

# abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual  
Clipping da imprensa

*Brasília, 28 de agosto de 2023 às 07h53*  
*Seleção de Notícias*

## Consultor Jurídico | BR

Propriedade Intelectual

**Miriam Ferraz: Existe proteção para cópia de embalagem? .....** 3

## A Gazeta Online - ES | ES

Marco regulatório | INPI

**Espírito Santo alcança 10 Indicações Geográficas e se destaca no país .....** 5  
HTTPS

## Metrópoles Online | DF

Marco regulatório | INPI

**Cacau Oliver vence briga judicial contra Jobim Produções. Entenda! .....** 7  
COLUMNAS | FÁBIA OLIVEIRA

## Teletime News | SP

Patentes

**Huawei e Ericsson renovam acordo para patentes, incluindo 5G .....** 8

## Miriam Ferraz: Existe proteção para cópia de embalagem?

Por Miriam Olivia Knopik Ferraz

O termo "trade dress", que se refere à aparência global e ao conjunto de elementos visuais de um produto ou serviço, conferindo-lhe identidade e reconhecimento no mercado, é relevante também no contexto jurídico brasileiro. Ainda que não haja uma legislação específica dedicada ao "trade dress" no Brasil, ele é amparado por princípios do Direito da Propriedade Industrial, regras de concorrência desleal e leis voltadas ao consumidor.

No Brasil, a proteção ao "trade dress" tem sua base principal no artigo 195 da Lei de Propriedade Industrial (Lei 9.279/96), que trata da repressão à concorrência desleal. Conforme esse artigo, a concorrência desleal envolve a imitação ou reprodução de elementos distintivos de um concorrente, capazes de gerar confusão entre os produtos ou serviços. Assim, é possível salvaguardar o "trade dress", desde que se demonstre a possibilidade de confusão por parte dos consumidores.

No âmbito do Direito da Propriedade Industrial, a proteção ao "trade dress" pode ser buscada por meio do registro de marcas tridimensionais ou mistas, que englobam características visuais específicas da embalagem ou do produto. Contudo, a obtenção do registro para o "trade dress" pode ser mais complexa do que para uma marca convencional, já que é necessário comprovar a distintividade e a capacidade de identificação pelo público consumidor.

Disputas podem surgir no cenário judicial ao se avaliar a proteção ao "trade dress". A análise da possibilidade de confusão entre os elementos visuais de produtos ou serviços pode ser subjetiva e variar de caso para caso. Adicionalmente, a definição do que constitui um "trade dress" distintivo pode gerar controvérsias.

Nos tribunais brasileiros, é possível observar situações em que a proteção foi concedida, reconhecendo sua importância para a identificação e diferenciação de produtos e serviços. No entanto, também ocorrem casos em que a proteção não é admitida, frequentemente devido à ausência de elementos distintivos suficientes ou à conclusão de que a imitação não implica um risco relevante de confusão.

Em resumo, a proteção no Brasil repousa principalmente em princípios de concorrência desleal e propriedade industrial, com a Lei de Propriedade Industrial sendo um alicerce central. Embora existam precedentes judiciais favoráveis à proteção do "trade dress", divergências sobre a amplitude e os critérios de proteção persistem, tornando esse um tema complexo e em constante evolução no ambiente jurídico brasileiro.

### Britânia vs. Mondial

A empresa Britânia moveu uma ação denominada "Ação de Abstenção de Uso com Pedido de Indenização por Violação de **Direito** Autoral" contra a Mondial. A alegação central era que a Britânia detinha os **direitos** autorais de suas embalagens, caracterizadas por um fundo azulado. Isso foi respaldado pelo Registro Autoral na Escola de Belas Artes da UFRJ (Universidade Federal do Rio de Janeiro), a entidade responsável pelo registro de obras autorais visuais no Brasil.

Apesar dos desenvolvimentos específicos dessa ação, o foco recai sobre o uso da embalagem azul e a possibilidade de exclusividade. A argumentação central da Britânia é que ela possuía os **direitos** autorais da configuração da embalagem, incluindo cores, disposição de textos e imagens, o que conferiria direitos patrimoniais. A questão central é se o consumidor poderia se confundir ao adquirir o produto devido à semelhança das embalagens.

Continuação: Miriam Ferraz: Existe proteção para cópia de embalagem?

A Britânia solicitou a cessação do uso dessa embalagem pela Mondial e uma indenização correspondente. Por sua vez, a Mondial apresentou diversos argumentos ao longo do processo destacando que não houve reprodução direta das embalagens e que os consumidores não seriam levados à confusão e que o "suposto" plágio ocorre apenas quando há uma reprodução idêntica e fiel, o que não seria o caso.

No decorrer do processo, uma perícia técnica foi conduzida para analisar esse ponto, concluindo que houve uma reprodução parcial da obra registrada, caracterizando concorrência desleal.

