

# abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual  
Clipping da imprensa

*Brasília, 02 de setembro de 2021 às 07h57*  
*Seleção de Notícias*

## Terra - Notícias | BR

Pirataria

**China ameaça banir lojas online que vendem produtos pirateados . . . . . 3**

## Estadão.com.br - Últimas notícias | BR

Marco regulatório | INPI

**Distanciamento entre a gestão de marcas e a propriedade intelectual . . . . . 4**

Propriedade Intelectual

**Busca por dados estimula guerra silenciosa entre EUA e China . . . . . 6**

THIAGO DE ARAGÃO

## IstoÉ Dinheiro Online | BR

Direitos Autorais

**Google apela contra multa de € 500 milhões aplicada pela França . . . . . 9**

AFP

## Consultor Jurídico | BR

Propriedade Intelectual

**O direito ao conserto e a erosão da propriedade . . . . . 10**

CONSULTOR JURÍDICO

## China ameaça banir lojas online que vendem produtos pirateados

Plataformas de comércio eletrônico que oferecem **produtos** piratas são alvo das autoridades chinesas, que vão intensificar vigilância e poderão remover licenças

A China está apertando a vigilância sobre empresas de e-commerce e quer responsabilizá-las por violações de propriedade intelectual ao vender produtos pirateados. As plataformas de comércio eletrônico como AliExpress, por exemplo, sofrerão restrições em suas operações e poderão até mesmo ter suas licenças revogadas caso não lidem com graves violações de **direitos** autorais identificadas em suas lojas.

AliExpress

Foto: Marco Verch/Flickr / Tecnoblog

Um projeto de revisão da lei de comércio eletrônico no país, divulgado nesta última terça-feira (31) pela Administração Estatal de Regulamentação do Mercado da China (SAMR), está ainda buscando opiniões até 14 de outubro sobre a mudança preliminar. A ideia da alteração legislativa é forçar as plataformas de e-commerce a fiscalizarem melhor os fornecedores parceiros, evitando o comércio de produtos pirateados.

Trata-se de uma iniciativa governamental alinhada com o posicionamento que muitas empresas vêm tomando há anos. As fabricantes já vêm lutando contra a **falsificação** de seus produtos, enquanto as plataformas de comércio eletrônico enfrentam constantes alegações de que seus sites permitem a circulação de itens pirateados.

Em 2019, o governo dos EUA adicionou a Pinduoduo, plataforma focada no comércio de produtos agrícolas e a maior do tipo no país, à sua lista de sites conhecidos por oferecer **falsificações**. Enquanto is-

so, o Alibaba Group, responsável também pelo AliExpress, é uma das principais companhias de e-commerce no radar das autoridades americanas. Ambas as empresas também fazem parte da lista de 2020, divulgada em janeiro deste ano.

**Produtos** piratas causam sérios problemas às lojas

**Produtos** piratas

Foto: Peter Dutton/Flickr / Tecnoblog

Segundo relatório do Escritório do Representante de Comércio dos Estados Unidos, o sistema de remoção de produtos identificados como mercadorias falsificadas de plataformas como a Pinduoduo muitas vezes não funciona, demonstrando ser lento e ineficaz para resolver o problema.

Ainda assim, tendo em vista as medidas preliminares tomadas, aumentar os gastos nos processos internos ainda é um bom negócio comparado às possíveis consequências de se manter comercializando produtos pirateados. As empresas podem sofrer graves punições por parte de Pequim, como terem suas licenças revogadas.

Além disso, essas companhias ainda estão sujeitas a processos judiciais, o que pode se tornar outro problema demorado e custoso. A Pinduoduo, por exemplo, está enfrentando centenas de contestações legais por violação de direitos autorais ou registro de marcas, conforme apontam documentos judiciais de Xangai.

No passado, o cofundador do Alibaba Group, Jack Ma, disse que era difícil identificar e erradicar produtos falsificados nas plataformas da empresa porque eles são muito semelhantes e até mesmo de alta qualidade.

Com informações: Bloomberg

## Distanciamento entre a gestão de marcas e a propriedade intelectual

Gustavo Cesário. FOTO: DIVULGAÇÃO

Raros são os cursos de graduação e mesmo de pós-graduação que discutem **propriedade** intelectual com estudantes de marketing, publicidade, comunicação e áreas afins. Isso leva a um absoluto desconhecimento de boa parte dos profissionais sobre a Lei da **Propriedade** Industrial (LPI 9279/96), as formas previstas de proteção marcária, sua importância e riscos de não a considerar em uma estratégia de branding.

