

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 07 de novembro de 2024 às 07h50
Seleção de Notícias

Terra - Notícias | BR

Direitos Autorais

Universal Music move ação contra Believe e TuneCore por infração em 'escala industrial' 3
MARCELO DE ASSIS

Monitor Mercantil Digital online | RJ

07 de novembro de 2024 | Propriedade Intelectual

Na AL perdas em ativos intangíveis superam os tangíveis 4
CATEGORIAS

Convergência Digital | BR

Pirataria

Anatel vai integrar controle de importação contra pirataria - ConvergenciaDigital 6
LUIS OSVALDO GROSSMANN

Migalhas | BR

Direitos Autorais

AGU notifica Amazon por venda de obra que viola direitos autorais 7

Marco regulatório | INPI

Registro de slogan como marca: Uma nova perspectiva do INPI 8

Universal Music move ação contra Believe e TuneCore por infração em 'escala industrial'



Universal Music pede indenização milionária na justiça americana

A Universal Music Group está processando as plataformas Believe e TuneCore por violação dos **direitos** autorais em escala industrial. A ação foi apresentada durante a noite desta terça-feira (5) no Tribunal Distrital dos EUA para o Distrito Sul de Nova York.

A queixa é assinada pela Universal Music Group e suas subsidiárias, Capitol Records, ABKCO Music & Records e a Concord Music Group.

"A lista de clientes da Believe está lotada de "artistas" fraudulentos e gravadoras piratas que dependem da Believe e de sua rede de distribuição para disseminar cópias infratoras de gravações sonoras populares por todo o ecossistema da música digital", afirma um trecho do processo movido pela UMG.

A documentação que revela a denúncia da Universal Music contra a Believe apresenta alguns recibos, citando uma série de artistas distribuídos pela Believe com nomes que são "variações menores".

E continua: "Por exemplo, a Believe distribuiu faixas infratoras de infratores que se autodenominam 'Kendrik Laamar' (uma referência a Kendrick Lamar), 'Arriana Gramde' (Ariana Grande); 'Jutin Biber' (Justin Bieber) e 'Llady Gaga' (Lady Gaga)".

Ainda no processo, a Universal Music aponta à Believe sobre "versões abertamente violadas de faixas originais de artistas famosos com notações de que elas são 'aceleradas' ou 'remixadas'". Também há uma alegação de que a Believe abusou do sistema ContentID do YouTube "para afirmar a propriedade de **direitos** autorais em várias gravações dos demandantes, desviando ou atrasando o pagamento de royalties devidamente devidos aos demandantes".

Universal Music pede indenização milionária na justiça americanaAo todo, as reclamantes Universal Music, ABKCO Music & Records e a Concord Music Group estão pedindo uma indenização de pelo menos US\$ 500 milhões (cerca de R\$ 2,8 bilhões no câmbio atual).

Um porta-voz da Universal Music Group se manifestou publicamente, dizendo que "a Believe é uma empresa construída com base em violação de **direitos** autorais em escala industrial. Suas práticas ilegais não se limitam a trapacear artistas de grandes gravadoras, mas também artistas de gravadoras independentes - incluindo artistas de gravadoras independentes dentro de órgãos comerciais dos quais a Believe é membro".

E concluíram: "Não é de se espantar que a Believe tenha se manifestado abertamente contra os princípios da reforma do streaming que tantas gravadoras grandes e independentes têm defendido. Por quê? Porque tais reformas minariam e exporiam seu sistema de construção de escala e presença de mercado distribuindo músicas sobre as quais não têm direitos e coletando royalties ilegalmente para enriquecer a si mesmas e a seus co-conspiradores."

Na AL perdas em ativos intangíveis superam os tangíveis

CATEGORIAS



Seguros (ilustração de kalhh, Pixabay, CC0)

Na América Latina, a perda máxima provável de ativos intangíveis (ativos de informação e propriedade intelectual) roubados ou destruídos foi 19% maior (US\$ 1,03 bilhão) em comparação às perdas de ativos tangíveis (propriedades, plantas e equipamentos), que somaram US\$ 867 milhões. Os dados constam do Relatório Comparativo de Riscos Intangíveis e Tangíveis de 2024 da Aon ple (Nyse: AON), empresa líder global em serviços profissionais, realizado em parceria com o Instituto Ponemon.

