniversário. E em outubro, em nova postagem feita pela cantora, o cantor abriu outro processo para avaliar a postagem da bebida Skol Beats, 150 BPM, feita em parceria com Anitta, que pouco antes havia sido nomeada head de criatividade e inovação da marca.

Veja, abaixo, o ranking dos anunciantes mais penalizados, elaborado pela quantidade de processos que resultaram em condenações:

Continuação: Marcas de bebidas lideram punições do Conar em 2019



Ambev - 10 condenações

Três das condenações da Ambev envolvem a cantora Anitta. Em duas, a decisão foi por sustação das peças veiculadas em redes sociais, com advertência ao anunciante e à artista. A postagem com o texto "Em homenagem ao funk, a nova Beats é 150 BPM, porque é mais acelerada do que todas as Skol Beats que vocês já viram" foi punida pela aparição em veículo dirigido a público predominantemente jovem. O segundo caso é parecido, com publicação de foto em que ela bebe diretamente de uma lata de Skol, novamente sem frase recomendando consumo responsável e sem explícita identificação publicitária. Além de Anitta, a Ambev também recebeu punições pela campanha "Puro Malte", que brincava com o tema das fake news, um comercial em animação veiculado na internet e criado para Skol pela F/Nazca S&S. Outro pedido de alteração, mas desta vez agravado por advertência, foi motivado por



ação de Skol nas redes sociais que associavam a cerveja ao grupo sul-coreano de k-pop BTS, com uso do título "BTS - Bora Tomar uma Skol". A reprovação se deve ao forte apelo da banda junto ao público infanto-juvenil. Também com recomendação de alteração e advertência aos anunciantes, terminou processo envolvendo a Ambev, sua agência Score Group e a Gol Linhas Aéreas, pela promoção "Gol por preço de Brahma", com passagens anunciadas a R\$ 3,90, que causou pane no site da empresa aérea, o que levou muitos consumidores a questionarem a veracidade da ação. Em outros três casos, anúncios em mídia exterior foram reprovados por infringirem as regras do Conar, que recomendam que, neste meio, a publicidade de bebidas alcoólicas deve se limitar à exibição do produto, sua marca, slogan e frase de advertência sobre consumo responsável. E, finalmente, terminou com pedido de alteração, a divulgação de um serviço de delivery nas redes sociais, criada pela Bullet para Skol, com o título "SOS Skol - Apertou, chegou, maratonou". O Conar solicitou a inclusão de explicação mais precisa sobre o acesso ao serviço, que se faz mediante um app.



Continuação: Marcas de bebidas lideram punições do Conar em 2019



Claro - 4 condenações

A operadora de telefonia sofreu quatro pedidos de alteração, um deles com advertência. Neste último caso, em decorrência de desconformidade da cobrança recebida em relação ao preço de R\$ 79,00 por 35 megas por mês, anunciado na internet. Os outros três casos de alteração envolveram a publicidade de ligações ilimitadas (em que havia cobrança de "taxa de deslocamento"), o acesso ao conteúdo de revistas oferecido como complemento ao serviço de telefonia (na verdade, restrito a alguns planos) e a liderança em velocidade com fibra ótica. Antes do julgamento, o Conar realizou reunião de conciliação entre a Claro e a Vivo, que fez a reclamação, mas o encontro não resultou em entendimento.

Coca-Cola - 4 condenações

Uma das condenações com pedido de alteração da Coca-Cola se deu por postagem nas redes sociais feita pela cantora Anitta, sem a informação de que se tratava de publicidade. O anunciante reconheceu o equívoco e a cantora acrescentou a identificação à postagem. Outro caso terminou com pedido de alteração na embalagem de Guaraná Kuat 220 ml que destaca "nova receita com 37% menos açúcares", no sentido de deixar claro se ficou mais saudável ou apenas mudou de categoria em função da concorrência. Anúncio em mídia exterior de Coca-Cola Café, com o título "Gás extra para virar a noite jogando", ilustrado por foto de crianças jogando vídeo game, teve

pedido de sustação pela mensagem propor inadequadamente o consumo excessivo do produto, condenando também a veiculação próxima a escolas. A quarta condenação envolve a campanha "O poder das sementes", de Ades, e a Twogether Produções Artísticas, e teve pedido de alteração agravada por advertência ao anunciante, ainda não detalhado no site do Conar.

