

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 29 de novembro de 2021 às 08h01
Seleção de Notícias

Exame.com | BR

Marco regulatório | INPI

Black Friday: outra empresa roubou ideias de promoções. Cabe processo? 3
DA REDAÇÃO

Portal iG | BR

Direitos Autorais

Ministério Público quer R\$ 1,9 milhão de site que baixa vídeos do YouTube 6

CNN Brasil Online | BR

Propriedade Intelectual

Biden pede fim de proteção à propriedade intelectual para vacinas da Covid-19 8
NANDITA BOSE

Black Friday: outra empresa roubou ideias de promoções. Cabe processo?

O advogado Flávio Machado esclarece as situações onde as cópias são desleais e quando as imitações são simplesmente "regra do jogo"

Por Flávio Machado, sócio do escritório Filhorini Advogados Associados

É frustrante quando se investe tempo e dinheiro realizando estudos e pesquisas, preparando materiais de divulgação, ou aperfeiçoando sites, fluxos e campanhas e, quando são colocadas no ar, são imediatamente copiadas ou "mimetizadas" por seus concorrentes.

Na **internet**, esse tipo de aborrecimento é ainda mais frequente porque tudo (ou quase tudo) no ciberespaço é virtual e, portanto, reconfigurado por alterações de programas de forma fácil e rápida e a custo baixo. Por essa razão, novas ideias são rápidas, se não instantaneamente, apropriadas e reproduzidas.

A própria **internet** (o ciberespaço), desde os seus primórdios, foi sempre tratada de uma forma utópica e até romântica, como um mundo virtual e à parte, onde a liberdade, a inovação e a competitividade não teriam limite e o nanico e o gigante competiriam ombro-a-ombro pelo consumidor atrás da janela de seu monitor.

Assim é que, nessas últimas décadas, assistiu-se à rápida migração do mundo físico das lojas, galerias, mercados e shopping centers para o mundo virtual, online, transformando-se em sites próprios, marketplaces e mesmo "plataformas dentro de plataformas", todos virtuais. Não raramente compartilhando, no todo ou em parte, toda uma cadeia de serviços financeiros e de logística, principalmente, os empreendedores e o empreendimento de pequeno e médio porte.

Tais características traduzem a competitividade acirrada desse setor. Para os negócios de pequeno e médio porte, essas características também são vantagens competitivas, como a capacidade do empreendedor de criar promoções e ações de marketing.

Imitação de ações promocionais na é ilegal?

A verdade é que, no mais das vezes, além de criatividade e força de vontade, tais ações de propaganda e marketing demandam pesquisas, estudos e tempo, com custos consideráveis que, se indevidamente apropriadas, resultam, de um lado, em prejuízos e, de outro, em competição desleal.

Contudo, se é verdade que a competição é a regra geral que orienta esse mercado e que esquemas de preço e de pagamento, publicidade para um público definido, estratégia promocional e assemelhados não caracterizam - pelo menos, não à primeira vista - competição desleal e, portanto, não gozariam de proteção legal, por outro lado, a inovação e as características que individualizam um empreendimento são legalmente protegidas.

Desta forma, há certos limites que não podem ser ultrapassados. Esses limites se encontram estabelecidos nas leis que protegem a concorrência (leal) e os direitos de **propriedade** intelectual, seja o direito de autor ou o de propriedade industrial e comercial. Há, portanto, um limite de razoabilidade para a cópia de promoções e a mímica de ações de marketing pela concorrência.

O primeiro limite, e mais óbvio, encontra-se no Direito Marcário e de propriedade intelectual. Certas condutas, seja por seu teor e, em certos casos, até mesmo pela sua reiteração, podem ser consideradas como concorrência desleal e até mesmo constituir crime contra propriedade intelectual (como a contrafação).

Continuação: Black Friday: outra empresa roubou ideias de promoções. Cabe processo?

Entre elas, tem-se a **falsificação** e violação de marcas distintivas, o que, além daquelas que podem ser protegidas por depósito no **INPI**, pode também incluir a replicação de "assinaturas" (características) que individualizam o vendedor de produtos, seus produtos ou o prestador de serviços, como, por exemplo, um determinado "look and feel" do arranjo de sua loja virtual.

