

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 07 de junho de 2022 às 07h58
Seleção de Notícias

Exame.com | BR

Marco regulatório | INPI

Daslu: Após escândalos, marca de luxo vai a leilão por R\$ 1,4 milhão -- relembre a história 3

G1 - Globo | BR

06 de junho de 2022 | Marco regulatório | INPI

Plataforma que vende TCCs usa sem autorização nomes de universidades públicas para atrair clientes 4

O Globo Online | BR

Direitos Autorais

Estúdio de Top Gun é processado por herdeiros de autor que inspirou o longa original | Filmes | O Globo 7

Consultor Jurídico | BR

06 de junho de 2022 | Marco regulatório | INPI

Daniel Delatorre: INPI e marcas de cannabis 8
CONSULTOR JURÍDICO

Daslu: Após escândalos, marca de luxo vai a leilão por R\$ 1,4 milhão -- relembre a história

Acontece nesta terça-feira (7) o leilão da marca Daslu, ícone do mercado de luxo na década de 1990. Promovido pela casa de leilões Sodrê Santoro, o certame, marcado para as 13h, será online e tem lance mínimo de R\$ 1,4 milhão.

Estão à venda 50 registros e processos ativos junto ao **INPI** (Instituto Nacional de Propriedade Intelectual), que incluem o uso da marca em diversos tipos de roupas, aparelhos de jantar, artigos para pets, serviço de decoração de festas e cerimonial, dentre muitos outros usos. O leilão inclui ainda o domínio da marca na internet, criado em 1997.

Caso não haja interessados, haverá outro leilão no dia 14 de junho, com lance mínimo que pode ser igual ou maior a 50% do valor atual. Se ainda não houver comprador, haverá novo certame no dia 21 de junho, no qual a marca será vendida pelo maior lance.

Fundação e auge nos anos 1990

A marca de luxo foi fundada na década de 1950 pelas socialites Lucia Piva Albuquerque e Lourdes Aranha. As duas tinham o costume de reunir amigas para exibir peças de roupa exclusivas em uma casa na Vila Nova Conceição, bairro nobre da capital paulista.

Após a morte de Lucia, quem assumiu o comando da marca foi sua filha, Eliana Tranchesi. Na década de 1990, Tranchesi trouxe para a Daslu peças de marcas internacionais, numa época em que só era possível ter acesso a esses produtos em viagens para fora do país.

Villa Daslu e sonegação fiscal

Em meados dos anos 2000, Tranchesi inaugurou a Villa Daslu, um imponente edifício neoclássico, de 20 mil metros quadrados e construído ao custo de R\$ 100 milhões, que chegou a ter 700 empregados.

No entanto, pouco mais de um mês após a inauguração do empreendimento, em 2005, a Daslu foi alvo da operação Narciso, da Polícia Federal. Tranchesi chegou a ser presa sob suspeita de sonegação fiscal. Em 2009, a empresária foi condenada a 94 anos de prisão por crimes como formação de quadrilha e falsidade ideológica.

No entanto, ficou apenas um dia na prisão, devido ao seu estado de saúde. Na época, a empresária fazia tratamento contra o câncer. Ela morreu em 2012 em decorrência da doença.

Dívidas de R\$ 80 milhões

Com dívidas de R\$ 80 milhões, a Daslu pediu recuperação judicial em 2010, e foi vendida para o fundo Laep ments. Em 2016, o Tribunal de Justiça de São Paulo determinou o despejo de uma loja da marca no shopping JK Iguatemi, devido a uma dívida de R\$ 3 milhões em alugueis atrasados.

Recentemente, o ocaso da Daslu ganhou mais um capítulo. O irmão de Eliana Tranchesi, Antônio Carlos Piva de Albuquerque, que atuou como diretor financeiro da Daslu, foi preso em São Paulo no dia 30 de maio. Procurado, ele foi condenado em 2013 por sonegação de impostos.

Plataforma que vende TCCs usa sem autorização nomes de universidades públicas para atrair clientes

A Studybay, uma das plataformas de venda de TCC citadas pelo g1 em uma reportagem publicada neste sábado (4) sobre o mercado de fraudes de trabalhos acadêmicos, usa logomarcas de cinco universidades públicas, sem a autorização delas, para atrair clientes.

