

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 21 de março de 2024 às 07h55
Seleção de Notícias

Terra - Notícias | BR

Marco regulatório | INPI

Registro de marca no INPI garante segurança para empresas 3

Portal Imprensa | BR

Direitos Autorais

França multa Google em 250 milhões de euros por não pagamento de conteúdo jornalístico 6

REDAÇÃO PORTAL IMPRENSA

Agência Brasil | BR

Entidades

Menos de 35% das empresas brasileiras investiram em inovação, diz IBGE 7

RÁDIO AGÊNCIA NACIONAL

Convergência Digital | BR

Patentes

Avança no Senado exigência de justa causa para remoção de conteúdo online 8

Entidades

IBGE: Lei do Bem é que sustenta inovação no Brasil 11

Jota Info | BR

ABPI

Plataformas digitais focam em prevenção para sucesso no combate à falsificação 12

BÁRBARA MENGARDO | BEATRIZ ROSCOE | CAROLINA INGIZZA

Registro de marca no INPI garante segurança para empresas



O registro de marcas é um processo crucial para o bom andamento de qualquer negócio. Uma marca registrada, além de deter exclusividade em todo o território nacional, ainda evita o risco de utilizar, como nome, uma outra marca já registrada por outra empresa, resultando assim em crime de concorrência desleal.

O registro de marcas é um processo crucial para o bom andamento de qualquer negócio. Uma marca registrada, além de deter exclusividade em todo o território nacional, ainda evita o risco de utilizar, como nome, uma outra marca já registrada por outra empresa, resultando assim em crime de concorrência desleal.

Iniciar um novo negócio inclui diversas etapas essenciais, além de todas as burocracias que envolvem a criação de uma empresa, o empreendedor tem que lidar com a criação de processos internos, vendas, financeiro, marketing, gestão de recursos humanos e expansão da empresa. É nesse momento, de maior burocracia e investimento inicial, que muitos acabam negligenciando um processo extremamente importante: o registro da marca junto ao **Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI)**. A instituição é vinculada ao Ministério da Economia e é o único órgão no Brasil responsável por conceder a propriedade de uma marca comercial, **patente**, invenção industrial ou **design** de produtos.

De acordo com o boletim mensal referente a janeiro

de 2024, publicado pela instituição, os depósitos acumulados de marcas totalizaram 28.569 pedidos, um crescimento de 9,4% quando comparado ao mesmo período do ano anterior. Dada a importância desse procedimento para marcas e empresas, recentemente o **INPI** informou que passou a integrar o Global Brand Database (GBD), que é uma base de dados online de marcas da **Organização** Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI).

De acordo com Erick Oliveira, especialista em registro de marcas e CEO da Imperatus Assessoria Empresarial, "ao obter o certificado de registro de marcas, a empresa ganha a capacidade de evitar legalmente que outras empresas ou indivíduos utilizem a mesma marca no mesmo setor de atuação, prevenindo assim a replicação e garantindo exclusividade em todo o território nacional".

Importância do registro a longo prazo

Erick ainda ressalta que o processo de registro no **INPI** pode ser burocrático e exigir manutenção periódica. Mesmo assim, existem uma série de benefícios para a empresa ao realizar esse procedimento, o especialista ressalta alguns:

Construção de identidade e reconhecimento: Criar uma marca forte é uma oportunidade de se destacar em um mercado saturado, a marca é a maneira pela qual a empresa se apresenta ao público e se comunica com seus consumidores, ela agrega valor aos produtos e serviços, gerando confiança e fidelidade;

Proteção legal e prevenção de conflitos: Registrar uma marca evita conflitos legais decorrentes do uso indevido de nomes ou logotipos por outras empresas, no ambiente digital, onde as marcas estão presentes em sites e redes sociais;

Construção de valor e ativos intangíveis: Uma marca

Continuação: Registro de marca no INPI garante segurança para empresas

registrada se torna um ativo importante para a empresa, além de proteger a identidade, ela pode ser vendida, licenciada ou usada como garantia, marcas bem-sucedidas agregam valor ao patrimônio;

Expansão de mercado e credibilidade: O registro prepara a empresa para futuras expansões, a marca registrada pode influenciar a decisão de consumidores que buscam produtos autênticos e seguros, e é a porta de entrada para processos de expansão por franquias, já que o pré-requisito básico exigido pela ABF para o franchising é o registro de marcas;

Marcas podem ser registradas também Pessoa física?