Essa mesma proteção legal pode se estender ao material publicitário envolvido da ação promocional como, por exemplo, folders e determinados aplicativos que possam ser utilizados para captar "prospects" e clientela em determinadas campanhas.

A "chave", que dispara a proteção legal com relação a este aspecto, é uma conduta da concorrência que, ainda que potencialmente, conduza o consumidor a adquirir produto ou serviços de outro prestador, julgando estar adquirindo o produto ou serviço original.

Para além do uso de marca, slogan ou outra característica protegida legalmente, são também proibidas condutas que vão desde o plágio, que é a violação de **direito** autoral, ou seja, cópia ou uso integral ou parcial de algum conteúdo (textos, programas, software, arranjos de dados, e até estudos), sem a autorização do autor da obra, até a utilização de obras claramente derivadas de tais conteúdos.

Nesse aspecto, a solução para compreender a legalidade ou ilegalidade de uma ação, que mimetize a outra, é seu conteúdo de inovação e de originalidade.

Uma outra ação ilegal frequente em tais atitudes anticompetitivas, em ações de propaganda e marketing, diz respeito à utilização indevida da base de dados que delimita o público-alvo destas ações promocionais.

Houve um tempo em que o disparo em massa de e-mails contendo propaganda promocional foi um

meio muito efetivo de propaganda. Hoje, os e-mails vêm sendo substituídos, se não totalmente, em grande parte, pela veiculação de propaganda em aplicativos como WhatsApp, Facebook, Instagram, entre outros, e até a coleta de dados em "apps" privados do anunciante. Em qualquer caso, a importância das bases de dados e dos critérios de seleção destes, nestas promoções, permanece sendo estratégica em tais situações, pois pode aumentar consideravelmente a efetividade da campanha.

Este tipo de promoção é realizada, geralmente, a partir da base de dados do próprio empresário, sempre respeitando as disposições da LGPD, quanto aos permissivos legais para a utilização dos dados. Estes dados podem ser "pirateados" por terceiros, inclusive, concorrente.

Mas é também muito frequente, nessas ações promocionais, a contratação de birôs que acrescentam, legalmente, de suas próprias bases de dados, endereços de um determinado conjunto de destinatários, especialmente selecionados para uma determinada ação promocional, com base nos critérios estabelecidos pelo contratante de acordo com seus levantamentos e estudos.

Cuidados na contratação de prestadores de serviços

Em regra, não se pode impedir que um concorrente se utilize dos mesmos prestadores de serviços. Contudo, um nível razoável de proteção pode ser alcançado ao se contratar tais empresas, mediante a inclusão, no contrato, de disposições legais que proibam o birô de serviços replicar tais critérios em disparos para competidores diretos. Ao menos durante o prazo da campanha e algum tempo após o final de sua veiculação.

Em conclusão, é possível afirmar que, embora a livre-concorrência seja a regra principal que rege o mercado também quanto a ações de propaganda e marketing, é forçoso reconhecer que há uma relação entre os direitos de propriedade industrial e autoral e

Continuação: Black Friday: outra empresa roubou ideias de promoções. Cabe processo?

o empreendedorismo.

Essa relação limita as condutas empresariais que são legalmente admissíveis, assim entendidas como aquelas que traduzem competição leal. Tendo em mente que a inovação constitui um dos pilares para o desenvolvimento saudável da livre concorrência e dos benefícios que advêm dela e, portanto, é protegida nos termos da lei.

A conceituação e a interpretação dos diversos dispositivos legais que regulam essa matéria nem sempre é uma tarefa fácil, especialmente na área de

propaganda e marketing. Nossa recomendação é que o empreendedor busque uma consultoria especializada para ações desse tipo ou, ao se deparar com ações reiteradas que mimetizem ou repliquem suas campanhas.

Tem dúvidas sobre como administrar a sua pequena empresa? e tenha acesso a conteúdos semanais sobre o assunto

Ministério Público quer R\$ 1,9 milhão de site que baixa vídeos do YouTube

O Ministério Público de São Paulo (MPSP) denunciou o criador do site Yout.com por violação de **direitos** autorais. Se condenado, ele pode ter que cumprir de dois a quatro anos de prisão. A entidade também ofereceu um acordo no valor de R\$ 1,9 milhão para suspender o processo. O Yout.com e outros 14 sites que baixam vídeos do YouTube estão fora do ar. Sites que baixam vídeos do YouTube foram bloqueados

Em outubro do ano passado, o MPSP pediu o bloqueio de sites que permitem fazer o download de conteúdos do YouTube. A suspensão durou até maio deste ano, quando a juíza Adriana Barrea, do Tribunal de Justiça de São Paulo, derrubou a decisão e liberou os 15 sites.

