

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 14 de janeiro de 2021 às 07h39
Seleção de Notícias

Exame.com | BR

Patentes

IBM registra três vezes mais patentes que a Apple em 2020 3
LUCAS AGRELA

Consultor Jurídico | BR

Marco regulatório | INPI

Lia: A diferença entre reprodução e imitação de uma marca? 5

Agência Estado - Broadcast | BR

14 de janeiro de 2021 | Patentes

Inteligência artificial revoluciona o mercado internacional de inovação aberta 7

IBM registra três vezes mais patentes que a Apple em 2020



No ano marcado pela pandemia do novo coronavírus, a inovação não parou. Em 2020, foram registradas nos Estados Unidos 352.013 novas **patentes**, menos de 1% do número de 354.428 de 2019, segundo levantamento da empresa de monitoramento IFI Claims Patent Services. Reconhecida mundialmente em setores como computação em nuvem, inteligência artificial e computação quântica, a americana IBM registrou mais do que três vezes o número de **patentes** da Apple em 2020. Foram 9.130 registros.

A empresa responsável pela fabricação de chips do iPhone, chamada Taiwan Semiconductor Manufacturing (TSMC), também obteve mais patentes do que a Apple, que ficou em oitava colocação no ano, logo atrás da LG.

A segunda empresa que mais conseguiu novas patentes foi a sul-coreana Samsung, com 6.415, seguida pela japonesa Canon no top 3, com 3.225. A Samsung também aparece na 16ª posição com a sua divisão de displays, que fornece as telas do iPhone 12 da Apple.

Amazon, Facebook e Google também estão no top 50 empresas que mais registraram patentes nos EUA em 2020. A lista completa está ao final da matéria.

"No geral, a atividade de **patentes** dos EUA caiu ligeiramente no ano passado, apesar da pandemia. Esta é uma pequena queda no que tem sido uma trajetória de alta que vimos na última década, e ainda é 13% maior do que o que vimos em 2018", afirmou, em nota, Mike Baycroft, CEO da IFI CLAIMS Patent Services. Segundo ele, será necessário esperar pelo menos mais um ano para determinar se a pandemia teve algum impacto no ritmo de novos registros de **patentes**.

As 50 empresas que mais registraram patentes nos EUA em 2020

- 1 IBM - 9130
- 2 Samsung Electronics - 6415
- 3 Canon - 3225
- 4 Microsoft - 2905
- 5 Intel Corp - 2867
- 6 Taiwan Semiconductor Manufacturing (TSMC) - 2833
- 7 LG Electronics - 2831
- 8 Apple - 2792
- 9 Huawei Technologies - 2761
- 10 Qualcomm - 2276
- 11 Amazon Technologies - 2244
- 12 Sony - 2239
- 13 BOE Technology Group - 2144

Continuação: IBM registra três vezes mais patentes que a Apple em 2020

14 Toyota - 2079

15 Ford - 2025

16 Samsung Display - 1902

17 Google - 1817

18 General Electric - 1760

19 Micron Technology - 1535

20 Hyundai - 1464

21 Boeing - 1435

22 Telefonaktiebolaget LM Ericsson - 1366

23 Seiko Epson - 1334

24 Kia Motors - 1323

25 Panasonic - 1283

26 AT&T - 1238

27 Honda - 1205

28 Mitsubishi - 1204

29 Texas Instruments - 1147

30 EMC - 1094

31 Cisco - 1059

32 Sharp - 1042

33 Denso - 1030

34 LG Display - 989

35 Robert Bosch - 965

36 Toshiba - 957

37 LG Chem - 947

38 Facebook - 938

39 NEC - 937

40 SK Hynix - 930

41 RicohCoLtd - 928

42 Fujitsu - 917

43 Koninklijke Philips - 874

44 Hewlett Packard - 873

45 Dell - 849

46 Fujifilm - 814

47 Hewlett Packard Enterprise - 807

48 GM - 781

49 Halliburton Energy - 771

50 Murata Manufacturing - 764

Lia: A diferença entre reprodução e imitação de uma marca?



Por Mauricio Serino Lia

Neste texto, trataremos informações sobre uma pergunta recorrente por parte de clientes quando falamos tecnicamente do crime de reprodução ou imitação da marca. Afinal, qual a diferença entre esses jargões no campo marcário?

Ambas são uma forma de contrafação que, em resumo, é a cópia da marca por um terceiro não autorizado pelo titular.

Na reprodução, como o nome indica, temos o ato de produzir de novo, de replicar, fazer da mesma forma. Por analogia, aqui lembramos da falsificação de moeda, em que se tenta copiar o original fielmente. Há uma cópia simples e objetiva, uma réplica, sem muita criatividade.

Quando uma marca nominativa é reproduzida, por exemplo, há a cópia total ou parcial de sua denominação, mesmo que à marca original se adicionem letras ou outros elementos. Ex.: Marca ABC. Reprodução: ABC ou ABCX.

O mesmo ocorre se a reprodução se dá na parte figurativa da marca, já que "(...) se nesse caso não há cópia material da marca, é indiscutível que há

reprodução servil da ideia [sic] representada" Nesse caso, o design da marca também é reproduzido, como geralmente ocorre com os símbolos de marcas famosas, como Nike, Adidas e tantas outras.