O estudo, que teve a colaboração de 528 empresas latino-americanas, revela que a inteligência artificial (IA) generativa, que cria materiais como imagens, música e textos, dá origem a ameaças como violações de segurança/privacidade e infrações de propriedade intelectual - uma das maiores fontes de geração de valor no mundo corporativo. Incidentes cibernéticos também representam as maiores perdas em ativos intangíveis para essas organizações.

O objetivo principal da pesquisa foi proporcionar uma ampla compreensão das ameaças trazidas pela IA generativa à medida que ela evolui, analisar o contexto no qual o risco cibernético contribui para a perda de valor dos ativos e entender as condições atuais

da PI (**Propriedade** Intelectual). O relatório ressalta, especialmente, o papel dos seguros na proteção de ativos intangíveis, ajudando empresas a tomar melhores decisões sobre a alocação de seus recursos e a se protegerem contra ameaças tangíveis e intangíveis.

Para as organizações participantes do estudo, o valor médio total dos investimentos em ativos tangíveis foi de US\$ 1,087 bilhão, enquanto o valor dos ativos intangíveis foi de US\$ 1,223 bilhão. No entanto, apenas 19% dos ativos intangíveis estão cobertos por seguros, em contraste com os ativos tangíveis, que estão assegurados em quase três vezes mais: 57%.

Espaço Publicitário

"Em essência, o seguro é um instrumento financeiro: uma forma de gerenciar o custo de um risco futuro. Se, como mostra nossa pesquisa, os ativos intangíveis são valiosos porque geram vantagens competitivas, são o pilar da transformação digital atual e estão acima dos ativos tangíveis em termos de valor, além de serem alvo de ataques cibernéticos, nosso grande desafio é oferecer soluções inovadoras que abordem as principais prioridades dos nossos clientes e tragam toda a nossa experiência global. Já não basta apenas ter ciberseguros ou seguros que protejam a propriedade intelectual. Com a proliferação dos riscos intangíveis, novas abordagens para a segurabilidade estão sendo reconsideradas e estaremos ao lado de nossos clientes, os assessorando para que tomem as melhores decisões" ressalta Edwin Sabogal Rojas, Cyber Manager para Latinoamérica em Aon.

Marco Mendes, Cyber Product Leader para a Aon no Brasil, complementa: "À medida que a transformação digital avança, o risco cibernético cresce e a importância dos seguros para ativos intangíveis se

Continuação: Na AL perdas em ativos intangíveis superam os tangíveis

torna ainda maior. Nosso compromisso é ajudar as empresas a construir uma base sólida de resiliência cibernética, identificando as melhores práticas e soluções inovadoras que garantam a segurança dos dados e a continuidade dos negócios".

Conclusões

Algumas das principais conclusões apresentadas pelo relatório incluem: a probabilidade de perdas é maior para ativos intangíveis do que para ativos tangíveis; o valor total médio dos ativos intangíveis é quase 19% superior ao dos ativos tangíveis; a perda

máxima provável média de ativos intangíveis é cerca de 19% maior que a de ativos tangíveis; 67% das organizações utilizam ou têm intenção de utilizar produtos ou serviços de IA; 48% das organizações sofreram uma violação de segurança ou de dados material ou significativamente disruptiva uma ou mais vezes nos últimos 24 meses; embora a maioria das organizações ainda não tenha apólices de seguro específicas para propriedade intelectual, quase dois terços demonstram interesse em adquiri-las.

Por Favor Digite Seu Nome Aqui

Anatel vai integrar controle de importação contra pirataria - ConvergenciaDigital



Anatel vai integrar controle de importação contra **pirataria**

Com apoio da Receita Federal e da Secretaria de Comércio Exterior (Secex), a Anatel se tornou órgão interveniente nos ambientes de homologação, treinamento e produção do Sistema Integrado de Comércio Exterior, Siscomex. A medida vem na esteira das ações da agência contra a **pirataria** e a venda de produtos contrabandeados, especialmente celulares.

Em nota, a agência diz que "esse ingresso é considerado de suma importância para a Anatel, é uma conquista que contou com o esforço e empenho do presidente do Conselho Diretor, Carlos Baigorri, e do conselheiro Artur Coimbra durante sua gestão sobre o assunto na Anatel".

Com o fim do mandato de Coimbra na agência, o conselheiro Alexandre Freire vai liderar o tema, sendo "responsável por coordenar ações estratégicas para intensificar a fiscalização e desenvolver soluções tecnológicas que promovam um mercado digital seguro e transparente para os consumidores".