O especialista da Imperatus informa também que uma marca pode ser registrada por uma Pessoa Física ou Jurídica. Se registrada no CPF, apenas o titular detém os direitos sobre ela. Quando registrada no CNPJ, a marca se torna um ativo da empresa, com todos os membros do quadro societário possuindo a propriedade sobre ela.

Etapas do processo de registro de uma marca junto ao **INPI**

O processo para registrar uma marca se inicia através do cadastro da empresa ou pessoa física junto ao **INPI**, com o cadastro, é possível emitir a Taxa de pedido de registro de marca através de uma GRU (Guia de Recolhimento da União). Com o pagamento da taxa, o próximo passo é a entrada com o pedido, para isso, o empreendedor deve descobrir em qual classe seu produto ou serviço se enquadra, com a seleção da classe correta, então o próximo passo é anexar todos os documentos e protocolar o pedido de registro de marca.

O pedido de registro é apenas o início do processo, segue um resumo de todos os passos:

Análise preliminar ou formal: Nesta pré-análise, são avaliados os documentos anexados, e os termos inseridos no pedido de registro, caso haja alguma divergência, ou algum documento faltante o técnico vai emitir uma exigência que será publicada na RPI (Revista da Propriedade Industrial) e o interessado terá 5 dias para cumprir sob pena do processo ser arquivado; **Publicação do pedido de registro de marca e fase de oposição:** Aproximadamente 30 dias após o pedido a marca é publicada na RPI (Revista da Propriedade Industrial), com essa publicação se abre um prazo de 60 dias para que terceiros possam apresentar oposição à marca, caso se sintam prejudicados. Se a marca sofrer uma oposição, o depositante do pedido terá um prazo de 60 dias para responder à oposição através de uma manifestação formal; **Exame de mérito:** Após o período de oposição e manifestação, o pedido de marca entra em uma fila para aguardar o exame de mérito. Nesta fase, um especialista do **INPI** analisa se o pedido atende aos requisitos legais e se a marca é exclusiva, em seguida, o técnico pode: Solicitar esclarecimentos adicionais, com prazo de 60 dias para cumprimento; Indeferir o pedido se a marca não atender aos pré-requisitos legais, com o despacho publicado na RPI e prazo de 60 dias para recurso; Deferir o pedido, abrindo um prazo de 60 dias para pagamento da taxa de concessão do registro;

Concessão do registro de marca: Após o pagamento, em aproximadamente mais 60 dias o certificado de registro fica disponível para emissão, então a marca já pode ser considerada como registrada.

O prazo inicial de proteção é de 10 anos e, quando o pedido atingir 9 anos de registro, o proprietário da marca deve emitir a taxa de renovação. Com o pa-

Continuação: Registro de marca no INPI garante segurança para empresas

gamento da mesma a marca ganha mais 10 anos de proteção sem ter que passar por todo o processo novamente. Essa renovação pode ser repetida por período indeterminado, desde que a marca continue atendendo o princípio da utilização, ou seja, que esteja em uso.

Para saber mais sobre registros de marcas e contratar

uma assistência personalizada para realizar os processos do **INPI**, basta acessar: <https://imperatus.com.br/>

Website: <https://imperatus.com.br/>

França multa Google em 250 milhões de euros por não pagamento de conteúdo jornalístico



Enquanto o governo Lula aproveita a resolução do TSE (Tribunal Superior Eleitoral) sobre o regime de responsabilidade das big techs nas eleições para finalizar um novo texto para o PL das Fake News - que foi retirado da pauta de votação da Câmara no ano passado, devido, entre outros fatores, à dificuldade de definição de um modelo de remuneração de veículos de imprensa por plataformas de internet - a Autoridade da Concorrência Francesa (ACF) multou o Google em 250 milhões de euros justamente por não cumprir um acordo de pagamento de meios de comunicação pelo uso de seus conteúdos na internet.

