

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 19 de fevereiro de 2024 às 07h56
Seleção de Notícias

IT Forum | SP

Patentes

Governo dos EUA define diretrizes sobre patentes de invenções com IA	3
---	----------

REDAÇÃO | 10

Migalhas | BR

Desenho Industrial

Uma abordagem jurídica envolvendo cuidados na criação de embalagens	4
--	----------

TecMundo | BR

Direitos Autorais

Instagram removeu seu vídeo? Entenda os direitos autorais das músicas na rede	9
--	----------

NOVIDADES | TECMUNDO

Governo dos EUA define diretrizes sobre patentes de invenções com IA



Imagem: Shutterstock

Nos últimos anos, a inteligência artificial (IA) emergiu como uma ferramenta poderosa para impulsionar a pesquisa científica e a inovação empreendedora. No entanto, a questão sobre como proteger legalmente as invenções geradas com a assistência da IA tem sido motivo de debate em várias partes do mundo. Nos Estados Unidos, o US Patent and Trademark Office (USPTO) anunciou, nesta terça-feira (12), diretrizes que reforçam que apenas pessoas reais podem ser consideradas inventores em pedidos de **patente**, excluindo explicitamente a possibilidade de a IA ser reconhecida como inventora.

A decisão da agência responsável por conceder patentes nos EUA e registrar marcas comerciais marca uma mudança significativa no cenário das patentes, afetando desde grandes corporações até inventores independentes. O objetivo é equilibrar a inovação trazida pela IA com a preservação da criatividade humana.

As diretrizes da USPTO estipulam que uma "contribuição significativa" deve ser feita por uma pessoa real para que uma invenção possa ser patenteada. Isso levanta questões sobre o que exatamente constitui essa contribuição e como será avaliada pelos examinadores de **patentes**.

Porque a IA é fundamental para varejistas atuando em marketplaces

"Uma pessoa natural que apenas apresenta um problema a um sistema de IA pode não ser um inventor adequado" de algo, disse a USPTO. "No entanto, uma contribuição significativa poderia ser demonstrada pela maneira como a pessoa constrói o prompt em vista de um problema específico para obter uma solução particular do sistema de IA".

A USPTO ofereceu exemplos de como suas diretrizes seriam aplicadas. Por exemplo, se alguém pede a um chatbot de IA para projetar uma parte de um carro de controle remoto e não contribui substancialmente, a patente não seria concedida. No entanto, se o inventor demonstrar seu trabalho para orientar o chatbot a criar um design específico para o carro, então a patente poderia ser considerada.

Além disso, há preocupações sobre o potencial impacto das diretrizes no sistema de patentes, especialmente em relação aos chamados "patent trolls". Essas entidades poderiam explorar brechas nas diretrizes para obter patentes amplas e abusivas, levando a litígios desnecessários e transferências de riqueza injustas.

*Com informações da CNN Business

Uma abordagem jurídica envolvendo cuidados na criação de embalagens



Uma abordagem jurídica envolvendo cuidados na criação de embalagens: o papel do Trade Dress Isabella Estabile e Nicole Magalhães Embalagens distintas podem ser protegidas pelo instituto do Trade Dress, sendo este um conceito jurídico importante para agências de marketing e inovação para evitar infração de direitos de terceiros e agregar valor aos seus produtos. sexta-feira, 16 de fevereiro de 2024 Atualizado às 14:25 Compartilhar ComentarSiga-nos no A A

Sabe-se que um dos principais desafios de agências de marketing e inovação ao criar embalagens é a concepção de elementos distintivos visuais e sensoriais distintos, visando oferecer aos clientes uma entrega inovadora e de destaque. Este processo certamente envolve diversos desafios técnicos, mas esbarra também no risco jurídico de potencial infração de direitos de terceiros, especialmente voltados a **propriedade** intelectual. Portanto, o objetivo deste artigo é explorar como conceitos jurídicos podem ser aliados ao desenvolvimento diferenciado de embalagens, considerando diversas perspectivas e aspectos legais relevantes.

abpi.empauta.com

O conceito jurídico de trade dress, originado nos EUA, refere-se ao "conjunto-imagem" ou o "look and feel" de determinado produto e/ou embalagem, que é suficientemente distintivo, merecendo uma proteção jurídica autônoma e independente dos conceitos tradicionais de **propriedade** intelectual.

O trade dress emerge como o conjunto visual distintivo de um produto ou serviço, podendo compor embalagens, fachadas de estabelecimentos, bem como a apresentação estética de websites ou plataformas digitais. Este conceito envolve não apenas a aparência, mas também a atmosfera, sons, aromas e o design, tanto dos estabelecimentos físicos, quanto dos virtuais.

