

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 15 de fevereiro de 2023 às 07h57
Seleção de Notícias

Estadão.com.br - Últimas Notícias | BR

Pirataria | Biopirataria

Uma nova consciência sobre o valor da biodiversidade 3
MALU NUNES

Tribuna Catarinense | SC

14 de fevereiro de 2023 | Marco regulatório | INPI

Startups devem cuidar do registro da sua marca, além de proteger seu software 5

FinanceOne | SP

14 de fevereiro de 2023 | Marco regulatório | INPI

Quanto custa registrar uma marca em 2023? Entenda como funciona 7
TAMIRES SILVA

Jota Info | DF

14 de fevereiro de 2023 | Marco regulatório | INPI

MAP(A) e controle de marcas: ilegalidades e abuso regulatório à vista 9

Uma nova consciência sobre o valor da biodiversidade

Em meio à correria e a outros acontecimentos do final do ano, um fato de grande relevância para o nosso futuro, que pode ser referência para políticas públicas dos novos governos estaduais e federal que tomaram posse no Brasil, talvez tenha recebido menos atenção do que deveria. Na semana do Natal, no encerramento da 15.^a Conferência das Nações Unidas sobre **Diversidade** Biológica (COP-15), no Canadá, foi assinado o novo Marco Global da Biodiversidade, que traz 23 metas para interromper a perda de espécies no planeta até 2030.

O acordo histórico surge para fazer frente a um cenário desafiador. Segundo estudo de pesquisadores da Universidade da Califórnia, coordenado pelo biólogo Anthony Barnosky, se a humanidade mantiver o atual ritmo de exploração dos recursos naturais, entre 30% e 50% das espécies poderão desaparecer até meados do século 21. No oceano, por exemplo, estima-se que mais de 90% dos estoques de peixes e grandes mamíferos já foram esgotados.

A perda da biodiversidade significa muito mais que a extinção de plantas e animais. Não que isso já não seja motivo para rever nossas prioridades como sociedade, mas os riscos para a vida humana no curto prazo também tornam-se mais evidentes. Serviços ecossistêmicos como a polinização de culturas agrícolas, a água potável, o ar que respiramos, a proteção contra inundações, o solo produtivo e toda a regulação do clima estão envolvidos nessa equação.

Um dos destaques do acordo firmado no Canadá é a meta de preservar até 30% de áreas terrestres e regiões costeiras e marinhas até o fim da década. Atualmente, a proteção alcança 17% do ambiente terrestre e apenas 8% da área marinha global. Outro grande acerto da COP-15 é o reconhecimento de que os povos indígenas e tradicionais são guardiões da biodiversidade e também precisam ser mais respeitados e valorizados.

O novo marco global reconhece, ainda, que não basta proteger somente áreas naturais bem conservadas. A meta é recuperar até 30% dos ecossistemas que estão degradados - tanto terrestres quanto marinhos. Até 2030, essas áreas devem estar restauradas ou com restauração em andamento. Estima-se que, a partir desta meta, até 1 bilhão de hectares no mundo todo seja restaurado.

Esse objetivo estratégico pode nos encorajar, inclusive, a direcionar mais investimentos a Soluções Baseadas na Natureza (SbN) para enfrentar grandes desafios urbanos relacionados também às mudanças climáticas. Sistemas agroflorestais, pagamentos por serviços ecossistêmicos e outras inovações podem fortalecer modelos econômicos que conservem e recuperem nossos recursos naturais.

Contudo, ampliar as áreas protegidas não é o suficiente, se continuarmos a estimular atividades danosas para a biodiversidade, que em geral ocorrem fora das áreas protegidas. Estudo publicado em 2022 pela ONG B Team, que reúne líderes empresariais e fundações internacionais, calculou em US\$ 1,8 trilhão os subsídios globais a atividades econômicas que contribuem para a degradação de ecossistemas e destruição de espécies, envolvendo principalmente agricultura, pesca, combustíveis fósseis, extrativismo e exploração da água.

Estamos diante de uma oportunidade de redirecionar incentivos para fortalecer setores econômicos que têm impacto positivo para a biodiversidade. Com pesquisa, inovação, soluções integradas, cocriações e desenvolvimento de novos negócios será possível gerar oportunidades de trabalho e renda estimulando uma economia regenerativa. Essa pode ser uma incrível vantagem competitiva do Brasil, país com a mais rica biodiversidade do planeta.