Crédito: Fernando Frazão/Agência Brasil

A ACF justificou a punição afirmando que o Google descumpriu compromissos relativos a **direitos** autorais da imprensa francesa. Por sua vez, o Google classificou a multa como desproporcional.

O acordo de pagamento foi estabelecido em 2019, beneficiando jornais, revistas e agências de notícias europeus que tenham seus conteúdos usados em buscadores on-line.

Para a ACF, o Google não negociou de boa-fé a re-

muneração dos veículos de imprensa e utilizou conteúdos jornalísticos em seu aplicativo de inteligência artificial (Gemini) de forma indevida.

Austrália

A Austrália é considerada o primeiro país do mundo a colocar em prática uma lei que obriga big techs a remunerar veículos jornalísticos. Somente em 2021, os órgãos de imprensa do país teriam faturado US\$ 200 milhões com a regra, que enfrenta forte resistência das companhias de tecnologia. A Meta chegou a bloquear compartilhamento e visualização de notícias por lá, enquanto o Google ameaçou bloquear seu buscador no país.

Menos de 35% das empresas brasileiras investiram em inovação, diz IBGE

RÁDIO AGÊNCIA NACIONAL

Menos de 35% das empresas brasileiras com mais de 100 funcionários investiram em atividades internas de pesquisa e desenvolvimento, de acordo com dados divulgados pelo IBGE nesta quarta-feira (20).

A proporção se refere ao ano de 2022 e é ligeiramente maior do que a medida em 2021, que ficou em 33,9%. Em cifras totais, foram quase R\$ 37 bilhões investidos. Os setores de equipamentos de informática, produtos químicos e indústrias farmacêutica e farmacêutica foram os que mais investiram, com taxa superior a 60%. Apesar da pequena proporção geral, as empresas estavam mais otimistas para o futuro, e mais de 50% esperava aumentar seus investimentos agora em 2024.

O gerente de Pesquisas Temáticas do IBGE, Flávio José Marques Peixoto, avalia que o momento atual está mais favorável, e ressalta a importância de políticas públicas de incentivo. Em 2022, 39% das empresas que implementaram alguma inovação,

utilizaram apoio público para isso, como a **Lei** do Bem ou incentivos fiscais.

A gente sentiu que tinha um pessimismo e que agora estamos entrando em um período onde pode haver um otimismo maior frente aos investimentos P&D e outras atividades inovativas. A existência e manutenção de políticas públicas é extremamente importante para as empresas. Muitas empresas deixam de se engajar porque muitas vezes os instrumentos públicos somem ou diminuem, o que afeta muito as empresas.

Já a taxa de inovação das empresas brasileiras foi de 68,1%, e se refere a todas aquelas que lançaram um produto ou implementaram algum processo de negócios novos ou bastante aprimorados. O percentual é maior entre as empresas de grande porte, chegando a 77% para aquelas com mais de 500 empregados. E o líder entre os setores é o de fabricação de máquinas e equipamentos, com taxa de inovação de quase 90%.

Avança no Senado exigência de justa causa para remoção de conteúdo online



A Comissão de Comunicação e Direito Digital do Senado (CCDD) aprovou nesta quarta, 20/3, projeto que estabelece regras para a moderação de contas, perfis e conteúdos em redes sociais, dificultando a remoção da participação de usuários. O PL 592/2023, do senador Jorge Seif (PL-SC), teve parecer favorável, com emendas, do senador Hamilton Mourão (Republicanos-RS). A matéria segue agora para a Comissão de Direitos Humanos (CDH).

Além de regras para moderação, o texto cria garantias aos usuários e dificulta a remoção de publicações ou a suspensão de contas. Segundo Seif, o texto protege as pessoas "da eliminação, do banimento e da extirpação" no meio digital.

O projeto altera várias leis, entre elas o Código Civil (Lei 10.406, de 2002), o Marco Civil da **Internet** (Lei 12.965, de 2014), a Lei de **Direitos** Autorais (Lei 9.610, de 1998), a Lei do Abuso de Autoridade (Lei 13.869, de 2019) e o Código de Defesa do Consumidor (Lei 8.078, de 1990). O autor defende a inserção, na legislação, de direitos e garantias dos usuários de redes sociais.