Para assegurar a exclusividade do trade dress, é fundamental que as características apresentadas no conjunto sejam únicas e capazes de fazer com que terceiros associem a instantaneamente à empresa que ele representa.

Considerando o recorte de análise estabelecido, i.e., criação de embalagens, é de suma importância que agências de marketing e inovação estejam atentas ao arcabouço jurídico pertinente para não cometerem equívocos que esbarrem na infração de direitos de terceiros, o que pode gerar danos para a própria empresa e seus clientes.

Diferentemente de outras formas de proteção de **propriedade** intelectual, o trade dress não decorre de previsão legal expressa, sendo seu reconhecimento e proteção estabelecidos pelo judiciário, com base em casos concretos, por meio do ajuizamento de ações de infração por concorrência desleal.

Na prática, é realizada uma avaliação minuciosa por meio de perícia técnica, com o propósito de coletar evidências técnicas e objetivas para determinar se o trade dress em questão é suficiente distintivo, se não

Continuação: Uma abordagem jurídica envolvendo cuidados na criação de embalagens

possui aspectos funcionais e se há risco de confusão com outros "conjunto-imagem". Quanto estes critérios são atendidos, o trade dress pode ser protegido contra imitações, concorrência e uso não autorizado por terceiros.

Assim sendo, os tribunais brasileiros avaliam a evolução contínua das práticas comerciais e concorrenciais, além das mudanças das tendências de design, tornando esta uma ferramenta eficaz para proteger a integridade e identidade de produtos no mercado brasileiro.

Quanto ao primeiro critério analisado, ou seja, distintividade, para que o trade dress seja passível de proteção, ele não pode ser evocativo/descriptivo ou de uso comum no segmento.

Para ilustrar, cita-se o uso da cor, aroma e sabor de laranja nas embalagens de produtos de vitamina C. Por se tratar de vitamina presente majoritariamente nesta fruta, a cor aroma e sabor de laranja é utilizado neste tipo de produto, de modo que o seu uso jamais poderia ser passível de exclusividade por uma única empresa.

A descritividade, por sua vez, é literal. Verifica-se quando determinado produto ou serviço é intitulado conforme seu significado dicionarizado, não havendo, portanto, exclusividade. É o caso, por exemplo, do uso do termo restaurante para designar um restaurante. Por óbvio, o proprietário do restaurante não poderá reivindicar direitos de exclusiva sobre este termo.

Nesse sentido, se uma agência de marketing e inovação cria uma embalagem contendo o termo "desodorante" para o produto desodorante, em uma análise preliminar, sem analisar os outros elementos da embalagem, não há infração evidente.

No que se referem aos elementos de uso comum, primeiramente, importante ressaltar que a análise deve considerar o segmento a que pertence a embalagem

do produto em questão.

O uso comum pode ocorrer devido à funcionalidade, evocatividade ou descritividade do elemento. No entanto, existem alguns casos que o uso comum no segmento nem sempre decorre de uma dessas características, podendo ser verificado em razão de tendência de mercado.

Dentre as estratégias de marketing, a opção de algumas empresas é por "seguir o líder", tanto no que se refere à criação do conteúdo do produto ou formato de execução do serviço, como na divulgação, seleção de cores ou de embalagens.

É de suma importância cautela quando do desenvolvimento de embalagens que busquem associar-se a empresas líderes do seguimento, pois, além de poder haver alguma violação de ativos de propriedade intelectual, ainda há o aspecto da concorrência desleal.

Não obstante, muitas vezes a empresa líder de mercado permite que os demais players do seguimento utilizem seus elementos distintivos em produtos ou serviços. Quando isto ocorre, tais elementos, que antes eram distintivos, podem tornar-se comuns no mercado, fazendo com que a empresa líder do seguimento não mais consiga reivindicar direitos de exclusiva. Tecnicamente, é o que juridicamente se chama de diluição.

O exemplo clássico é o caso dos produtos VEJA®, que são azuis e vermelhos. Inicialmente, a utilização dessas cores para produtos alvejantes era altamente distintiva, visto que não exercia qualquer função no produto ou evocava suas características. Contudo, outros players no segmento passaram a usar essas cores, o que ocasionou a perda de exclusividade sobre esse conjunto (vermelho e azul) pela VEJA®.