Diageo - 4 condenações

Todas as quatro condenações da Diageo se deram por anúncios em mídia exterior. Peça com o título "Celebre com o novo drink Johnnie Highball", teve pedido de sustação por infringir quatro itens do Código. Mensagem de Smirnoff Ice foi punida com pedido de alteração por usar ilustração de um skate, que remete a tema de interesse de crianças e adolescentes, o que extrapola as recomendações para publicidade de bebidas alcoólicas. Anúncio do Old Parr, com o título "O whisky 12 anos mais vendido do Brasil", foi sus-tado por conter texto que não é o slogan do produto. E campanha de Johnnie Walker foi julgada por não publicar frase de advertência sobre consumo responsável, terminando com pedido de alteração.

Heineken - 3 condenações

Duas condenações ocorreram por veiculações em mídia exterior que excediam a recomendação de que a publicidade de bebidas alcoólicas se limite, neste meio, à exibição do produto, sua marca, slogan e cláusula de advertência, sem apelo de consumo. O caso da marca Amstel teve pedido de sustação, agravada por advertência, e o da cerveja Schin com a cantora Ivete Sangalo, de sustação. O anunciante foi advertido em outra ocasião pela ausência em áudio da frase de advertência, recomendando consumo moderado do produto, em vídeo da Heineken nas redes sociais.

Missiato - 3 condenações

O anunciante foi punido três vezes com sustação,

Continuação: Marcas de bebidas lideram punições do Conar em 2019

agravada por advertência, por ações da marca de bebidas alcoólicas Corote. Postagem nas redes sociais que mostram imagens de jovens ingerindo o produto foi condenada por ausência de mecanismo seletivo de acesso e de frase recomendando consumo responsável do produto, uso de imagens que remetem ao universo infanto-juvenil e incentivo ao consumo exagerado. A fabricante alegou não ter sido responsável pelos anúncios, sendo apenas uma empresa presente nos eventos promocionais da bebida. Em outra veiculação nas redes sociais, nova ausência de mecanismo de acesso seletivo, alusão a temática infantil, mostrando pessoas que não aparentam ter 25

anos ou mais de idade e frase de advertência de difícil leitura. A terceira condenação foi motivada por post feito pelo influenciador digital Cocielo, com ausência de ferramenta que limite o acesso de menores de idade, frase recomendando consumo responsável e informação de que se trata de publicidade. **Marca** e influencer disseram que a postagem era um agradecimento do blogueiro por presente recebido

Especialistas elencam desafios para modernização da lei de direitos autorais



Um projeto em trâmite na Câmara dos Deputados busca modernizar a lei dos **direitos** autorais, especialmente quanto ao uso de obras na **internet**. Trata-se do PL 2.370/19, que está pronto para votação na Comissão de Cultura, onde a relatora, deputada Maria do Rosário, propôs substitutivo recomendando a aprovação com algumas modificações.

A lei atual data de 1998 (lei 9.610), período incipiente, no país, do acesso à **internet** e, conseqüentemente, do consumo e compartilhamento de conteúdo na rede. Assim, é inegável a necessidade de atualização do normativo brasileiro acerca dos

direitos autorais sob a perspectiva das novas tecnologias.

Apesar da urgência do tema, o desafio é grande, como apontam especialistas. A advogada **Luiza Sato**, sócia do escritório **ASBZ Advogados**, destaca o risco da nova lei já nascer obsoleta, ao não considerar inovações lançadas durante a tramitação: "**Hoje** vemos soluções mais rápidas e efetivas para a proteção de **direitos** autorais na **internet** sendo tomadas nas esferas judicial ou administrativa."

De acordo com a advogada **Vanessa Bastos Augusto** de Assis Ribeiro, sócia do escritório **Gusmão & Labrunie - Propriedade Intelectual**, o PL 2.370/19 ainda precisa amadurecer, "**não** só em termos de técnica legislativa, mas também para que possa ter mais ressonância em termos de sociedade e estímulo a novos modelos de negócio". "**Temos** que pensar em uma lei que atenda a interesses múltiplos - que não só proteja o direito de autor, como fomente os negócios", afirma.