Ao apresentar o texto, Seif explicou que o projeto foi feito a partir da Medida Provisória (MP) 1.068/2021. Apresentada pelo então presidente da República, Jair Bolsonaro, a medida, conhecida como MP das Fake News, foi devolvida ao Executivo pelo presidente do Congresso, Rodrigo Pacheco. À época, Pacheco con-

siderou a MP contrária à Constituição, caracterizando exercício abusivo do Executivo, além de trazer insegurança jurídica. Na ocasião, considerou-se que a MP poderia dificultar a remoção de informações falsas da **internet**.

Para o relator, Hamilton Mourão, o projeto supre o que ele considera uma insuficiência de regras para moderação de contas e perfis de usuários e de conteúdos em redes sociais. Ele disse que o Marco Civil da **Internet** estabelece que os provedores de aplicações somente serão responsabilizados por conteúdos postados por seus usuários caso, após notificação judicial, não tomarem as providências adequadas para a remoção do respectivo conteúdo.

Em sua avaliação, essa regra não impede, no entanto, que os provedores estabeleçam procedimentos de moderação por meio de termos de uso, que podem prever suspensão ou no cancelamento definitivo de contas ou perfis de usuários ou na exclusão, bloqueio ou remoção de conteúdos.

Mourão defende que a moderação não pode ser feita na ausência de parâmetros minimamente precisos e previamente definidos, sob pena de comprometer os fundamentos do uso da **internet**. Entre eles, estão o respeito à liberdade de expressão; o desenvolvimento da personalidade e o exercício da cidadania em meios digitais; a pluralidade e a diversidade; a abertura e a colaboração; e a livre iniciativa.

Segundo o projeto, a exclusão, o cancelamento ou a suspensão de contas e conteúdo só poderão ser feitos se houver justa causa. Entre as hipóteses de justa causa, estão falta de pagamento pelo usuário, contas criadas para simular a identidade de outra pessoa, contas de robôs, contas que ofertem produtos ou serviços que violem **patentes** ou propriedade intelectual e também no caso de decisões judiciais.

Continuação: Avança no Senado exigência de justa causa para remoção de conteúdo online

Também caracteriza justa causa para a exclusão e suspensão de conta a publicação reiterada de conteúdos que podem ser bloqueados, como os que contrariem o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA); que contenham incitação a crimes, práticas violentas, inclusive por razões de discriminação, preconceito de raça, cor, sexo, etnia, religião ou orientação sexual, e atos contra a segurança pública, defesa nacional ou segurança do Estado; entre outras.

Tanto nos casos relacionados à conta quanto nos relacionados ao conteúdo, o usuário terá que ser notificado antes ou no momento da suspensão, exclusão ou bloqueio, com a identificação da medida adotada, a motivação da decisão e outras informações sobre prazos, canais eletrônicos de comunicação e procedimentos para a contestação. Todas as medidas terão que ser motivadas, com a informação do fundamento jurídico da decisão.

O projeto equipara personalidade civil à existência da pessoa no âmbito digital. Segundo o texto, a pessoa civil passa a incluir a projeção da identidade na **internet** e o reconhecimento do direito à existência em comunidades virtuais, redes sociais, páginas individuais ou comunitárias e outros meios digitais de comunicação, vedado o anonimato.

Pelo texto, são incluídos entre os fundamentos previstos no Marco Civil da **Internet** os direitos humanos; o desenvolvimento da personalidade, abrangendo a sua projeção digital; e o exercício da cidadania em meios digitais. A proteção do direito à existência da pessoa no âmbito digital passa a ser um princípio do uso da **internet**

O relator excluiu do projeto a vedação à adoção de medidas para a eliminação total ou parcial, exceto quando necessárias para interromper a prática de crimes. Para Mourão, tal entendimento seria incompatível com outras medidas previstas no projeto, como a possibilidade de exclusão, cancelamento ou suspensão de conta ou perfil por inadimplemento do

usuário, por exemplo.

O projeto também define redes sociais e moderação em redes sociais e deixa claro que não se incluem na definição de redes sociais as aplicações de **internet** que se destinam à troca de mensagens instantâneas e às chamadas de voz, como é o caso do Telegram e do Whatsapp, e também suas versões para uso comercial, como é o caso do Whatsapp Business.