Inclusive, esta perda de direito foi confirmada por decisão judicial, em que o tribunal permitiu que outra empresa Ré utilizasse tal cor, sem que fosse con-

Continuação: Uma abordagem jurídica envolvendo cuidados na criação de embalagens

siderado violação aos direitos da Autora VEJA®.

Tomando este caso como exemplo, se uma agência de marketing e inovação fosse contratada para desenvolver a embalagem de um produto alvejante no passado, especialmente antes da referida decisão judicial, e utilizasse as cores azul e vermelho é possível que a VEJA® tomasse medidas em face da empresa por violação de **propriedade** intelectual.

No entanto, se atualmente a agência de marketing ou inovação for contratada para a mesma criação, o uso desta combinação de cores certamente não seria considerado uma infração, e a VEJA® não teria argumentos para impedir o uso do esquema de cores por terceiros.

Portanto, a análise quanto ao elemento do uso comum é complexa e requer cautela pela empresa criadora, pois a verificação de tendência de mercado ou de uso comum no segmento é, por vezes, extremamente subjetiva.

No que se refere ao segundo critério, ausência de funcionalidade, importante destacar que elementos funcionais são aqueles que exercem uma função utilitária no produto, ou seja, é o contrário de distintivo ou ornamental e, portanto, não pode ser protegido.

Este seria o caso, por exemplo, de produtos "roll on", cuja proteção não pode ser reivindicada dada à funcionalidade do mecanismo de esfera para aplicação do produto.

Nesse sentido, a agência de marketing e inovação poderá adotar o mecanismo "roll on" para embalagens em que tal mecanismo exerça a função de aplicação do produto sem que isto constitua infração a direitos de terceiros ou que esta criação seja exclusiva.

Por fim, o critério do risco de confusão é o mais difícil de ser aferido. Sob a perspectiva jurídica, normalmente os tribunais aplicam o Teste 360º para

identificar se há possibilidade de confusão no caso concreto, no bojo de perícias judiciais.

Para ilustrar, selecionamos alguns casos em que os tribunais brasileiros condenaram as empresas que copiaram o trade dress da embalagem de produtos anteriores e distintivos, por entenderem haver possibilidade associação ou confusão no consumidor.

No caso RITTER x QUEENSBERRY (Processo 0019 026-91.2011.8.26.0068), a Ré 'Ritter' foi condenada a pagar indenização à Autora, 'Queensberry', após a decisão da 1ª Câmara Reservada de Direito Empresarial do TJ/SP, que deliberou sobre práticas de concorrência desleal relacionadas ao conjunto-imagem das embalagens de geleias da Ré.

No caso BIOFORZAN X BIOTÔNICO FONTOURA (Processo 1025574-72.2018.8.26.0100), a Autora "Biotônico Fontoura" processou a "Bioforzan" por copiar a embalagem de seu suplemento. A decisão favoreceu a Autora, exigindo que a "Bioforzan" cessasse a produção e venda do produto cópia, além de pagar indenização por danos materiais e morais. O relator do caso destacou que as diferenças na cor da tampa, fonte e adornos não anulavam os elementos distintivos percebidos pelos consumidores, dispensando-se a produção de prova pericial.

No caso CHINA IN BOX X UAI IN BOX (processo 0038734-97.2012.8.26.0002), a "China In Box" acusou a Ré de copiar sua identidade visual, utilizando embalagens e elementos gráficos semelhantes que poderiam confundir os consumidores quanto à origem dos produtos. A decisão judicial favoreceu a Autora, ordenando que a Ré interrompesse a comercialização de produtos nessas embalagens, considerando que violavam o trade dress da marca original e infringiam os direitos de propriedade intelectual. O caso foi julgado pela 3ª Vara Cível de São Paulo - Capital.

Já no processo entre Vigor e Danone (nº

Continuação: Uma abordagem jurídica envolvendo cuidados na criação de embalagens

1114879-72.2015.8.26.0100), onde a Vigor acusou a Danone de copiar o trade dress da embalagem. A 1ª câmara reservada de Direito Empresarial do TJ/SP trouxe uma decisão divergente. O relator afirmou que não existiam provas suficientes de concorrência desleal no conjunto-imagem das embalagens. A decisão ressalta que várias empresas que vendem "iogurte grego" usam recipientes semelhantes, e isso não é mais considerado uma característica distintiva, mas sim, de uso comum entre os concorrentes.

As decisões envolvendo os casos mencionados ressaltam importantes princípios do direito de propriedade industrial e da concorrência no mercado. Alguns pontos relevantes merecem destaque:

Abrangência do Trade Dress: O trade dress, como abordado, refere-se à aparência geral e distintiva de um produto que identifica sua origem comercial. Isso abarca características visuais como embalagens, **design** de produtos, logotipos, cores, e em alguns casos, até aspectos sensoriais, como o cheiro característico da sandália Melissa.