Noto frequentemente em minhas aulas um absoluto desconhecimento de **propriedade** intelectual por muitos alunos, o que leva a graves equívocos, como acreditar que o registro de nome domínio protege uma marca ou, então, usar termos **genéricos** ou descritivos ao criar uma marca para torná-la mais facilmente lembrada e associada ao produto ou serviço que ela assinala. Mesmo em grandes empresas, com experientes gestores de marca, problemas acontecem devido a uma falta de atenção sobre a proteção marcária. **Marcas** são criadas, lançadas e, somente depois, a proteção marcária é considerada.

É inegável a genialidade do lançamento da marca Méqui pelo McDonald's: tornou a marca ainda mais simpática e próxima dos consumidores. Porém, o depósito da nova marca no **INPI** ocorreu somente em 21 de fevereiro de 2020, quase seis meses depois da adoção da nova marca, em 30 de agosto do ano anterior, nas unidades da Av. Paulista, 2034, em São Paulo, e da Av. das Américas, 1901, no Rio de Janeiro.

Neste ínterim, duas empresas, uma delas no dia seguinte ao lançamento da nova marca e a outra, três dias depois, correram ao **INPI** e depositaram a marca Méqui na classe 43 para serviços de restaurante. Uma delas, frisa-se, é uma empresa de tecnologia e que não tem serviços de restaurante em seu objeto social.

O depósito de marca tardio pelo McDonald's, por si só, já lhe traria um problema. Não em relação à empresa de tecnologia, pois para ter o registro em uma classe é necessário comprovar a atividade naquele fim. Mas, em relação à outra empresa, essa sim com serviços em seu objeto social compatíveis à classe 43.

Não obstante, a marca Méqui para estes três postulantes, inclusive o McDonald's, foi indeferida pelo **INPI** com base no inciso XIX do Art. 124 da LPI que versa que são irregistráveis marcas que reproduzem ou imitam "no todo ou em parte, ainda que com acréscimo, de marca alheia registrada, para distinguir ou certificar produto ou serviço idêntico, semelhante ou afim, suscetível de causar confusão ou associação com marca alheia". Neste caso, havia a anterioridade dos registros das marcas Mek Aurio e King Mek na classe 43, concedidos em 2013 e 2018, respectivamente. O McDonald's já recorreu, mas a anterioridade destas marcas é legítima e representa um grande entrave para a marca Méqui.

Este exemplo não é único e ocorre com muita frequência. Nós, profissionais de marketing, publicidade, somos treinados nas universidades para sermos criativos e quando nos tornamos executivos somos incentivados a tomar decisões rápidas. Entretanto, a falta de uma cultura de propriedade intelectual na área leva excelentes profissionais a queimarem etapas que desembocam em um litígio, onerando não somente a autarquia responsável, mas também o judiciário.

Se no passado, muitas empresas justificavam que assumiam riscos por causa da demora do **INPI** em analisar os pedidos de registro, isto não pode mais ser tomado como desculpa. Se há alguns anos a autarquia demorava em média 4 anos para analisar um pedido de registro de marca, atualmente, o prazo médio de concessão não passa de 6 meses. Mesmo que para

Continuação: Distanciamento entre a gestão de marcas e a propriedade intelectual

muitos lançamentos este prazo ainda possa parecer uma eternidade, um planejamento com a devida antecedência e uma pesquisa prévia bem criteriosa na base do **INPI** pode evitar a perda de todo o investimento na comunicação de uma nova marca que acaba sendo indeferida. Mas, para que este cuidado se torne uma prática recorrente nas empresas, é necessário que as universidades deem a devida importância ao ensino da propriedade intelectual.