Plataforma de venda de TCC usa logomarcas de universidades públicas - Foto: Reprodução

O site da empresa diz que os "profissionais [que escreverão as monografias] são ex-alunos das melhores universidades do país e do mundo". Logo abaixo, reproduz os símbolos da:

Universidade Estadual Paulista (Unesp),

Universidade Estadual de Campinas (Unicamp),

Universidade de São Paulo (USP),

Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

e Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

As cinco instituições de ensino afirmam que tomarão providências para que as logos não apareçam mais no site. A Unicamp, por exemplo, diz que entrará na Justiça (abaixo).

Segundo advogados entrevistados pelo g1, a Studybay pode responder judicialmente, nas esferas cível e criminal, por:

usar indevidamente as logomarcas das universidades;

das universidades; reproduzir distintivos públicos sem consentimento (já que são três instituições estaduais e duas federais);

sem consentimento (já que são três instituições estaduais e duas federais); induzir o consumidor a crer que o serviço de venda de TCCs, que é ilícito, têm a certificação da Unesp, da Unicamp, da USP, da UFRGS e da UFSC.

"Na prática, a pena é pequena (de 30 dias a 1 ano). Não é ela que assusta o violador da marca. O que vai assustar mesmo são os pedidos de indenização", explica Kone Prieto Cesario, professora da Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e da academia do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (**INPI**).

Até a última atualização desta reportagem, a Studybay não havia respondido aos questionamentos enviados por e-mail.

Quais os problemas de usar as logomarcas das universidades?

1- É preciso ter autorização prévia

"As cinco universidades têm registros de marca. Isso dá direito a elas de processarem este website criminalmente e civilmente", explica Cesario.

Ela cita o artigo 189 da Lei 9.279/96, que estabelece pena de de 3 meses a 1 ano ou multa a quem:

"reproduz, sem autorização do titular, no todo ou em parte, marca registrada, ou imita-a de modo que possa induzir confusão (...)."

Gabriel Loretto Lochagin, presidente da Comissão de Graduação da Faculdade de Direito de Ribeirão Preto - USP, acrescenta que há um agravante: como são universidades públicas, há outras normas no Código Penal que protegem estes símbolos.

"O uso da logo, de brasões ou de distintivos oficiais

Continuação: Plataforma que vende TCCs usa sem autorização nomes de universidades públicas para atrair clientes

deve estar associado a fins institucionais, após procedimentos internos de autorização. O que acontece neste caso é uma utilização indevida", afirma.

Quando a marca reproduzida é publicamente conhecida, como nos exemplos das universidades, a pena pode ser aumentada de um terço à metade.

2- O consumidor, mesmo ao cometer o ato ilícito de comprar o TCC, pode estar sendo enganado pelo site de vendas

Kone Prieto Cesari, da UFRJ, afirma que o Ministério Público, na defesa do consumidor, pode avaliar que, por mais que um aluno esteja comprando algo ilícito (como um TCC fraudado), está sendo enganado.

"[O estudante] vai ser induzido a crer que as universidades deram alguma certificação ao site", diz.

A advogada Mirella Pierocchini, especialista em direito cível e proprietária da Pierocchini Advocacia, complementa: "As instituições de ensino, se sentirem que tiveram a própria imagem ferida, podem entrar com ação cível de danos morais da pessoa jurídica."

Neste caso, é difícil prever o valor da indenização, se houver a condenação. "Vai depender da interpretação do juiz", afirma Cesari.

O que dizem as universidades

A UFSC diz que não tinha conhecimento "do uso indevido de seu brasão oficial".

"Serão adotadas as medidas de apuração de tal uso, e os responsáveis deverão responder nos meios cabíveis", afirma.

A UFRGS declara que serão encaminhadas as providências para a exclusão de sua marca de identificação do domínio [da Studybay].

declara que serão encaminhadas as providências para a exclusão de sua marca de identificação do domínio [da Studybay]. A Unesp "repudia o uso indevido de seu logotipo, especialmente tratando-se de um site ligado à venda de trabalhos acadêmicos".