Segundo o texto original, "redes sociais são aplicações de **internet** cuja principal finalidade é o compartilhamento e a disseminação de opiniões e informações". Mas, para Hamilton Mourão, o trecho "opiniões e informações" é imprecisa e pode abranger somente conteúdo opinativo ou informativo, "excluídos todos os demais, como as manifestações literárias, artísticas, científicas, entre outras". Por isso, ele propôs a adoção do termo "conteúdos".

Quanto à definição de moderação, o relator propôs a retirada da palavra "provedores". O texto original refere-se a "ações dos provedores de redes sociais". No entanto, o relator observa que as atividades de moderação não são necessariamente executadas pelos provedores, já que, em algumas comunidades, podem ser delegadas aos próprios usuários ou a entidades independentes. Por isso, Mourão propôs a supressão da expressão "provedores de redes sociais" da definição.

O projeto também inclui no Marco Civil da **internet** vários direitos e garantias dos usuários de redes sociais, entre eles o acesso a informações claras sobre as medidas de moderação ou limitação do alcance do conteúdo, seja a decisão humana ou automatizada. Ficam garantidos ainda o contraditório e a ampla defesa, além da recuperação do conteúdo pelo usuário em formato digital inteligível quando houver requerimento, inclusive nos casos de suspensão ou exclusão de perfil e de remoção de conteúdo.

Caso seja constatada moderação indevida do provedor, o usuário terá direito ao restabelecimento da

Continuação: Avança no Senado exigência de justa causa para remoção de conteúdo online

conta, perfil ou conteúdo no mesmo estado em que se encontrava. Além disso, o texto veda aos provedores de redes sociais a adoção de critérios de moderação ou limitação do alcance da divulgação de conteúdo que impliquem censura de ordem política, ideológica, científica e artística.

De acordo com o projeto, os provedores de conexão à **internet** ou de redes sociais, assim como seus empregados, diretores ou sócios, não têm responsabilidade criminal, editorial, ou civil por danos gerados pelo conteúdo, desde que sejam adotadas as medidas para identificação dos responsáveis. Essa regra só não se aplicará no caso de o provedor, sem justa causa, cancelar ou suspender conta ou conteúdo de pessoa ofendida, injuriada, difamada ou caluniada por outro usuário, impedindo o exercício de seu direito de resposta e de defesa pública. Nessa situação, o provedor responderá solidariamente por danos causados.

As infrações a essas novas regras do Marco Civil da **Internet** passam a ser punidas com medidas já previstas na lei, como advertência e multa de até 10% do faturamento do grupo econômico no país no ano anterior. O texto também passa a incluir a possibilidade de multa diária. Todas essas sanções dependerão de procedimento administrativo, com ampla defesa e contraditório.

O projeto também inclui na lei que trata do abuso de autoridade dois novos crimes, que tratam de determinações em processo judicial ou administrativo sem justa causa ou motivação prevista em lei.

O primeiro é a determinação de exclusão, cancelamento ou suspensão total ou parcial dos serviços e funcionalidades da conta ou perfil de usuário de redes sociais, com punição de um a quatro anos de detenção e multa. O segundo crime previsto pelo projeto é a determinação de censura, suspensão ou bloqueio da divulgação de conteúdo ou publicação

de opinião, de informação, de atividade intelectual, artística, científica e de comunicação em qualquer meio ou veículo, inclusive redes sociais. A pena nesse caso é de seis meses a dois anos de detenção e multa.

Ainda de acordo com o texto, passam a ser regidas pelo Código de Defesa do Consumidor as relações entre fornecedores empresários e usuários finais de serviços e plataformas digitais, como redes sociais, ainda que ofertados gratuitamente.

O projeto também considera como dado pessoal sensível qualquer dado pessoal sobre origem racial ou étnica, convicção religiosa, opinião política, filiação a sindicato ou a organização de caráter religioso, filosófico ou político. Também se enquadram nessa definição dados referentes à saúde, como é o caso de um cartão de vacinação, por exemplo, além de dados da vida sexual, genéticos ou biométricos. O relator tirou da lista de sensíveis dados que expressem obra intelectual ou criação do espírito protegida como **direito** autoral. Segundo ele, essa iniciativa iria contra a definição de dados sensíveis constante da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

Ainda de acordo com o projeto, as regras do Marco Civil da **internet** valem para pessoas jurídicas com sede fora do Brasil, desde que ofereça serviços ao público brasileiro ou que faça parte de um grupo econômico com estabelecimento situado no país.