Essa questão chegou, por meio de recursos, ao Tribunal de Justiça do Paraná e foi decidido no voto do relator Luiz Henrique Miranda, dentre outros pontos:

- Imitação parcial da obra, englobando não apenas a cor azul, mas também o fundo e outros elementos;
- Identidade nos setores de atividade e, por consequência, nos produtos envolvidos;
- Possibilidade de erro ou confusão por parte dos consumidores, devido a ambos os fatores.

O relator enfatizou a importância de avaliar o contexto como um todo, indo além da análise apenas da cor azul. Ele ilustrou isso ao mencionar que, seguindo a mesma lógica: "Não fosse assim, até a Mãe Natureza poderia ser acusada de plágio da obra: 'imagem azul' nos dias de céu azul anil manchado por rastros difusos de nuvens brancas".

O relator reconheceu, assim, a prática ilícita por meio da violação dos **direitos** autorais e a realização de atos de concorrência desleal. Enquanto a decisão de primeira instância determinou uma indenização por danos morais de R\$ 80 mil, o valor foi reduzido para R\$ 20 mil no Tribunal de Justiça.

Esse caso é notavelmente intrigante no campo da **propriedade** intelectual, uma vez que explora o instituto do "trade dress", que, apesar de não ser regulamentado de forma direta, obteve uma maior proteção por meio de estratégias jurídicas, como o registro da obra e a interpretação das leis vigentes.

Processo nº 0029170-71.2015.8.16.0001

## Espírito Santo alcança 10 Indicações Geográficas e se destaca no país

Em um cenário cada vez mais acirrado, ter a qualidade e a procedência dos produtos reconhecidas torna-se um diferencial e tanto para conquistar espaço e desbravar novos mercados. A Indicação Geográfica (IG) é um dos mais importantes títulos e atesta que produtos e serviços são característicos de seu local de origem. Como consequência, atribui maior reputação, valor intrínseco e identidade própria, além de os distinguir em relação aos seus similares. O Espírito Santo possui 10 Indicações Geográficas, a última delas concedida em julho deste ano pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial (**Inpi**) à pimenta-rosa, da qual o estado é o maior produtor nacional. A IG tem como especificidade a Indicação de Procedência para o município de São Mateus, centro produtor de pimenta-rosa. O Serviço de apoio às Micro e Pequenas Empresas do Espírito Santo (Sebrae/ES) teve participação essencial nesta indicação, com investimento em recursos financeiros, assessoria técnica e acompanhamento de todo processo de concessão.

Foram mais de cinco anos de trabalho. "Tudo começou por volta de 2017, quando foi feito um diagnóstico pelo Sebrae/ES em que o potencial de IG da pimenta-rosa apontava para o município de São Mateus, com maior força na região conhecida como Nativo. Esse processo foi discutido e realizado por consultoria da Inovates, contratada pelo Sebrae/ES, que participou de toda a construção e concessão dessa IG", destaca Paulo Barbosa, gerente da regional Norte do Sebrae/ES. O produtor de pimenta-rosa e presidente da Associação dos Produtores de Aroeira do Espírito Santo (Nativa), Reginaldo Castro, comemora a obtenção da IG e espera que o produto seja ainda mais valorizado, em especial no Brasil. "A pimenta-rosa atualmente é muito exportada para mercados como os da Europa, Ásia e Estados Unidos. Trabalhamos com o óleo essencial da aroeira, fa-

zemos outros derivados dela. Os produtores terão a oportunidade de explorar mais o mercado diretamente, sem intermediários", pontua Reginaldo. Terra fértil para várias culturas, o Espírito Santo também possui Indicação Geográfica para amêndoas de cacau, concedida à cidade de Linhares, maior produtor do Estado com mais de 8 mil toneladas por ano e o terceiro do país.

A atuação do Sebrae/ES se deu desde a concessão até o acompanhamento aos produtores locais, que têm apostado na qualidade e na diversificação no uso da matéria-prima - desde a produção de chocolates finos à aguardente de cacau. "O objetivo de nossa consultoria foi gerar vantagem competitiva para a Associação dos Cacaucultores do Espírito Santo (Acau) e, acima de tudo, sustentabilidade nas ações que valorizem o importante certificado conquistado. Foi utilizado um plano mercadológico, o branding, uma metodologia contendo um conjunto de estratégias estruturadas e amplamente planejadas, com o objetivo de fortalecimento da marca e do selo, valorizando todos os seus ativos, sejam eles aspectos do negócio, de comunicação, do design", explica Carla Bortolozzo, gerente da regional Central do Sebrae/ES. A agricultura não é o único potencial atestado pelas indicações no Estado. O mármore de Cachoeiro de Itapemirim também foi contemplado com uma IG - a cidade, inclusive, é conhecida internacionalmente hoje como a capital brasileira do mármore.