Agora, eles estão novamente inacessíveis. No caso de 14 deles, a investigação foi arquivada, e uma decisão definitiva determinou o perdimento desses sites.

O caso do Yout.com, porém, é um pouco diferente. Ele está fora do ar devido a uma medida cautelar equivalente à apreensão de instrumento para prática do crime.

Dono de site pode ser condenado a quatro anos de prisão

O **Tecnoblog** teve acesso à denúncia do Ministério Público contra o dono do site Yout.com, Johnathan Nader.

Chefe do Instagram vai depor nos EUA sobre efeitos nocivos do app em jovens Golpes com pagamentos online crescem 208% na Black Friday; saiba se proteger Consumidores poderão pedir maconha no Uber Eats no Canadá

Segundo a entidade, Nader teria cometido o crime de

violação de **direito** autoral por permitir o download de obras protegidas do YouTube. Se for considerado culpado, ele pode pegar entre dois a quatro anos de prisão.

Obviamente, por ser cidadão americano e não viver no Brasil, ele só cumpriria a pena se fosse extraditado. O criador da ferramenta já havia sido intimado a depor em agosto.

MPSP quer R\$ 1,9 milhão para suspender processo

O Ministério Público também fez uma proposta de conciliação para suspender o processo. Ela deverá ser discutida em uma audiência marcada para maio do ano que vem.

O órgão pede um pagamento de R\$ 1,9 milhão, que seria destinado ao Fundo Social de São Paulo (FUS-SP). A Associação Protetora de Direitos Intelectuais Fonográficos do Brasil (APDIF), representante das vítimas, estimou este valor de prejuízo mínimo. A entidade, no entanto, declinou o recebimento do dinheiro e prefere que ele seja destinado a algum fundo de amparo social.

Além disso, o criador do site de downloads do YouTube teria que bloquear usuários brasileiros, excluir contas de pessoas do País e deixar de aceitar pagamentos daqui. Ele também precisaria fazer, a cada dois meses, relatórios com a relação de IPs brasileiros que tentaram driblar o bloqueio.

Nader ainda se comprometeria a não criar ferramentas de download do YouTube em outros domínios sem ser o Yout.com.

Criador defende site que baixa vídeos do YouTube

A proposta feita pelo MPSP não é a única opção disponível para Nader. Ele ainda pode se defender. Se-

Continuação: Ministério Público quer R\$ 1,9 milhão de site que baixa vídeos do YouTube

gundo seus advogados, há bons argumentos para liberar o bloqueio do site.

Em conversa com o **Tecnoblog**, Nader disse que tem um histórico de lutas contra bloqueios, dando a entender que continuará tentando liberar seu site.

Ele já se defendeu na Espanha, no Peru e na Di-

namarca, além de ter processado a Associação Americana da Indústria Fonográfica (RIAA) antecipadamente nos EUA.

Exclusivo: Ministério Público quer R\$ 1,9 milhão de site que baixa vídeos do YouTube

Biden pede fim de proteção à propriedade intelectual para vacinas da Covid-19

Ouvir notícia O presidente dos EUA, Joe Biden, pediu na sexta-feira às nações reunidas na Organização Mundial do Comércio na próxima semana que concordem em renunciar às proteções de propriedade intelectual para as vacinas contra a Covid-19 após a descoberta de uma nova variante do coronavírus na África do Sul. "As notícias sobre esta nova variante

devem deixar mais claro do que nunca por que esta pandemia não terminará até que tenhamos vacinas globais", disse Biden em um comunicado. "Esta notícia de hoje reitera a importância de avançar rapidamente nisso (dispensando as proteções de propriedade intelectual)."

Índice remissivo de assuntos

Propriedade Intelectual
3, 8

Direitos Autorais
3, 6

Marco regulatório | INPI
3

Pirataria
3