Caso vire lei, os provedores de redes sociais terão o prazo de 30 dias, contados da data de publicação, para a adequação de suas políticas e de seus termos de uso ao disposto no texto.

* Com informações da Agência Senado

IBGE: Lei do Bem é que sustenta inovação no Brasil



A **Lei** do Bem (11.196/05) é o principal instrumento de apoio público à pesquisa e desenvolvimento no Brasil e, segundo indica a mais recente Pesquisa de Inovação Semestral, divulgada nesta quarta, 20/3, pelo IBGE, é na prática a política que sustenta alguma inovação no país.

"O fato de a **Lei** do Bem estar ativa desde começo dos anos 2000 e vir crescendo nos últimos anos, mostra que as atividades de P&D se mantiveram nas empresas por conta da existência desse instrumento, ainda que não só isso", diz o gerente da pesquisa, Flávio Peixoto.

"Desde 2017, com efeitos da crise ainda de 2015, pela diminuição expressiva de financiamentos para máquinas e equipamentos, especialmente o que era o Finame, os incentivos de P&D na **Lei** do Bem passaram a liderar, se mantiveram e até foram ampliados em escala e escopo", completa.

Essa nova PINTEC Semestral é o retrato de 2022, a partir de questionários respondidos em 2023. Naquele ano, das 9.584 empresas com 100 ou mais pessoas ocupadas no Brasil, pertencentes às Indústrias extrativas e de transformação, 68,1% introduziram alguma inovação de produto ou processo.

O percentual é menor que os 70,5% de 2021, mas não chega a surpreender na combinação de um ano em que o ritmo da economia foi menor (PIB cresceu 5% em 2021 e 3% em 2022) e ainda foi ano de eleições

em um cenário acirrado. "Empresas já engajadas no esforço inovativo mantiveram, mas com inovações incrementais e um menor esforço no grau de novidade", indica o IBGE.

A pesquisa revela ainda que 39% das empresas que inovaram utilizaram algum apoio público, com especial destaque para a já mencionada **Lei** do Bem - que foi o instrumento preferido para 26,2% dessas 39%. A proporção é maior entre as empresa de informática e eletrônicos - 60,9% delas usaram esse incentivo fiscal.

Mas, como também mostra o IBGE, trata-se de um instrumento preferencialmente de empresas grandes: "foram as empresas de maior porte que relativamente mais se beneficiaram desse instrumento, sendo utilizado por 51,7% das empresas inovadoras com 500 ou mais pessoas ocupadas".

Já o Financiamento à compra de máquinas e equipamentos e o Financiamento a projetos de P&D e inovação com ou sem parceria com universidades ou institutos de pesquisa foram utilizados em proporção menor, respectivamente, por 13,5% e 8,4% das empresas inovadoras. E nos dois casos, foram empresas de Metalurgia que mais utilizaram (29,3% e 31,9%, respectivamente).

E menos usados ainda foram as Compras públicas (2,5%) e a Subvenção econômica a P&D e inserção de pesquisadores (4,0%). No caso das Compras públicas.

Plataformas digitais focam em prevenção para sucesso no combate à falsificação



Programas de monitoramento com IA são práticas que permitem retirar anúncios irregulares antes mesmo de uma venda acontecer

Imagem: Pixabay

Este conteúdo foi pautado e editado pelo patrocinador.

O comércio eletrônico, que ganhou enorme impulso durante a pandemia da Covid-19, impõe novos desafios e oportunidades à garantia dos direitos de propriedade intelectual. É o que aponta a Organização para Cooperação e Desenvolvimento (OCDE), que estima ainda que o comércio de bens pirateados representa 3,3% das vendas globais - problema histórico para os comércios físico e virtual globalmente.

Para esse último, a tecnologia, ao invés de obstáculo, é uma ferramenta para mitigar o problema. Nesse sentido, as plataformas se adiantam para colocar em prática medidas de proteção à **propriedade** intelectual, que incluem o uso de inteligência artificial e a colaboração entre consumidores, vendedores e os próprios marketplaces.