\***Gustavo** Cesário é sócio da K+G Cesário Pareceres

e Pesquisas, professor do curso de Law Branding da ESPM e professor-adjunto da UniCarioca nos cursos de graduação e MBA em marketing, doutor em Administração pela FGV/EBAPE, mestre em Administração de Empresas pela FGV/EAESP e bacharel em Propaganda e Marketing pela ESPM-SP

Gustavo Cesário\*

## Busca por dados estimula guerra silenciosa entre EUA e China

A grande disputa travada entre os dois países acontece fora do foco da mídia

Enquanto o Brasil ainda não desenvolveu a cultura de investimento em inovação, educação e proteção de dados, como também em mecanismos de monitoramento do que outros países fazem nessa área, a grande disputa travada entre **Estados Unidos e China**, fora do foco da mídia acontece no campo da obtenção, controle e manuseio de dados.

China pode proibir IPOs no exterior para empresas de tecnologia

Em diversas situações, os Estados Unidos acusaram a China de orquestrar roubo de dados (informações pessoais) de milhões de americanos em operações cibernéticas cinematográficas: 145 milhões de dados da agência de crédito Equifax, 400 milhões de dados da rede hoteleira Marriott, 78 milhões do provedor de seguros de saúde Anthem.

Essas informações alimentam não apenas os serviços de inteligência do país que os obteve, mas servem de combustível para a sofisticação no desenvolvimento de sistemas de Computação Quântica e Inteligência Artificial, entre outras áreas.

Naturalmente, a China nega qualquer ataque cibernético a essas empresas ou organizações. No entanto, existe um interesse claro e comprovado em obter essas informações.

A capacidade de superprocessamento que a computação quântica oferece possibilitaria que a China tivesse um profundo conhecimento de informações críticas de milhões de americanos, incluindo seus endividamentos, ganhos, patrimônios. Em eventuais ataques a redes sociais, o agressor pode obter dados ainda mais pessoais, como senhas, conexões de amizades etc.

Dados não são apenas coletados por meio de ações de hackers. Na maioria das vezes, os usuários de redes sociais e e-commerce, fornecem nossos dados voluntariamente sem nos preocupar com a forma que uma empresa os utilizará. Os EUA acreditam que mesmo em aplicativos mais singelos, como o Tik Tok, por exemplo, o governo chinês possui a capacidade e o interesse em coletar dados.

A China argumenta que, mesmo podendo, não o faz e ressalta que, da mesma forma que pode coletar dados, os EUA também possuem capacidade e interesse. Uma importante diferença, na visão de alguns especialistas na área, é a integração de empresas chinesas ao controle do partido, enquanto nos EUA muitas conseguem manter um grau de independência de eventuais intervenções estatais.

Independente de todas essas possibilidades, nenhuma supera uma diretamente ligada à manutenção da máquina econômica chinesa: a **propriedade** intelectual. Tendo a inovação como foco estatal, a China tornou-se nos últimos anos uma potência em **inovação** tecnológica nas mais diversas áreas. Grande parte desse poder deve-se ao processo descentralizado de estímulo à **inovação** tecnológica.

A ausência de um parâmetro legal de **propriedade** intelectual faz com que o Partido Comunista Chinês tenha o poder de distribuir **inovações** tecnológicas entre vários centros de pesquisa, gerando variações e vertentes numa velocidade difícil de ocorrer nos Estados Unidos. Tudo isso barateia o processo, levando a China a produzir inovações mais rapidamente com qualidade semelhante às de empresas americanas e europeias, porém com um custo muito menor.

Dados oferecem não somente acesso a informações que servem de gatilho para a coleta de ideias e esboços de projetos sofisticados, como também de informações que possibilitam uma leitura precisa do

consumidor (num nível individualizado). Como resultado, a produção de qualquer coisa pode ser pensada e oferecida com um grau de detalhamento incomparável.

O governo chinês investiu bilhões em um moderno centro de pesquisa de computação quântica visando atingir uma liderança na área até o ano de 2030. Um nome que devemos ter em mente é o nome de Chen Gang, a mente por trás da elaboração e modernização do parque industrial/tecnológico chinês.

Sua reputação cresceu tanto com o presidente Xi Jinping que Chen deverá ingressar no Politburo do PCC em 2027. Ele liderou o hub Zhongguancun de tecnologia avançada de Pequim, sendo visto como um dos pilares centrais do processo de ampliação de centros de inovação.

Já os EUA dependem de investimentos privados de empresas como Microsoft, IBM, Google e Amazon. Por se tratar de uma tecnologia nova e complexa, a China vem focando em comunicações quânticas (tendo liderança nessa área em cima dos EUA), enquanto os americanos lideram a corrida na computação quântica.