Também nesta linha é a avaliação do advogado **Antonio Curvello**, sócio do escritório **Daniel Advogados**: "A dificuldade principal é o legislador acompanhar estas **inovações** tecnológicas, sobretudo num ambiente digital sem fronteiras, onde, muitas das vezes, é necessário a cooperação e alinhamento legislativo entre diferentes jurisdições."

Não à toa, especialistas ponderam que não há uma solução única para diversos problemas, e o debate a ser travado no Legislativo deve passar por questões como: quais os problemas que se busca resolver; quais benefícios a nova legislação promove; quais os impactos de segunda ordem; e até mesmo conseqüências inesperadas com as mudanças. Pressupõe-se, assim, a importância de um olhar para diversos atores da sociedade.

Continuação: Especialistas elencam desafios para modernização da lei de direitos autorais



Direito autoral e difusão da cultura

Um desafio é o de se compatibilizar a proteção do **direito** autoral com a ampla difusão à cultura: "A tecnologia deve ser vista como uma aliada do artista, devendo a legislação autoral moldar-se à realidade tecnológica do mercado para combater infratores, ao mesmo tempo garantir que o patrimônio artístico-cultural seja disseminado na sociedade", pondera Curvello.

Soma-se a isso, acrescenta Luiza Sato, a ponderação do princípio da insignificância, "*especialmente* quanto tratamos do constante e fácil uso, sem a devida autorização, de partes de obras protegidas pela população sem fins lucrativos", além do desafio da fiscalização e aplicação da lei de **direitos** autorais no mundo digital.

Uma questão relevante é levantada por Vanessa Ribeiro: a importância de os legisladores não fecharem os olhos para as particularidades brasileiras, o que inclui considerar que o Brasil tem um passado recente de ditadura militar, de modo que as novas normativas não representem risco à jovem democracia. "*Talvez*, olhar menos para o modelo europeu, que tem uma realidade de sociedade diferente, e entender o que funciona para a sociedade brasileira, os empresários e os autores do país", pondera.

Responsabilização de provedores

Entre as principais modificações previstas na proposta legislativa é a possibilidade de responsabilidade solidária do provedor de **internet** caso não remova conteúdo que viole **direitos** autorais após notificação do titular dos direitos.

"A tendência hoje é que se espere um papel mais ativo e uma maior responsabilidade das compartilhadores de conteúdo", explica **Antonio** Curvello. "**O** principal desafio na responsabilização das plataformas digitais é criar mecanismos efetivos que combatam infrações autorais, porém, garantir, ao mesmo tem-



Continuação: Especialistas elencam desafios para modernização da lei de direitos autorais

po, que a liberdade de expressão, valor este fundamental em qualquer regime democrático, seja preservada, e que o ônus sobre as plataformas digitais não seja um obstáculo para os seus respectivos desenvolvimentos e viabilidade econômica."

O advogado lembra, no entanto, que apesar do "silêncio legislativo", as Cortes brasileiras já vêm aplicando, em sua maioria significativa, a responsabilidade do provedor, caso ele seja notificado da infração e permanece inerte.

Luiza Sato esclarece que a previsão do PL veio suprir a lacuna do marco civil da **internet**, que deixou para legislação específica regular a responsabilidade do provedor por infrações a direitos de autor ou a direitos conexos. Contudo, prossegue, "**podia** haver prejuízos relacionados à liberdade de expressão e criação de entraves para negócios desenvolvidos na **internet**".

"**Conseguimos** verificar um movimento internacional para que os provedores sejam sim solidariamente responsáveis nos termos do PL 2.370/19, especialmente considerando a recente Diretiva Europeia de **Direitos** Autorais, de acordo com a qual os provedores devem fazer o controle de conteúdo protegidos por **direitos** autorais em seus serviços, podendo ser responsabilizados no caso da veiculação não autorizada pelo detentor do direito de autor.

Ainda, mesmo nos EUA, hoje vem sendo reavaliado o Digital Millennium Copyright Act, legislação que cria um verdadeiro porto seguro para provedores quanto a ilícitos envolvendo direitos autorais decorrentes da propagação de material protegido sem autorização de seus detentores."