Resultado disso é que nove a cada dez vendedores que tentam ofertar produtos falsificados são derubados de uma das plataformas de e-commerce do Alibaba antes mesmo de conseguirem realizar uma única venda. Ainda, a inteligência de monitoramento

do AliExpress, o site mais conhecido do grupo no Brasil, conseguiu verificar e enfrentar denúncias de violação em menos de 24 horas em quase a totalidade dos casos.

Esse movimento é relevante na medida em que a **falsificação** é capaz de afetar a confiança dos consumidores: 52% afirmaram confiar menos em uma marca quando compram um **produto** pirata online, e 64% disseram passar a desconfiar da loja ou plataforma de compra, segundo levantamento da consultoria de propriedade intelectual Incopro.

Em outras palavras, para quem faz compras online a **pirataria** é indesejável - mais um motivo para os necessários esforços em combater vendedores que tentam burlar regras de propriedade intelectual.

O problema da **falsificação**

"Além da violação de direito intelectual, está também o risco à saúde que um produto desses pode oferecer", complementa Marianna Furtado de Mendonça, sócia do escritório Montaury Pimenta, Machado & Vieira de Mel, especializada em disputas de propriedade intelectual no país. Ademais, a **pirataria** também prejudica o recolhimento de impostos.

De acordo com a Lei 8.078/ 1990, são considerados impróprios para o consumo produtos adulterados ou falsificados, como é o caso de bens pirateados. A Lei de **Propriedade** Intelectual (9.279/ 1996) criminaliza a **falsificação**.

As plataformas não precisam derrubar anúncios tão logo eles aparecem - mas tem a obrigação após uma ordem judicial, conforme prevê o Marco Civil da **Internet**. O que não significa que, para em prol do bom funcionamento de seu marketplace, elas não possam ter regras próprias para evitar essa prática.

Continuação: Plataformas digitais focam em prevenção para sucesso no combate à falsificação

Nos últimos anos, o **Conselho** Nacional de Combate à Pirataria, ligado ao Ministério da Justiça e Segurança, passou a orientar diretamente as plataformas eletrônicas para colaborar no combate a produtos ilegais.

Há um guia, de 2020, que recomenda boas práticas às plataformas de comércio eletrônico para implementar medidas de combate à venda de **produtos** piratas, contrabandeados ou com violação à propriedade intelectual. O foco é em medidas preventivas, monitoramento de infratores e colaboração com o poder público.

O documento é voluntário e indica um prazo de 48 horas para a retirada de anúncios irregulares e que se exija dos vendedores a emissão de notas fiscais, por exemplo.

Para proteger os consumidores e marcas - aliás, cabe dizer que não só as etiquetas de luxo são vítimas, mas negócios locais e com menos aparato para lidar com o problema -, marketplaces têm desenvolvido frentes de prevenção e denúncia contra artigos falsificados em seus domínios.

"Uma das ferramentas de proteção mais eficientes é possuir um termo de uso, para vendedores e consumidores, bem estruturado, considerando todas as regras de direito do consumidor, **propriedade** intelectual e proteção de dados", indica a advogada Mendonça.

O AliExpress, por exemplo, certifica que poderá tomar medidas de punição a vendedores que violarem direitos de propriedade intelectual dentro da plataforma, assim como contribuirá com os governos locais em caso de processo civil ou penal.

De acordo com a empresa, de julho de 2022 a junho de 2023, foram enviadas 168 denúncias de violação à propriedade intelectual às autoridades competentes, levando a 751 prisões e ao fechamento de 273 instalações em diferentes países. Esses casos somam

US\$ 159 milhões.

Seleção de vendedores

O AliExpress também faz verificações de licenciamento com marcas nacionais e estrangeiras. Um dos instrumentos mais utilizados por empresas para isso é o Diretório Nacional de Combate à **Falsificação** do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (**INPI**).

O banco de dados tem mais de 30 mil marcas de 32 países, com exemplos de bens originais e falsificados e regulamentos próprios de embalagem e produção para identificação de irregularidades.