Uso comum do trade dress: As decisões enfatizaram o conceito de vulgarização do trade dress, que ocorre quando os elementos visuais de um produto perdem sua função distintiva, deixando de ser considerados exclusivos e, conseqüentemente, não passíveis de litígio.

Importância da Proteção dos Direitos de Propriedade Industrial: Os casos evidenciam a importância da concorrência leal e da proteção dos direitos de **propriedade** industrial como aspectos fundamentais para manter a integridade do mercado e salvaguardar os interesses dos titulares de marcas e produtos.

Em última análise, a proteção dos direitos de **propriedade** industrial, ancorada na distintividade e originalidade das expressões das ideias, emerge como um pilar fundamental para o fortalecimento da concorrência leal e a promoção da inovação no mercado.

É igualmente importante evitar o desenvolvimento de produtos ou de embalagens que possam causar confusão sobre sua origem devido à identidade visual. Essa consideração evidencia a importância da constante inovação e diferenciação por parte das agências de criação, para garantir a identidade visual única e protegível de produtos e serviços.

A compreensão desses princípios orienta não apenas as decisões judiciais, mas também a conduta das empresas e profissionais envolvidos na criação e comercialização de produtos, reforçando a importância da proteção e valorização da **propriedade** intelectual em um ambiente competitivo.

CABRAL, Filipe Fonteles; e MAZZOLA, Marcelo. O Teste 360° de Confusão de **Marcas**. Revista da Associação Brasileira da Propriedade Intelectual, nº 132, set/out de 2014, p. 14/22.

CERQUEIRA, João da Gama. Tratado da Propriedade Industrial. Rio de Janeiro: Ed. Lumen Juris, 2010, vol. II, tomo II, p. 50/51.

MANZUETO, Cristiane Santos. Requisitos objetivos para apuração da distintividade nos conflitos judiciais envolvendo o trade dress de produto. 104f. Dissertação. (2011). Programa de Mestrado Profissional em **Propriedade** Intelectual Inovação e Desenvolvimento da Academia do Instituto Nacional da

Continuação: Uma abordagem jurídica envolvendo cuidados na criação de embalagens

Propriedade Industrial (**INPI**). Rio de Janeiro:
INPI, 2011.

Isabella Estabile Atua nas áreas de Contencioso Judicial e Resolução de Conflitos. Nicole Magalhães Advogada.

Instagram removeu seu vídeo? Entenda os direitos autorais das músicas na rede

NOVIDADES



Quem trabalha como criador de conteúdo no Instagram ou simplesmente gosta de postar Stories e Reels em seu perfil pessoal, pode ter se surpreendido ao publicar uma música e ver que ela foi deletada - ou simplesmente que o vídeo foi removido.

Para não passar por essa situação desagradável, é preciso entender direitinho como funcionam a questão dos **direitos** autorais dentro desta plataforma. Neste texto, explicamos sobre o funcionamento das músicas no Instagram e tudo o que você precisa saber para não passar por esse inconveniente.

Por que o Instagram está bloqueando músicas? (Fonte: GettyImages) Isso acontece porque o Instagram firma alguns acordos com gravadoras e associações que administram os direitos das músicas. De acordo com o que é informado na plataforma, "esses acordos protegem artistas, compositores e outros detentores de direitos musicais ao impor limitações em relação à quantidade de música gravada que pode ser incluída em vídeos ou transmissões ao vivo".

Por meio desse acordo, o Instagram oferece acesso a uma biblioteca de músicas que estão licenciadas pela rede social. Ocorre que algumas delas não podem ser utilizadas por contas empresariais, uma vez que os detentores dos direitos podem vetar o uso comercial

delas.

Por isso, caso seu perfil esteja no modo profissional, é possível que, quando você tente usar uma dessas canções, seu vídeo seja rejeitado. O recomendado nessa situação é utilizar a Coleção de Sons do Instagram.

Fique por dentro: TikTok: como mudar para conta profissional no app Por que não tenho acesso a todas as músicas do Instagram? (Fonte: GettyImages) Se de uma hora para outra você perdeu o acesso às músicas que usava nos seus Stories e Reels, o mais provável é que você estivesse utilizando músicas com **direitos** autorais restritos em um perfil comercial.