Nos comentários à Lei da Propriedade Industrial, de Dannemann, é explicado com clareza que "a reprodução sem autorização do titular é de grande objetividade e fácil aferição. Caberá ao agente do crime a comprovação de uma autorização proveniente da vítima. Sem ela, estará caracterizado, ab initio, o cometimento do crime" .

A citada obra esclarece que, para a tipificação do crime, não é necessária a confusão nem indução do consumidor a erro. "É forçoso concluir que, se houve reprodução (...), a marca se confunde com a original e tal fato, por si só, já permite a tipificação do crime" .

Na imitação temos uma cópia que não atinge necessariamente a raiz da marca, mas seus elementos acessórios, mesmo que incidindo sobre palavras ou partes de palavras de uso comum. "(...) Neste caso, não há uma cópia servil da marca registrada, mas semelhança capaz de criar confusão prejudicial ao titular da marca original e aos próprios consumidores. A identidade caracteriza a reprodução; a semelhança a imitação" (grifo do autor). Na imitação, portanto, o potencial de erro ou confusão pelo consumidor é indispensável, necessitando, assim, de uma demonstração de que isso possa ocorrer

De acordo com o professor Denis Borges Barbosa, citando Gama Cerqueira e Pontes de Miranda: "Assim, exatamente como descrevem Gama e Pontes de Miranda, contrafação é a reprodução, no todo ou em parte, de marca registrada, ou imitação - quando a imitação possa induzir confusão" (grifo do autor).

Percebe-se, assim, que é dada a devida atenção, no caso de imitação, à possibilidade de induzir à confusão.

Gama Cerqueira, baseando-se no anterior Código da Propriedade Industrial, assim definiu:

1) A reprodução, que se verifica, como a expressão indica, quando a marca alheia é copiada ou reproduzida, no todo ou em parte;

2) A imitação, que é, de modo geral, a reprodução disfarçada da marca, conservando-se o que ela tem de característico, malgrado diferenças mais ou menos sensíveis introduzidas pelo contrafator;

3) A usurpação, que se caracteriza pela aplicação da marca legítima em produto ou artigo de procedência diversa.

Tanto no caso de reprodução quanto no de imitação, não é necessário o dolo, o ganho e nem o uso da marca nos produtos pelo contrafator, mas, no caso da imitação, é necessária a possibilidade da confusão, como já dito. Na reprodução, a consumação do crime é verificada com a simples cópia em si.

Por ser o delito da reprodução muito evidente, de fácil incriminação, verifica-se na prática maior incidência da imitação, na tentativa de disfarce de forma mais "criativa", como, por exemplo, em logotipia muito parecida, a marca Droga Rainha ao ser comparada com Droga Raia.

Continuação: Lia: A diferença entre reprodução e imitação de uma marca?

Ao analisar os novos pedidos de marcas, o **Inpi** brasileiro realiza uma análise formal e, depois, uma técnica, mais aprofundada, verificando se intrinsecamente o signo pode ser registrado como marca, se é apropriável de acordo com a lei, já que existem diversas expressões proibidas para tanto.

Cumprida a etapa acima, o instituto realiza estudo comparando a marca solicitada aos registros e pedidos já existentes. Nessa fase, a análise é feita seguindo-se testes que permitem o julgamento sobre eventual reprodução ou imitação, ainda que potencial. Como ninguém necessariamente pensa da mesma forma, aos terceiros interessados também é possível impugnar processos na esfera administrativa, pautando-se nos requisitos legais, como, entre outros, os argumentos expostos no presente, que podem também ser utilizados judicialmente.

A correta aferição no caso a caso e a proteção das marcas deve contar sempre com profissional experiente na área da propriedade industrial, acompanhando as publicações e apoiando o titular ou requerente a obter maiores chances de sucesso na defesa de seus interesses.

Inteligência artificial revoluciona o mercado internacional de inovação aberta



Belo Horizonte-MG--(DINO - 21 fev, 2020) -O termo Open Innovation (Inovação Aberta) foi cunhado pelo Professor da Universidade da Harvard Henry Chesbrough em seu livro "Inovação aberta: o novo imperativo para criar e lucrar com a tecnologia" (HBS Press, 2003) e consiste em combinar recursos internos e externos para acessar novos mercados. Inovação aberta é um modelo de negócios que incentiva as organizações a conectar-se com fontes externas, para que possam lucrar com novas oportunidades de negócios através da criação de novos produtos, serviços e processos, criar uma comunidade de inovação para ter acesso a um conjunto mais amplo de talentos em todo o mundo, colaborar com outras pessoas para criar inovações que jamais poderiam ser realizadas por si próprias.O professor Diercio Ferreira, Gerente de Negócios da Inocrowd no Brasil, explica que "a inovação aberta representa um processo de ruptura, sendo em si uma inovação disruptiva pela forma e meios que utiliza para inovar num ambiente empresarial cada vez mais caótico. Para sobreviver neste cenário organizacional instável é necessário ter a capacidade de gerar inovações disruptivas com reduzido tempo de resposta para acesso a mercados e é exatamente isto que a Inocrowd oferece como diferencial competitivo para as Empresas Brasileiras que desejam inovar e reinventar-se".Grandes players do mercado global, abpi.empauta.com