O ex-presidente Donald Trump montou o Comitê Nacional de Assessoria em Iniciativa Quântica, com 22 membros, para observar as ameaças chinesas no desenvolvimento quântico e focar em áreas específicas que poderiam neutralizar os avanços chineses no futuro.

No campo da comunicação, a China conseguiu desenvolver uma tecnologia fabulosa via partículas de informação entre satélites e bases no solo. A interceptação desse tipo de comunicação é virtualmente impossível no momento. O desenvolvimento de um radar quântico, em fase final de produção possibilita que a China monitore aeronaves militares americanas invisíveis, tornando obsoleto aviões imunes a radares convencionais. O mesmo ocorre para detecção de submarinos. Para tu-

Continuação: Busca por dados estimula guerra silenciosa entre EUA e China

do isso, a coleta de dados, dos mais simples (rede de amizade de um determinado cientista, seus hábitos) ou mais complexos (volume de investimentos específicos de um órgão americano para um centro de pesquisa), além de informações gerais de cidadãos comuns (rostos, impressões digitais etc.), ajuda no desenvolvimento do reconhecimento facial quântico.

O governo chinês aprovou recentemente uma lei que limita a coleta de dados de empresas privadas do país, argumentando que a sociedade precisa de transparência em relação ao manuseio de seus dados pessoais. Por outro lado, poderá manter seu acesso a esses mesmos dados por questões de segurança nacional. A subjetividade do termo vem a calhar, pois segurança nacional é uma questão interpretativa.

As recentes ações do governo chinês contra empresas de tecnologia que almejam ingressar na Bolsa de NY revelam algumas estratégias importantes que Pequim tem em mente. A transnacionalidade de empresas de tecnologia (principalmente de software) oferece um risco novo ao PCC que não existe em relação às empresas de bens manufaturados. A ausência de fronteiras em serviços virtuais fora da China prejudica o acesso do governo a determinadas informações, pois essas empresas estariam amarradas a leis de proteção de dados locais. Ao mesmo tempo, uma vez que uma empresa chinesa se junta à Bolsa de NY, as regras exigidas pela SEC iriam se sobrepor a regulações chinesas em vários pontos.

Isso desinfla o poder de Pequim em cima dessas empresas, ao mesmo tempo em que fortalece um dos símbolos do capitalismo americano. Tendo como objetivo o fortalecimento das Bolsas de Xangai e Hong Kong, Xi Jinping busca não só reter empresas estratégicas dentro de seus regulamentos e, de lambuja, atrair investidores para bolsas chinesas que abrigariam cada vez mais empresas chinesas de tecnologia.

Pequim teme que empresas gigantes chinesas, que li-

dam com centenas de milhões de dados diariamente, poderiam consolidar um poder cada vez mais independente em relação ao partido. A Tencent, por exemplo, estabelecida em território alemão como uma empresa local, coletaria milhões de dados que não chegariam, necessariamente, a Pequim e aos centros de desenvolvimento quântico em Pequim, Xangai e Wuhan.

Essa disputa é travada em silêncio, longe do interesse de grande parte da imprensa por ser complexa, sem glamour e sem o impacto visual que outros tipos de conflitos geram. De qualquer forma, o futuro das re-

Continuação: Busca por dados estimula guerra silenciosa entre EUA e China

lações EUA China será de acirramento nessa competição.

Nossos editores indicam estes conteúdos para você investir cada vez melhor China aprova nova lei de privacidade de dados pessoais China Conteúdo E-Investidor Estados Unidos Securities and Exchange Commission (SEC) Segurança digital Tecnologia

Thiago de Aragão



## Google apela contra multa de € 500 milhões aplicada pela França

O grupo americano Google recorreu nesta quarta-feira (1) contra a multa de 500 milhões de euros (590 milhões de dólares) que a França impôs à empresa por "não ter negociado de boa fé" a aplicação dos direitos conexos, que remuneram as editoras de imprensa.

"Discordamos de determinados elementos jurídicos e consideramos que o valor da multa é desproporcional a respeito dos esforços que adotamos", afirmou em um comunicado o diretor geral do Google na França, Sébastien Missoffe.