O novo Marco Global da Biodiversidade também in-

Continuação: Uma nova consciência sobre o valor da biodiversidade

centiva empresas de grande porte e instituições financeiras a avaliar, monitorar e relatar os riscos, dependências e impactos ambientais relacionados com a perda da biodiversidade. O acordo deve encorajar o setor privado a mapear melhor sua relação com a natureza e seus serviços ecossistêmicos necessários para manter suas operações, como o uso da água e outros recursos naturais que são essenciais para suas atividades, ampliando, assim, a relação de responsabilidade das empresas com o planeta.

Uma nova consciência empresarial é fundamental para fazer frente ao principal desafio do novo marco global: o financiamento. Apesar da importância de novos fundos internacionais para apoiar governos de países em desenvolvimento - outra conquista anunciada no Canadá -, sem o engajamento das empresas e do setor financeiro não será possível mudar o sentido desta história de degradação. Afinal, as empresas devem assumir que a natureza é a base para uma eco-

nomia forte, capaz de gerar desenvolvimento com segurança e qualidade de vida.

Os biomas, florestas, nascentes, oceano, fauna e flora dependem desta nova consciência. O tempo está passando, mas ainda é tempo de colocar a biodiversidade no patamar de importância que ela tem para o nosso país e para toda a humanidade.

*

DIRETORA EXECUTIVA DA FUNDAÇÃO GRUPO BOTICÁRIO, É MEMBRO DA REDE DE ESPECIALISTAS EM CONSERVAÇÃO DA NATUREZA

Espaço Aberto Malu Nunes

Startups devem cuidar do registro da sua marca, além de proteger seu software

Lançar um produto ou serviço no mercado sem o registro da marca que os identifica pode causar transtornos e até prejuízos financeiros

"Diferentemente do que muitos empreendedores acreditam, o registro de software não garante a exclusividade sobre uma determinada categoria de produto ou serviço", alerta o especialista em direito de **propriedade** intelectual, Francisco Ferreira, diretor da Global Marcas e Patentes, há mais de 30 anos orientando empresas a obterem a necessária proteção ao seus direitos industriais e intelectuais e a protegerem-se contra a violação desses direitos.

A proteção ao software, regulamentada pela Lei 9.609 de 19/02/98, independe de registro, tendo a validade de 50 anos a partir de 1º de janeiro do ano subsequente à sua publicação ou, na ausência desta, da data de sua criação. Porém, para assegurar e facilitar a comprovação de sua autoria/titularidade, é recomendável seu registro perante o Instituto Nacional da Propriedade Industrial - **INPI**.

O privilégio é conferido ao código fonte que faz a entrega do serviço digital, de modo que não impede que surjam no mercado outros produtos com a mesma finalidade, desde que se utilizem de código diverso. Isso ocorre, por exemplo, com os aplicativos de corrida, financeiros, pagamentos, e-commerce, conversação via chatbots, serviços de streaming, entre outros.

"Quando se pretende utilizar dos 'serviços de UBER' é possível que você acabe utilizando serviços de mesma natureza, porém oriundos de outra prestadora". exemplifica Ferreira. Neste caso, isso ocorre quando uma marca de produto ou serviço se torna conhecida de tal forma que serve como referencial para os consumidores.

"Assim, pode-se colocar no mercado um produto ou

serviço similar aos já existentes, porém ninguém poderá utilizar marca igual ou semelhante a outra já registrada no **INPI** para identificação de produtos ou serviços idênticos ou afins. Daí a importância do registro da marca" adverte.

Conforme assegura a Lei da Propriedade Industrial, a propriedade da marca se mantém indefinidamente, desde que as renovações do respectivo registro sejam realizadas sucessivamente, a cada período de dez anos.

Para a efetiva proteção de sua marca, o especialista dá as seguintes orientações aos empreendedores que desejam lançar um produto ou serviço:

Busque o auxílio de um escritório especializado - É possível ao próprio interessado requerer registro de marca online junto ao **INPI**. Contudo, existem particularidades relevantes que, em geral, não são de conhecimento daqueles que buscam proteger sua marca. "Um escritório especializado na área da Propriedade Industrial é a melhor garantia para tudo dar certo. O correto enquadramento da marca na(s) classe(s) da Classificação Internacional de Nice, adotada pelo Brasil, e de acordo com os produtos ou serviços a serem identificados, assim como a condução de buscas prévias adequadas, o conhecimento quanto ao que é ou não registrável como marca e dos preceitos legais que regulam a matéria são fundamentais para o sucesso do registro".