Se isso aconteceu, saiba que há algumas soluções para poder voltar a postar músicas no seu perfil. O primeiro jeito é passar a utilizar a Coleção de Sons do Instagram. Trata-se de uma biblioteca com músicas que não cobram royalties, ou seja, têm os **direitos** autorais livres. No app, a biblioteca conta com mais de 9 mil músicas, trilhas e sons que se encaixam em vários vídeos. Portanto, há muita opção para escolher.

Outra alternativa que você pode tentar é mudar o tipo do perfil. Se você teve sons bloqueados, é bem provável que estivesse usando o Instagram Profissional, e você pode optar para alterar o seu perfil como de Criador de Conteúdo.

Na prática, há poucas mudanças quando você muda para esse tipo de perfil. Então, essa pode ser uma forma interessante de liberar mais músicas para a sua página.

Como postar vídeo com música no Instagram sem ser banido? (Fonte: GettyImages) Para não passar pelo perrengue de perder o vídeo que deu tanto problema (e, com isso, perder junto todas as visualizações e cur-

Continuação: Instagram removeu seu vídeo? Entenda os direitos autorais das músicas na rede

tidas), é importante seguir algumas diretrizes que diminuirão a possibilidade da ocorrência deste problema. Vejamos quais são elas:

1. Credite o autor da música que está usando Uma estratégia para tentar não ter seu vídeo derrubado é colocar na legenda o nome do detentor do **direitos** autorais daquela música que foi escolhida. Você pode também repostar um vídeo ao invés de postar, pedir para fazer uma publicação compartilhada com o músico ou marcar o autor da música cada vez que faz um post.

2. Evite o uso para fins lucrativos Conforme explicado acima, o Instagram age de modo a evitar problemas de **direitos** autorais para a empresa. Caso queira se precaver da possibilidade de ter seu vídeo bloqueado, o ideal seria nunca utilizar uma música para fins lucrativos. Ou seja, com o intuito de ganhar dinheiro direta ou indiretamente.

Por exemplo, se o seu perfil tem algum tipo de monetização, como é o caso de quem faz publis, já configura um uso comercial. O mais recomendado é utilizar apenas a biblioteca de músicas com uso livre. Isso também diminui a chance de levar um processo pelo autor da música, por exemplo.

3. Utilize pequenos trechos da música Está escrito na lei de **direitos** autorais: é possível "a reprodução, em quaisquer obras, de pequenos trechos de obras preexistentes, de qualquer natureza, ou de obra integral, quando de artes plásticas, sempre que a reprodução em si não seja o objetivo principal da obra nova e que não prejudique a exploração normal da obra reproduzida nem cause um prejuízo injustificado aos legítimos interesses dos autores".

Por isso, uma forma de evitar ter seu vídeo banido é recortar pequenos pedaços da música para ilustrar o vídeo.

: 10 músicas que bombaram no Reels do Instagram

em Junho4. Agregue elementos visuais ao vídeo Outra dica que o Instagram oferece aos usuários à plataforma é que, ao fazer um vídeo, agreguem vários componentes visuais que tirem o foco central na música. Isso auxilia para que não se configure uma violação de **direitos** autorais.

5. Peça autorização Por fim, uma dica simples: antes de publicar uma música no seu vídeo, peça autorização ao autor e deixe isso registrado, mesmo que de forma mais informal. Como diz o ditado: melhor prevenir do que remediar.

Como saber quais músicas não têm **direitos** autorais no Instagram? (Fonte: GettyImages) Saber quais músicas não são protegidas por **direito** autoral no Instagram é muito útil de acordo com o uso que você pretende fazer dela. Se você quer, por exemplo, impulsionar uma publicação, é necessário usar uma trilha que esteja nessas condições.

O caminho mais fácil é você usar um material vindo da Coleção de Sons, o que traz a segurança de que você não estará infringindo **direitos** autorais. Essa é uma garantia que você está protegido e não perderá o seu post.

Outra ideia, que dá um pouco mais de trabalho, mas vale a pena, é pesquisar no banco de dados do ECAD, a entidade brasileira responsável pela arrecadação e distribuição dos **direitos** autorais das músicas aos autores e demais titulares, para verificar se a música está registrada. Assim, se ela estiver nessa condição, você já sabe que ela é protegida por **direitos** autorais e não pode usá-la.

Gosta de conteúdos voltados às redes sociais e seus usos? Siga acompanhando aqui no TecMundo todas as informações sobre o mundo da tecnologia. Até a próxima!

Índice remissivo de assuntos

Patentes

3

Propriedade Intelectual

4

Marco regulatório | INPI

4

Desenho Industrial

4

Propriedade Industrial

4

Direitos Autorais

9