A Autoridade da Concorrência francesa anunciou em julho a primeira multa de uma agência reguladora da União Europeia (UE) sobre a questão dos direitos conexos desde a adoção pelo bloco de uma norma em 2019, que a França rapidamente passou a aplicar.

A agência reguladora também determinou que o Google apresentasse uma "oferta de remuneração pela utilização atual dos conteúdos protegidos" às editoras e agências de notícias, sob pena de multas "de até 900.000 euros (1,06 milhão de dólares) por dia de atraso".

"Reconhecemos os direitos conexos e seguimos comprometidos com a assinatura de acordos na França", destacou Missoffe.

O grupo de tecnologia explicou que adotou iniciativas para responder às demandas da Autoridade de Concorrência, como "ampliar sua oferta a mais de 1.200 editoras de imprensa".

O conflito envolve os direitos que a empresa americana deve pagar às editoras de imprensa francesas pelos conteúdos (trechos de artigos, fotos, vídeos, infografia) que aparecem nas páginas de resultados quando uma pessoa faz uma busca na **internet**.

A princípio, o Google relutou sobre estes "direitos relacionados com os **direitos** autorais" e tentou forçar as editoras a conceder o direito de uso gratuito de seu conteúdo, ao considerar que já cobravam o suficiente pelas visitas que gerava em suas páginas.

Diante da recusa a negociar uma remuneração, as editoras de imprensa e as agências de notícias, como a Agência France-Presse (AFP), recorreram à Autoridade de Concorrência no fim de 2019 por "abuso de posição dominante".

Em abril de 2020, a Autoridade impôs "medidas de urgência" ao Google, ou seja, a obrigação de negociar "de boa fé" uma remuneração às editoras de imprensa, mas em setembro do mesmo ano estas recorreram à agência reguladora novamente por considerar que a empresa não respeitava suas obrigações.

## O direito ao conserto e a erosão da propriedade

Por Laís Bergstein

O direito ao conserto ou o direito à reparação tratado neste estudo não corresponde à responsabilidade do fornecedor pelos danos resultantes de um fato ou vício de qualidade ou quantidade identificados no produto ou serviço. Tratamos, diferentemente, da legítima expectativa de se poder consertar um bem que, durante a sua vida útil, apresenta falhas de funcionamento resultantes de desgaste natural ou mesmo de um descuido do consumidor.

Para o senso comum a questão pode ser simples: "Você comprou o dispositivo, ele é seu, então deve ter o direito de consertá-lo" [1]. Entretanto, no contexto dos serviços simbióticos [2] do consumo digital, a expectativa de conseguir consertar um produto híbrido a um custo razoável é frequentemente uma distante utopia.

Nos Estados Unidos, por exemplo, fabricantes apoiam-se na Digital Millennium Copyright Act, a lei federal que dispõe sobre **direitos** autorais, para forçar os consumidores a reparar seus dispositivos exclusivamente junto ao próprio fabricante ou assistências técnicas autorizadas. Com o uso de tecnologias de gestão de direitos digitais (digital rights management - DRM, ou software technological protection measures - TPMs), os proprietários dos softwares impedem que consumidores executem certas operações. E é, até certo ponto, legítimo o interesse na proteção de **direitos** autorais incidentes sobre os softwares, mas a proteção da propriedade industrial não pode ser utilizada como pretexto para forçar uma nova compra prematura.

No Brasil, a Lei nº 9.609/1998, que dispõe sobre a proteção da **propriedade** intelectual de programa de computador, estabelece um regime claro de proteção aos **direitos** autorais e preservação dos direitos de usuários de programas de computador. Embora o texto tenha sido claramente pensado para um contexto no qual hardware e software representavam mer-

cados bastante distintos, as garantias alcançam também os usuários dessas aplicações, entre eles, os consumidores. Assegura-se logo no artigo 7º que "o contrato de licença de uso de programa de computador, o documento fiscal correspondente, os suportes físicos do programa ou as respectivas embalagens deverão consignar, de forma facilmente legível pelo usuário, o prazo de validade técnica da versão comercializada".