Faça a pesquisa preliminar de marca - Antes de realizar quaisquer investimentos em uma marca, convém conduzir buscas prévias a fim de apurar se já existe registro de marca igual ou semelhante, que possa impedir a obtenção do registro de sua marca. Até porque o uso indevido de marca alheia registrada é reprimido pela legislação, sujeitando os violadores a consequências nos campos civil e penal. "O mesmo se recomenda quando se pretende criar um site na In-

Continuação: Startups devem cuidar do registro da sua marca, além de proteger seu software

ternet: há que se verificar se aquele domínio está disponível ou não", esclarece Ferreira.

Faça sempre a renovação do registro - Para que a proteção da marca seja mantida, é necessário renovar o respectivo registro a cada período de dez anos. "O **INPI** não emite qualquer aviso aos titulares de registro no momento da prorrogação", alerta o especialista. O pedido de renovação deve ser formulado durante o último ano de vigência do registro, existindo prazo extraordinário de seis meses, mediante o recolhimento de taxas adicionais. Uma vez que a renovação não seja devidamente requerida, o registro é extinto e a marca perde a proteção legal, ficando, assim, disponível para qualquer outro interessado.

Faça o monitoramento da marca - Não basta registrar a marca, é preciso cuidar de impedir o uso indevido de marcas iguais ou semelhantes por terceiros. "Es-

critórios especializados realizam monitoramento semanal na Revista da Propriedade Industrial a fim de averiguar se registro de marca igual ou semelhante está sendo solicitado por outrem, visando adotar as medidas legais para evitar a concessão de registros que violam direitos de seus clientes, ou mesmo buscar sua anulação, evitando transtornos futuros que possam requerer, inclusive na necessidade de disputa judicial", enfatiza Francisco Ferreira".

Neste endereço **AQUI** é possível à startup encontrar uma descrição das modalidades de registro existentes e outras informações de interesse para quem deseja proteger sua marca.

Autor:

Wilians Geminiano

Quanto custa registrar uma marca em 2023? Entenda como funciona

Registrar uma marca no **INPI** em 2023 pode custar R\$355, considerando apenas a taxa básica e sem descontos. Alguns tipos de negócios podem reduzir esse valor para R\$142.

No entanto, há ainda outras taxas adicionais que podem ser aplicadas, dependendo das circunstâncias do registro. Além disso, dependendo do tipo de negócio, o registro da marca em mais de uma classe elevará os custos.

Mas, afinal, quais são esses custos adicionais? O que são classes? Como isso tudo funciona? Continue a leitura para descobrir!

Quais são os custos para registrar uma marca no **INPI**?

Ao registrar uma marca no **Instituto** Nacional de Propriedade Industrial INPI, os custos podem variar dependendo do tipo de marca e do número de classes em que ela será registrada.

Publicidade

As classes se referem à categoria em que o negócio se insere. O **INPI** adota a Classificação Internacional de Produtos e Serviços de Nice, um sistema utilizado para classificar produtos e serviços para fins de registro de marcas.

Na prática, funciona mais ou menos assim: um negócio que atua no ramo de educação, mas também oferece consultoria jurídica, por exemplo, pode ser registrado nas classes referentes a esses dois mercados.

Desta forma, a posse da marca fica garantida e protegida tanto no ramo educacional, quanto jurídico. Quando uma empresa atua em mais de uma classe, é importante identificá-las corretamente para se pro-

teger em todos os lados.

Em 2023, a taxa básica para registro de marca custa R\$355 por classe, mas pequenos negócios MEI, ME, EPP têm desconto e podem pagar R\$142. O valor sobe para R\$415 ou R\$166 MEI, ME, EPP quando não há especificação pré-aprovada.

Publicidade

Especificação pré-aprovada é quando o pedido de registro no **INPI** já estabelece qual é a categoria de atuação da marca. A outra opção é o livre preenchimento, sem especificar a atividade.

Além da taxa básica, o empreendedor precisa pagar R\$745 ou R\$298 MEI, ME, EPP quando o registro da marca for deferido.

Quais outras taxas podem ser cobradas?

Além das taxas básicas de registro de marca, o **INPI** pode cobrar adicionais, dependendo das circunstâncias do registro.

Um desses custos inclui a taxa de busca, para realização de uma busca prévia de anterioridade da marca. O objetivo é verificar se ela já está registrada ou se há pedidos de registro pendentes que possam conflitar com a sua.