"É um trabalho contínuo que conta com filtros automatizados e com a colaboração dos usuários para notificar sobre potenciais violações. Esse já é um trabalho que acontece há mais tempo na China e em outros países em que o grupo atua, por isso há práticas que já foram experimentadas aplicadas no Brasil", comenta Daniel Ackerman, diretor superior para proteção de **propriedade** intelectual global do Grupo Alibaba.

A política de fiscalização vem dando certo no caso da Taobao, uma das plataformas do Grupo: de julho de 2021 a junho de 2022, 93% das ofertas irregulares do Alibaba foram derrubados pela empresa sem ninguém precisar denunciá-los e antes de realizarem sequer uma venda.

"É extremamente recomendável que as plataformas façam um acompanhamento, uma espécie de curadoria dos vendedores que estão na sua plataforma", afirma a advogada Mendonça.

Uma possibilidade seria uma vistoria dos vendedores antes de qualquer cadastro. Quando um usuário quer comercializar produtos de uma marca, a empresa entra em contato com o procurador do titular da marca cadastrado junto ao **INPI**.

Continuação: Plataformas digitais focam em prevenção para sucesso no combate à falsificação

"Assim, o novo vendedor só consegue continuar com o procedimento de cadastro no site com um código enviado ao procurador que só informará ao vendedor se, de fato, ele for autorizado a comercializar seus produtos", explica a especialista.

Na mesma linha, mecanismos de inteligência artificial são importantes para impedir que vendedores banidos voltem a criar novas contas - de forma semelhante ao que acontece nas redes sociais, por exemplo.

No Mercado Livre, o uso de inteligência artificial e machine learning colaborou para que, entre os cerca de 615 milhões de anúncios criados ou modificados no primeiro semestre deste ano, somente 0,74% demandassem alguma moderação por violação às regras do marketplace - incluindo por potencial **falsificação**. De acordo com a companhia, em um segundo as ferramentas usadas checaram por volta de 5 mil variáveis nas publicações.

Algoritmos à disposição

Gabriel Leonardos, presidente da Associação Brasileira da Propriedade Intelectual (**ABPI**), destaca que o uso de códigos digitais, algoritmos e inteligência artificial podem ser usados para fiscalizar de forma rápida e eficiente os participantes dos sites de marketplace.

"Uma forma rápida de descobrir isso é discrepância nos preços. A venda de uma bolsa de luxo por 10% de seu valor de mercado deveria sinalizar na hora que o vendedor pode estar pirateando", afirma ele.

O programa de proteção à **propriedade** intelectual do Alibaba faz uso de algoritmos e outras funções pa-

ra mapear possíveis infrações no site. Em sua terceira versão, a plataforma, elogiada pela Microsoft, já protegeu mais de 730 mil **direitos** autorais e já tinha 640 mil contas registradas até o fim de 2022.

Ao mesmo tempo, marcas globais também têm atuado em conjunto com os vendedores para garantir que seus produtos sejam identificáveis. Isso inclui identificação por radiofrequência (RFID) afixadas nas peças; etiquetas ou códigos QR que, ao serem escaneados, confirmam a legitimidade das peças.

Para o presidente da **ABPI**, o cumprimento de medidas protetivas ao **direito** autoral devem ser simples mesmo para plataformas de venda entre países. Como destaca Frederico Cortez, sócio da Cortez & Gonçalves Advogados Associados, "o Brasil é signatário de diversos tratados e acordos multilaterais sobre propriedade intelectual".

"Proteção à **propriedade** intelectual é algo que, em seus conceitos básicos, é respeitado na maior parte do mundo", explica Leonardos. Em outras palavras, a legislação entre diferentes países costuma ter certa uniformidade.

"Um dos acordos mais antigos nesse sentido foi feito há 140 anos: a Convenção de Paris", diz ele. "Multas ou processo penais podem ser diferentes, mas todos concordam que **pirataria** é crime e deve ser evitada", conclui.

Beatriz RoscoeMariana Ribas

Índice remissivo de assuntos

Propriedade Intelectual
3, 12

Marco regulatório | INPI
3, 12

Patentes
3, 8

Desenho Industrial
3

Entidades
3, 7, 11

Direitos Autorais
6, 8, 12

ABPI
12

Pirataria
12