"repudia o uso indevido de seu logotipo, especialmente tratando-se de um site ligado à venda de trabalhos acadêmicos". A Unicamp reforça que "jamais autorizou a vinculação da instituição e seus logos para essa finalidade [de venda de TCCs]" e que "serão tomadas medidas legais por parte da universidade para questionar judicialmente o uso indevido da imagem."

reforça que "jamais autorizou a vinculação da instituição e seus logos para essa finalidade [de venda de TCCs]" e que "serão tomadas medidas legais por parte da universidade para questionar judicialmente o uso indevido da imagem." A USP diz que "a Procuradoria está apurando o caso para tomar as devidas providências".

O mercado de fraude de TCCs

Neste sábado (4), o g1 mostrou que há um mercado de venda de trabalhos acadêmicos: por alguns milhares de reais, sites vendem monografias prontas.

Há um consenso entre os especialistas: pagar por um TCC e mentir sobre a autoria dele é uma prática irregular passível de punições administrativas e disciplinares, como a expulsão da universidade.

"Que é uma fraude, não restam dúvidas", explica Fernanda Prates, professora do curso de direito na FGV-Rio.

Para explicar como são os esquemas de negociação, o g1 conversou tanto com quem compra quanto com quem produz estes textos, e cadastrou-se (sem se identificar) em três plataformas on-line.

Uma delas é a Studybay, que funciona como um lei-

Continuação: Plataforma que vende TCCs usa sem autorização nomes de universidades públicas para atrair clientes

lão: o estudante cadastra sua encomenda e aguarda os lances.

A repórter registrou que precisa, até julho, entregar um TCC de engenharia civil.

Em quatro minutos, dez colaboradores ergueram as mãos virtualmente. Um deles ofereceu seu projeto e cobrou R\$ 2.287, considerando que o prazo de entrega seria de menos de 60 dias. "Já fiz mais de 1.180 trabalhos aqui na plataforma, inclusive teses de doutorado", disse, no chat.

Lance de leilão para um artigo de 30 páginas - Foto:

Reprodução

Outra, identificando-se como advogada, garantiu que seria capaz de escrever sobre um assunto de engenharia civil, mesmo sem ter formação para isso. "Se não tiver contas e for só teórico, dá certo", afirmou.

A respeito destes mecanismos de venda de TCCs, a Studybay também não se pronunciou até a última atualização deste texto.

Estúdio de Top Gun é processado por herdeiros de autor que inspirou o longa original | Filmes | O Globo

Filme Top Gun : Maverick se tornou a maior bilheteria de estreia na carreira de Tom Cruise Foto: Agência O Globo/ Scott Garfield/ Paramount Pictures Corporation

Maior estreia de 2022, com mais de meio bilhão de dólares arrecadados no mundo em 11 dias, pode render um processo para a Paramount, estúdio responsável pelo longa estrelado por Tom Cruise. O estúdio está sendo processado pela família de Ehud Yonay, autor da reportagem Top Guns, que inspirou o longa original, Top Gun: Ases indomáveis, de 1986. Segundo a viúva e o filho do jornalista, morto em 2012, o novo longa não credita a história ao texto publicado pela revista "California", em 1983, e por isso estaria infringindo os **direitos** autorais de Yonay.

Crítica: Top Gun: Maverick:

De acordo com a queixa, apresentada num tribunal

federal de Los Angeles, a Paramount não teria adquirido os direitos do artigo antes de lançar o novo longa. Shosh, a viúva de Ehud, e Yuval Yonay, seu filho, alegam que o estúdio ignorou um novo acordo por acreditar que o longa seria lançado antes de janeiro de 2020, quando a família recuperaria novamente os **direitos** autorais, após 35 anos do contrato original.

O longa entrou em produção 2018 com previsão para ser lançado em 2019, mas após uma sequência de adiamentos (inclusive causados pela pandemia), foi lançado apenas em 2022. No processo, a família alega que o filme não foi concluído até maio de 2021, mais de um ano depois da recuperação dos direitos do artigo original. O processo pleiteia lucros da bilheteria de Top Gun: Maverick e a proibição de a Paramount distribuir o filme ou fazer outras sequências. Em nota enviada ao "Deadline", o estúdio negou o mérito do processo e afirmou que irá se "defender de forma vigorosa".