incluindo a NASA, GE, Coca-Cola, Samsung, Telefônica, Cisco, KLM, Pfizer, Siemens entre outras, adotaram a inovação aberta como uma importante fonte de criação e geração de valor pela redução de custos e baixos riscos no processo de inovação, e estão participando ativa e abertamente de comunidades colaborativas de inovação on-line, onde empresas buscadoras (seekers) e fornecedores de soluções (solvers) trabalham em conjunto.Inocrowd e a revolução do mercado de inovação pelo uso de tecnologias disruptivasO primeiro-ministro Canadense Justin Trudeau cita que "se não trabalharmos juntos, todos falharemos separadamente".

É exatamente esse tipo de abordagem colaborativa que impulsionou a Inocrowd a transformar-se na maior plataforma de Inovação aberta da União Europeia.A InoCrowd promove a colaboração entre empresas públicas e privadas com uma crescente comunidade de especialistas, pesquisadores e desenvolvedores de diferentes especialidades, de maneira estruturada, através do uso de novas tecnologias.Oliver Pickup, premiado escritor Londrino em artigo publicado no jornal The Telegraph relata que a InoCrowd foi criada tendo como foco combinar as mentes mais brilhantes da ciência e da tecnologia com seus perfeitos projetos de trabalho e está literalmente levando a indústria à tempestade.Os desafios, definidos por organizações que buscam soluções em um período especificado, são publicados na plataforma da InoCrowd que utiliza a IA - Inteligência artificial e o aprendizado de máquina (machine learning) para combinar organizações que buscam transformar-se (seekers) com os melhores solucionadores (solvers) que tenham potencial para apresentar as melhores propostas para solução de um problema de inovação empresarial.

As respostas são apresentadas e a equipe ou o indivíduo vencedor recebe um prêmio considerável em dinheiro, além de 90% do custo total da implementação da solução.Um pesquisador para ficar milionário não precisa ganhar na Mega Sena. Hoje,

Continuação: Inteligência artificial revoluciona o mercado internacional de inovação aberta

existe desafio de inovação na plataforma inocrowd, patrocinado pela Rio Tinto, uma das maiores empresas de mineração e metais do mundo, ainda em fase de apresentação de propostas com prêmio de 314.000 Euros (R\$ 1.480.194,24 pelo câmbio oficial) para a busca de novas tecnologias economicamente viáveis para aumentar o teor de dióxido de titânio no minério de ilmenita de 32% para 50% ou melhor. Além do prêmio milionário, custos com desenvolvimento, equipamento, conhecimento e nos casos que exigem patentes, consultoria de implantação, custos de licenciamento e royalties serão pagos separadamente. Usando criptografia de ponta, a InoCrowd garante a confidencialidade de todas as propostas e contratualmente as empresas não podem usar soluções que não venceram o desafio. A InoCrowd possui taxa de sucesso para soluções de inovações disruptivas, encontradas num prazo de seis semanas para 95% dos desafios aportados na plataforma.

Soraya Gadit, CEO da InoCrowd afirma que "parcerias com a Universidade de Pequim, o Instituto Weizmann de Ciências de Israel, a Agência Espacial Europeia (ESA) e o Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT), além de outras relevantes universidades e centros de pesquisa no mundo inteiro, certamente ajudam a manter uma elevada performance de resultados". Após mais de uma década trabalhando para indústrias farmacêuticas multinacionais, em departamentos de Pesquisa e Desenvolvimento, e após um MBA em gestão e fi-

nanças na AESE Business School, Soraya Gadit estava determinada a estabelecer uma plataforma de inovação que melhorasse a saúde da população global. "Percebi que, se quisesse encontrar curas para o câncer, malária, cólera, e assim por diante, precisaria criar minha própria empresa, onde reuniria pessoas com os conhecimentos e os pensamentos necessários", diz Soraya. De fato, a InoCrowd permanece impulsionada a melhorar a qualidade de vida da sociedade e tem como alvo os seguintes setores: condições sanitárias, água potável, alimentos, saúde e energia, além de tecnologia, mídia e telecomunicações. Os benefícios do uso da inovação aberta são variados.

Reduz o tempo e os custos para acessar novos mercados. Caso uma liderança empresarial esteja pelejando há muito tempo para encontrar uma solução para um desafio de inovação de sua empresa, deve ser incentivada a testar a InoCrowd. Com um investimento baixo, ela terá acesso a uma rede mundial com um grande número de solvers em potencial das mais referenciadas universidades públicas e privadas no mundo. Ao acessar a rede da Inocrowd, os líderes empresariais Brasileiros verão que, às vezes, as soluções para problemas organizacionais complexos estão disponíveis na ponta de seus dedos, acessível com um simples clique de seu mouse. Website: <https://inocrowd.com>

Índice remissivo de assuntos

Patentes

3, 7

Marco regulatório | INPI

5