Publicidade

Também pode ser cobrada uma taxa de exame para análise do pedido de registro de marca pelo **INPI**; taxa de publicação do pedido de registro no Boletim de Marcas; taxa de emissão do certificado etc.

Os valores das taxas adicionais variam de acordo com o tipo de marca e o número de classes em que ela será registrada, bem como outras circunstâncias es-

Continuação: Quanto custa registrar uma marca em 2023? Entenda como funciona

pecíficas do registro.

Todos os custos para registrar uma marca no **INPI** podem ser consultados na tabela oficial no site da instituição.

Quem tem direito a desconto no registro de marca?

Os custos de registrar uma marca atualmente podem ser bem significativos, como visto acima. Mas a boa notícia é que vários tipos de negócios têm direito a até 6% no valor das retribuições, sendo eles:

Publicidade

pessoas físicas que não detiverem participação societária em empresa do ramo a que pertence o item a ser registrado;

microempresas, microempreendedores individuais e empresas de pequeno porte, assim definidas na Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006 (MEI, ME, EPP);

cooperativas constituídas nos termos da Lei nº 5.764, de 16 de dezembro de 1971;

instituições de ensino e pesquisa;

entidades sem fins lucrativos; e

órgãos públicos, quando se referirem a atos próprios.

Como registrar uma marca?

O registro de uma marca no **INPI** pode ser um processo demorado e, em alguns casos, mais trabalhoso. Dada a sua importância para a proteção da marca, é recomendável contar com uma consultoria jurídica

profissional.

No entanto, também é possível conduzir todo o processo sozinho. Resumidamente, todo o processo acontece nos seguintes passos:

Pesquisa prévia: antes de registrar uma marca, é importante fazer uma busca no banco de dados online do **INPI** para verificar se já existem marcas iguais ou semelhantes. É necessário criar um login no site. **Pedido:** após verificar a disponibilidade da marca, é necessário preencher o formulário de pedido de registro de marca, disponível no site do **INPI**. **Pagamento das taxas:** depois do formulário, será necessário emitir o Guia de Recolhimento da União GRU para pagamento das taxas. **Análise do pedido:** o **INPI** irá analisar o pedido para verificar se está em conformidade com as regras e requisitos legais. Se estiver, ele será publicado no Boletim de Marcas para que terceiros possam apresentar oposições ao pedido. **Concessão:** se não houver oposição ou se a oposição for rejeitada, o **INPI** concederá o registro da marca. A partir desse momento, a marca estará protegida por um período de 10 anos, renovável por períodos sucessivos.

Todo o processo pode levar meses ou até anos, dependendo da complexidade do pedido e do número de oposições apresentadas por terceiros. Por isso, é recomendável que o registro seja feito com a ajuda de um advogado especializado em propriedade intelectual.

O conteúdo ajudou? Então compartilhe e leia também: ChatGPT e empreendedorismo: como a nova IA pode impactar negócios?

Tamires SilvaPor

MAP(A) e controle de marcas: ilegalidades e abuso regulatório à vista

Órgãos fiscalizadores devem levar em conta os efeitos que medidas geram à concorrência e à inovação no mercado. Recentemente, o Ministério da Agricultura e Pecuária (antigo MAPA, hoje MAP) enviou, aos agentes econômicos do setor por ele regulado, o Ofício Circular 2/2023/CGI/DIPOA/SD A/MAP - que determina o recolhimento das rotulagens que contenham os seguintes indicadores: "gourmet", "ouro", "premium", "reserva", entre outros.

Entendeu o órgão fiscalizador que estas expressões diferenciadas (ainda que protegidas pelo direito fundamental de propriedade intelectual) poderiam induzir o consumidor em erro, quando não trouxessem consigo reais ganhos de qualidade no produto, os quais também devem constar na rotulagem. Assim, uma mera marca "ouro" pode ser considerada "enganosa" pelo MAP, quando aquele produto não contém destaque ou método produtivo que o lastreie a ser assim considerado.

Sobre esse tema, algumas considerações merecem ser evidenciadas, já que as marcas acima estão registradas no Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (**INPI**), que é o órgão público com competência legal para escrutínio de propriedade intelectual; e, justamente por serem marcas renomadas, são reconhecidas e consagradas pelos consumidores.