Daniel Delatorre: INPI e marcas de cannabis

Por Daniel Gonçalves Delatorre

Não é de hoje a discussão, no âmbito do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (**INPI**), sobre a registrabilidade de signos distintivos que possuam em sua composição elementos, sejam eles nominativos ou figurativos, que venham fazer alusão à polêmica cannabis e às suas variações linguísticas.

Aqui não se pretende fazer qualquer juízo de valor com relação à moralidade do uso da cannabis, ou mesmo suas formas de uso. O que se pretende evidenciar, em verdade, é a falta de uniformidade das decisões do **INPI** com relação a questão e sua mudança de postura ao longo dos anos. Como se sabe, o comando constitucional da isonomia (artigo 5º, caput) é de observância mandatória aos entes federativos e às autarquias.

O debate sobre a possibilidade ou não de registro de sinais que, de algum modo, façam referência à cannabis ou às suas variações têm como fato gerador o inciso III do artigo 124 da Lei de Propriedade Industrial. Segundo o mencionado dispositivo, não são registráveis como marca expressão, figura, desenho ou qualquer outro sinal contrário à moral e aos bons costumes [ponto central da problemática] ou que ofenda a honra ou imagem de pessoas ou atente contra liberdade de consciência, crença, culto religioso ou ideia e sentimento dignos de respeito e veneração.

Pois bem, da leitura da mencionada previsão legal, fica evidente se tratar de um dispositivo que permite ampla, extensiva e subjetiva interpretação à luz do caso concreto. É aí que está o epicentro das controvérsias envolvendo pedidos de registro de marcas que fazem referência à maconha e a compreensão da Diretoria de Marcas (Dirma) e da Presidência do **INPI**.

O longo histórico de indeferimentos de tais signos distintivos pelo **INPI** sempre foi uma assombração para os titulares. Até mesmo para aqueles que de-

sejavam ou desejam assinalar produtos ou serviços sem qualquer relação direta com a erva. A simples menção, seja via elemento nominativo ou figurativo, já era suficiente para que o instituto indeferisse o pedido sob o fundamento de que o mesmo esbarrava no óbice do inciso III do artigo 124 da LPI, mais precisamente: uma violação à moral e aos bons costumes.

Ou seja, para o **INPI**, pouco importava - e, em alguns poucos casos, ainda hoje, pouco importa - a designação da marca, seja destinada ou não a produtos ou serviços relacionado à cannabis e às suas derivações. A mera menção ou alusão tinha como destino certo o indeferimento.

A exemplo disso, temos o recente pedido de registro de marca n. 501606911 (IRN nº 1606911), que busca a proteção do signo nominativo 'Twisted Hemp', na Classe 34, depositada via Protocolo de Madri pela sociedade empresária estadunidense P&L Sales Group, Inc.. O mencionado pedido foi indeferido pela Diretoria de Marcas [Dirma] do **INPI** por reproduzir o termo "Hemp" (que pode ser traduzido como cânhamo, uma variedade de cannabis), que na interpretação da Autarquia, o mesmo seria contrário à moral e aos bons costumes, nos moldes do polêmico e amplo inciso III do artigo 124 da LPI.

Pouco importa, ainda hoje, para alguns analistas de marcas do **INPI** o ramo mercadológico da empresa depositante, a especificação do produto ou serviço e o que será assinalado pelo signo distintivo: falou em maconha, está indeferido!

Vide os casos dos pedidos de registro de marcas para vestuário e tecido, 'HEMP4FASHION' (nº 921982119), 'Brazilian Hemp' (nº 922006741) e The-Hemp Company (nº 908082029). Os dois primeiros pedidos mencionados, além de terem em sua composição de elementos nominativos o termo "HEMP" (cânhamo), tinham também presentes em seus logotipos a folha da cannabis. Do mesmo modo, o pe-

Continuação: Daniel Delatorre: INPI e marcas de cannabis

dido de registro de nº 908082029, 'TheHemp Company', que apresentava apenas o termo "HEMP", seguiu pelo mesmo caminho: o indeferimento, que foi mantido em grau de recurso administrativo.