Ocorre que em inúmeras situações de contratação de aplicações e conteúdos eletrônicos o prazo de disponibilidade da licença de uso ou de validade técnica da respectiva versão do software não é devidamente esclarecida ao consumidor (violam-se os artigos 7º e 8º da Lei nº 9.609/1998), parte como consequência da comunicação indireta, visual e virtual característica do mercado contemporâneo [3]. Da mesma forma, inúmeros fornecedores não informam a via útil estimada do seu produto ou serviço (informação essencial para os fins do Decreto 2.181/1997, artigo 13, XXI, bem como para a comparação de preços e características de diferentes bens).

A boa-fé nas relações negociais, especialmente as contratações eletrônicas [4], e a proteção da confiança legítima em tempos digitais [5], impõem um novo paradigma de transparência e lealdade aos fornecedores, acentuando o seu dever de informar [6], a ser implementado a despeito do aparente desinteresse da indústria no alongamento da vida útil dos produtos [7]. É preciso superar a desinformação quanto à durabilidade das contratações (vida útil dos produtos e serviços) que impera no mercado para que essa nova formatação negocial - híbrida ou simbiótica - não seja lesiva aos interesses econômicos dos consumidores (CDC, artigo 4º) e se promova uma concorrência leal.

A problemática também é identificada pela Consumers International sob a perspectiva da "erosão da propriedade" (erosion of ownership) [8], fenômeno

Continuação: O direito ao conserto e a erosão da propriedade

este bastante perceptível no comércio de livros eletrônicos [9], aparelhos celulares e dispositivos de streaming [10], por exemplo. O negócio jurídico verdadeiramente celebrado nesses casos não é uma compra e venda, que transferiria ao proprietário os direitos de usar, gozar e dispor, mas corresponde a uma cessão temporária (muitas vezes insuscetível de transmissão pela via sucessória) de direitos de propriedade industrial, obstando, retardando ou encarecendo o reparo.

O Acordo Trips (Acordo sobre Aspectos dos Direitos de **Propriedade** Intelectual Relacionados ao Comércio), que prevê regras de direitos de propriedade industrial aos países integrantes da OMC de seus signatários, ressalva em seu artigo 13 que devem ser protegidos os legítimos interesses do titular, reconhecendo os preceitos de fair use e o fair dealing [11], enquanto o artigo 46 assegura a proporcionalidade nas medidas implementadas para coibir violações a **direitos** autorais, considerando-se inclusive os interesses de terceiros [12]. As diretrizes internacionais devem servir como patamar mínimo de proteção aos consumidores no plano nacional, sobretudo em ordenamentos jurídicos que reconhecem a vulnerabilidade dos consumidores (CDC, artigo 4º, I).

Obstáculos ao reparo são atualmente presentes em diversos setores, especialmente com tratores [13], veículos automotores [14], smartphones [15], máquinas de café e refrigeradores [16], cujas peças com desgaste mais acelerado não podem tecnicamente ser

substituídas, o seu custo é impeditivo ou inexistente concorrência no setor. Começaram, então, a surgir propostas legislativas de estabelecimento do direito ao conserto - right to repair -, que obrigaria os fabricantes a disponibilizar ferramentas, peças de reposição, equipamentos de software para proprietários de dispositivos e técnicos independentes [17].

O direito ao conserto tem íntima relação com a superação da obsolescência programada, a preservação dos interesses econômicos dos consumidores e com a proteção ao meio ambiente ecologicamente equilibrado [18]. Há, portanto, implicações morais a serem consideradas no direito ao conserto [19], inclusive os impactos da reserva de mercado, das práticas de venda casada, dos crescentes custos aos consumidores e da necessária redução da geração de resíduos sólidos resultante do aumento da longevidade dos produtos ou serviços híbridos.

A proteção do consumidor é crucial para a economia digital de desenvolver [20]. Se a maior mentira da internet é a frase "eu li e concordo com os termos e condições de uso", a grande verdade é que cada dia mais o consumidor se vê sem escolha senão - selecionar, clicar e torcer pelo melhor - "tick, click and hope for the best" [21]. Cabe aos legitimados pela defesa do consumidor a desafiadora tarefa de reverter esse cenário, identificando as práticas comerciais abusivas e buscando o equilíbrio das relações de consumo.

## Índice remissivo de assuntos

**Direitos Autorais**  
3, 9, 10

**Pirataria**  
3

**Propriedade Intelectual**  
4, 6, 10

**Marco regulatório | INPI**  
4

**Patentes**  
4

**Propriedade Industrial**  
4

**Inovação**  
6