Para Curvello, a responsabilidade solidária do provedor de **internet** deve ser de difícil implementação para as plataformas, ou trazer um ônus econômico excessivo para a continuação das suas atividades.

"A pergunta a se fazer é se a responsabilidade somente neste caso é suficiente para promover a proteção dos direitos autorais. Recentemente, a nova Diretiva da União Europeia sobre o Direito de Autor foi além e abriu a possibilidade, em seu artigo 17, de se responsabilizar algumas plataformas digitais por conteúdo infratores, independentemente de notificação prévia do titular da obra. Ou seja, as plataformas deverão agora ter um papel mais ativo no combate à violação de direitos autorais, e não somente reativo. Como se sabe, esta modificação de paradigma causou uma reação de vários setores da indústria, mas também da sociedade civil. Agora, é esperar a sua implementação em nível nacional dos Estados-membros e ver os seus desdobramentos práticos."

Em verdade, o risco de insegurança jurídica, as dificuldades de se colocar em prática esse papel ativo e, conseqüentemente, levar a um excessivo bloqueio de conteúdos são pontos que chamam a atenção dos provedores.

Vale lembrar que o próprio cenário governamental pode impor dúvidas quanto à aplicação da novel legislação, como por exemplo, qual seria o ministério responsável pela área. Se o relatório/substitutivo da deputada Maria do Rosário estivesse vigente nos dias de hoje, o ministério do Turismo seria o responsável.

"**Notice and notice**"

O PL também prevê (§§ 6 e 7 do artigo 88-B) situação de exclusão da responsabilidade do provedor da **internet**: a chamada "notice and notice", uma "opção interessante, utilizada no Canadá", avalia Antonio Curvello. O advogado elucida:

"**No** notice and notice o provedor comunica ao usuário que publicou o conteúdo sobre a reivindicação de direito autoral de terceiro, cabendo ao usuário escolher se o conteúdo poderá ser excluído pelo provedor ou não. Caso o usuário entenda que a sua publicação não atinge direitos de terceiros, ele pode

Continuação: Especialistas elencam desafios para modernização da lei de direitos autorais

optar por manter o conteúdo disponível. Nesta hipótese, assume a responsabilidade integral por uma possível infração, eximindo totalmente a plataforma."

Amplo espectro

Um ponto salientado pela advogada **Vanessa Ribeiro**, e que deve entrar no radar dos legisladores, é a própria ressignificação do que constitui a autoria de uma obra.

"*Atualmente*, falamos de obras criadas por inteligência artificial, ou modelos preditivos, e o quanto seria lícito ou não usar isso. É preciso um conceito que consiga abarcar o amanhã. Será que ainda faz sentido a ideia de obra como criação do espírito humano? Devemos refletir o que temos de entendimento social para isso, e o que queremos. As legislações não têm que ter o condão de frear novos modelos de negócio."

Há poucos anos, por exemplo, uma selfie foi o estopim para um enorme debate nos EUA. Naruto, um

macaco, encontrou uma câmera que estava sob um tripé, sorriu e apertou o botão. A inusitada selfie levou a uma disputa entre o fotógrafo (dono da câmera) e a organização Peta - Pessoas pelo Tratamento Ético de Animais, que buscou atribuir ao animal direitos sobre a foto que viralizou na **internet**. Uma Corte dos EUA rejeitou o pedido da ONG.

"*São* vários os temas que estão interrelacionados à forma como se enxerga a autoria e, consequentemente, à resposta para o Direito Autoral. O país tem cérebros muitos bons para pensarem em algo que sirva para o Brasil e que não seja uma mera cópia da legislação exterior", conclui Vanessa.

De fato, a avaliação dos estudiosos é de que o Brasil tem plenas condições de seguir um caminho próprio - até porque as normativas estrangeiras ainda passam por amadurecimento e ainda é cedo para se afirmar como serão recebidas na prática.

Índice remissivo de assuntos

Patentes

3, 5, 6

Desenho Industrial

3

Direitos Autorais

5, 10

Propriedade Intelectual

10

Inovação

10