Repare: tecidos feitos de fibra de cânhamo já estão em circulação no Brasil há anos, nunca houve uma proibição ao uso das mencionadas fibras. A exemplo, titulares de marcas como Greenco, Ginger, Weedog e até Reserva já fazem uso e comercializam vestuário e acessórios feitos com fibra de cânhamo no país, mas não podem ter a proteção de um sinal distintivo que possua "cânhamo" como elemento [1].

O Judiciário Brasileiro teve poucas oportunidades para se pronunciar sobre o tema até agora. O Tribunal Regional Federal da 2ª Região, por exemplo, quando pode analisar - Processo de nº 5030178-42.2018.4.02. 5101 - a registrabilidade dos signos distintivos "Brazilian Cannabis" e "Brazilian Marijuana" à luz do inciso III do artigo 124 da LPI, o deixou de fazer, mantendo o indeferimento por considerá-los signos genéricos, de baixa distintividade (artigo 124, VI da LPI) [2].

Em mais uma oportunidade a Justiça Federal poderá analisar a questão envolvendo o inciso III do artigo 124 da LPI e a registrabilidade de signos ligados à cannabis. Perante à JFDF, a 4ª Turma do TRF4 - Me propôs ação de nulidade [3] em face do **INPI** e da União, questionando o ato administrativo que indeferiu o pedido de registro de marca '4evinte' (alusão ao horário 16:20h, mundialmente conhecido como o horário oficial para o uso da erva e também a um código policial referente ao uso da droga).

O Juiz Federal Substituto da 3ª Vara Federal/SJDF, Bruno Anderson Santos da Silva, julgou im-

procedente à pretensão da 4ª Turma. Segundo o magistrado, andou bem "a decisão do **INPI** ao negar o registro da marca da parte autora, por violar a moral e bons costumes". A 4ª Turma do TRF4 interpôs recurso de apelação e aguarda julgamento da 5ª Turma do Tribunal Regional Federal da 1ª Região.

Apesar disso, o indeferimento certo de marcas relativas à cannabis pelo **INPI** é algo que talvez tenha ficado para trás, principalmente depois da autorização da **Anvisa** para importação de produtos medicinais à base de canabidiol, em 2019.

Essa mudança de postura do **INPI**, que vinha acontecendo de forma bem vagarosa e sem uniformidade, aparentemente sofreu um impulso, seja por mudança de perspectiva social, novas posturas políticas sobre o tema, interesses econômicos envolvidos, relevância medicinal e/ou a nova posição adotada por autoridades respeitadas (**Anvisa**).

O que se pode compreender dessa mudança de interpretação do inciso III do artigo 124 da LPI pelo **INPI** - com relação às marcas de cannabis - , é que a realidade social e o ordenamento jurídico se relacionam[4], ou melhor, coexistem, a partir do momento que qualquer modificação da realidade social importa para o direito. E, por conta disso, deve haver uma adequação da norma à esta nova realidade social, conforme preceitua Pietro Perlingieri.

Independente da razão e dos motivos, fato é: o **INPI** tem cada vez mais entendido que marcas que façam referência à cannabis não esbarram no óbice do inciso III do artigo 124 da LPI. A título de exemplo, além de marcas mais conhecidas como 'Planet Hemp' (nº 820243361), banda brasileira de rap rock criada por Marcelo D2 e Skunk na década de 90, por uma simples busca no **INPI** pelos termos 'hemp' (Ex: 'San-

Continuação: Daniel Delatorre: INPI e marcas de cannabis

to Hemp' | nº 922625824), 'cannabis' (Ex: 'CRIA CANNABIS MEDICINAL' | nº 922918473) e 'cânhamo' (Ex: 'Sociedade Brasileira do Cânhamo Industrial' | nº 918450551) é possível verificar essa mudança de postura e cultura jurídica do **INPI**.

O inciso III do artigo 124 da LPI permanece com sua redação intacta, o que se muda é a compreensão social e jurídica relativa à cannabis frente àquilo que é, ou não, aceito moralmente.

Índice remissivo de assuntos

Marco regulatório | INPI
3, 4, 8

Direitos Autorais
7