É esse o ponto de partida para se analisar o tema. A marca, quando da submissão ao seu pedido de registro no **INPI** já teve checada a sua veracidade, a sua novidade e a sua arte inventiva para designar aquele determinado produto, caso contrário não seria passível de registro. Prova maior disto é que a própria Lei de **Marcas** e **Patentes** já disciplina que:

"Art. 124. Não são registráveis como marca:

X - sinal que induza a falsa indicação quanto à origem, procedência, natureza, qualidade ou utilidade do produto ou serviço a que a marca se destina;"

Logo, inicialmente, revelar-se-ia inócua e ilegal a mencionada pretensão fiscalizatória do MAP, já que essa autenticidade teria sido objeto de checagem pelo órgão competente, o **INPI**. Além de ser absolutamente ineficiente e trazer substancial insegurança jurídica.

Quanto a esta atuação "subsidiária", parece haver inegável vício de competência, tema este inclusive já evidenciado na decisão judicial do processo Nº 5003282- 41.2022.4.04.7016/PR, no qual o em. juízo assim considera: "Por isso, como preceitua o caput do art. 495 do decreto em destaque, as medidas cautelares nele previstas serão aplicadas apenas se houver evidência ou suspeita de que um produto de origem animal represente risco à saúde pública ou tenha sido adulterado, o que, em análise prefacial, não é o caso dos autos."

Mas, as ilegalidades parecem ir além do vício de competência, haja vista que a ausência de elementos concretos de motivação denota que a atuação do MAPA não tem lastro na realidade para dizer se a marca "A" ou "B" traz consigo o lastro de metodologia produtiva que deveria ter. Parece que estamos esquecendo que órgãos públicos deviam atuar com base em evidências científicas e não em critérios subjetivos e arbitrários do que é enganoso.

Mas, não se trata apenas de ineficiência ou ilegalidade; há também consequências nefastas por trazer riscos à inovação, já que a **propriedade** intelectual, como já escrevemos aqui, é um dos motores do processo inventivo.

Nesse sentido, sob o ponto de vista econômico e de mercado, naturalmente a danosidade se projeta como

Continuação: MAP(A) e controle de marcas: ilegalidades e abuso regulatório à vista

mais grave do que aquela detectada pela teoria do direito administrativo, já que as marcas, por representarem sinais distintivos de produto ou serviço, são vistas pelos consumidores com características próprias de preferência ou mesmo de competição.

Ao se intervir no mercado dessa forma, impondo um verdadeiro anonimato entre os produtos, já que tudo passa a ser "presunto" ou "mortadela", o MAP acaba por desconsiderar anos de investimento e posicionamento de mercado das empresas, que permitiram ao público consumidor identificar e adquirir o produto de sua preferência ou mesmo a indústria direcionar produtos para determinados nichos.

Trata-se de uma atuação que não parece preocupada com seus efeitos ou mesmo com os consumidores que diz tutelar, já que não são apresentadas justificativas sólidas para se retirar do mercado produtos, muitas vezes consagrados, pelo grande público.

Volta-se ao dito pelo em. Juízo no processo mencionado:

"Há, enfim, aparente invasão de atribuição que, a rigor, pertence ao Ministério da Justiça e Segurança Pública para promoção da defesa da ordem econômica nacional e dos direitos do consumidor (v. art.

14, inciso XI, "f", da Lei nº 9.649/98). Ainda, a corroborar a conclusão de que as medidas cautelares aplicadas exorbitaram das finalidades para as quais estão dispostas, de defesa da saúde pública, a autora discorre possuir o registro das marcas contestadas há mais de 20 anos, explorando-as comercialmente, sem que se tenha conhecimento que o consumo desses produtos, o que ocorre desde longa data, tenha dado causa a algum dano ou colocado em risco à saúde dos consumidores."

A própria dúvida criada pelas autoridades já, por si só, desprovida de embasamento científico econômico e neurocientífico, caracteriza indevida atuação do Estado, ainda mais desprovida de Análise de Impacto Regulatório.

A Lei de Liberdade Econômica e a LINDB devem ser evocadas, a fim de impor que a regulação dos órgãos de fiscalização do agronegócio como o MAP respeite a livre iniciativa, evite a discricionariedade, que ocorra de maneira proporcional, levando em conta os efeitos que geram à concorrência e à inovação no mercado. Afinal, o agronegócio é um dos poucos setores econômicos em que o Brasil tem competitividade internacional.

André RossiFlávia Maia

Índice remissivo de assuntos

Pirataria | Biopirataria
3

Propriedade Intelectual
5, 9

Marco regulatório | INPI
5, 7, 9

Marcas
9

Patentes
9