Concedida em 2012, a IG atestou a vocação da cidade, alavancando a economia, o construtivismo cultural, arquitetônico e turístico. "A evolução dos setores de exploração e beneficiamento de mármore e granitos, a sua produção e comercialização nacional e internacional transformaram o município no centro mais importante do país, sendo considerada a maior vitrine de negócios do setor de rochas or-

Continuação:  
Espírito Santo alcança 10 Indicações Geográficas e se destaca no país

namentais. O IG de mármore fortalece ainda mais essa identidade", pontua Ivair Segheto Junior, gerente da regional Sul do Sebrae/ES. **Indicações** Geográficas do ESPanelas de Barro de GoiabeirasMármore de Cachoeiro de ItapemirimCacau em amêndoas de LinharesInhame de São Bento de UrâniaSocol de Venda Nova do Imi-

granteCafé Conilon do Espírito SantoCafés Arábica das regiões das Montanhas do Espírito SantoCafé Arábica do CaparaóPimenta-rosa de São MateusPimenta-do-reino do Espírito SantoEste é um conteúdo de responsabilidade do anunciante.  
Sebrae EsHttps

## Cacau Oliver vence briga judicial contra Jobim Produções. Entenda!

COLUNAS

obteve uma vitória significativa na disputa judicial contra a Jobim e Moraes Representações Comerciais LTDA, com a luta pelo domínio do nome A Musa de Ipanema, detentora da marca até então. A batalha legal, que durou anos, chegou ao fim com decisão favorável ao assessor, permitindo que a famosa disputa de beleza carioca, criada por ele, pudesse ser retomada. A coluna apurou sobre o veredito, com exclusividade, em despacho do próprio **INPI**, órgão que registra nomes e patentes. Nele consta que o pedido de nulidade da marca foi recusado, consagrando um resultado final para o caso e resolvendo a questão quanto ao direito de marcas. Após um hiato de 3 anos devido ao processo, o concurso A Musa de Ipanema retorna com força total. O evento celebra a estética e a cultura da Cidade Maravilhosa, homenageando a famosa canção brasileira e a icônica musa que inspirou gerações, Helô Pinheiro. As inscrições estão abertas a partir de hoje e permanecerão disponíveis até dia 30

de agosto. A ganhadora vai posar para a capa da Revista Glamour, edição de setembro. Para informações sobre inscrições, . "Estou satisfeito com o desfecho do processo e empolgado em revitalizar o concurso". Ele enfatizou a importância de valorizar a diversidade e a autenticidade das participantes, destacando que o evento busca promover inclusão, autoestima e representatividade. Voltar Progredir O A Musa de Ipanema é conhecida por ser uma plataforma que revela talentos e proporciona oportunidades únicas para as participantes. O concurso começou em 2017, tendo como vencedora a modelo Talita Cogo. Na sequência ela posou para a Playboy. Em 2018, Nathy Kihara, foi a escolhida para representar Ipanema e posou para a Revista Sexy. Em 2019 foi eleita a Poliana Palad, e por último, em 2020, a modelo Wanessa Moura, capa da Haper's Bazaar Vietnã.

## Huawei e Ericsson renovam acordo para patentes, incluindo 5G

A **Huawei** e a **Ericsson** assinaram um novo contrato global para **licenciamento** cruzado de **patentes**. O acordo de longo prazo inclui tecnologias essenciais para as gerações celulares 3G, 4G e 5G, bem como **patentes** padronizadas por órgãos como 3GPP, ITU, IEEE e IETF.

O compromisso abrange os negócios das empresas nas áreas de **infraestrutura** de rede e dispositivos de consumo, concedendo a ambas as partes acesso global às tecnologias patenteadas e padronizadas pela outra, sinalizaram as duas companhias nesta sexta-feira, 25.

Na ocasião, a Huawei classificou o acordo como um **reconhecimento** mútuo do valor da propriedade intelectual das concorrentes. "Isso demonstra o compromisso que ambas as partes estabeleceram para que a propriedade intelectual deve ser devidamente respeitada e protegida", sinalizou Alan Fan, head do departamento de propriedade intelectual da Huawei.

Já a Ericsson lembrou que as duas fornecedoras são grandes contribuintes para os padrões de comunicação móvel. "A **propriedade** intelectual deve ser respeitada e recompensada, e **inovações** tecnológicas líderes devem ser compartilhadas em toda a indústria. Uma abordagem equilibrada para licenciamento assegura que os interesses tanto dos detentores de **patentes** quanto dos implementadores sejam atendidos de forma justa, impulsionando o desenvolvimento saudável e sustentável da indústria em benefício dos consumidores e das empresas", afirmou a chefe do departamento de **propriedade** intelectual da Ericsson, Christina Petersson.

As condições financeiras do negócio considerado de alguma forma usual na indústria não foram divulgadas. Recentemente, a Huawei **atualizou** a precificação para licenciamento de patentes celulares, ao passo que a Ericsson projeta para este ano cerca de 11 bilhões de coroas suecas (US\$ 1 bilhão) em receitas globais com licenciamento.



## Índice remissivo de assuntos

**Propriedade** Intelectual  
3, 8

**Direitos** Autorais  
3

**Denominação** de Origem  
5

**Marco** regulatório | INPI  
5, 7

**Inovação**  
8

**Patentes**  
8