"A **pirataria** digital desafia reguladores em escala global, especialmente em plataformas de market-

place, onde produtos ilegais são frequentemente comercializados. Nosso compromisso é ampliar a fiscalização para garantir que as plataformas digitais cumpram rigorosamente as normas, protegendo **direitos** autorais e assegurando um ambiente mais confiável para o consumidor brasileiro", destacou Alexandre Freire.

Ele anunciou que vai buscar a automação dos processos de combate à **pirataria**, tornando mais ágil a comunicação entre a Anatel, os provedores regionais e as operadoras. "Essa tecnologia permitirá que, quando um produto ilegal for detectado, o bloqueio possa ser realizado imediatamente, facilitando uma resposta rápida e eficaz ao problema", diz a Anatel.

AGU notifica Amazon por venda de obra que viola direitos autorais



Plataforma foi informada extrajudicialmente de que a obra é de titularidade da União.

Direito autoral AGU notifica Amazon por venda de obra que viola **direitos** autorais Plataforma foi informada extrajudicialmente de que a obra é de titularidade da União. Da Redação quarta-feira, 6 de novembro de 2024 Atualizado às 09:43 Compartilhar ComentarSiga-nos no A A

A AGU notificou extrajudicialmente a Amazon.com.br nesta terça-feira, 5, solicitando a suspensão da venda da obra "Título de Eleitor: História & Versões", atribuída a Ronan Wielewski Botelho, por violação de **direitos** autorais.

Atendendo a uma solicitação do TSE, a AGU explica que o livro é "praticamente idêntico" ao segundo volume da série "Apontamentos: Títulos Eleitorais: 1881-2008", produzida por servidores do TSE em exercício de suas funções. A distinção entre as obras estaria limitada a um trecho sobre a disponibilidade da publicação, além de diferenças na diagramação e capa.

A AGU destaca que os **direitos** autorais da série pertencem à União, entidade à qual o TSE e seus servidores estão subordinados.

AGU notifica Amazon para suspender venda de obra que viola **direitos** autorais.(Imagem: Adriana Toffetti/A7 Press/Folhapress)

Por meio da Procuradoria Nacional da União de Patrimônio Público e Probidade, a AGU ressalta que, de acordo com a lei 9.610/88, os **direitos** autorais incluem direitos morais e patrimoniais. Os direitos morais permitem ao autor reivindicar a autoria e ter seu nome indicado na obra, enquanto os direitos patrimoniais conferem exclusividade para usar, fruir e dispor da obra. A distribuição não autorizada da obra por terceiros constitui uma violação de direito patrimonial autoral.

A legislação também responsabiliza quem expõe à venda uma obra obtida fraudulentamente, gerando lucro próprio ou para terceiros. Assim, ao ocorrer a violação dos **direitos** autorais da União, a AGU argumenta que são aplicáveis as sanções civis previstas na legislação.

Diante disso, a AGU solicita que a Amazon retire imediatamente a obra de sua plataforma, para evitar a prática de ato ilícito, e informe à União o número de exemplares já vendidos (físicos ou digitais), para que sejam adotadas as providências cabíveis.

Informações: AGU.

Registro de slogan como marca: Uma nova perspectiva do INPI



O **INPI** discute registrar slogans como marcas, se originais e distintos. Slogans que não são só propaganda, mas que identifiquem a marca, podem ganhar proteção.

Registro de slogan como marca: Uma nova perspectiva do **INPI** Rafaela Marcondes O **INPI** discute registrar slogans como marcas, se originais e distintos. Slogans que não são só propaganda, mas que identifiquem a marca, podem ganhar proteção. quarta-feira, 6 de novembro de 2024 Atualizado em 5 de novembro de 2024 12:06 Compartilhar Comentar Siga-nos no A A

No último dia 30 de outubro, o **INPI** - Instituto Nacional da Propriedade Industrial realizou uma reunião significativa para discutir a possibilidade de registro de slogans como marcas. Essa discussão surge a partir de uma nova interpretação do art. 124, inciso VII, da lei da propriedade industrial.

Tradicionalmente, este artigo estabelece que não é registrável como marca um sinal ou expressão utilizada apenas como meio de propaganda. Historicamente, isso significou que slogans não eram considerados abpi.empauta.com

marcas para fins de registro. No entanto, a análise mais aprofundada da originalidade e da funcionalidade de um slogan levou o **INPI** a reavaliar essa posição.

A nova abordagem do **INPI**

O **INPI** já elaborou uma minuta normativa sobre o registro de slogans e solicitou uma consulta jurídica à Procuradoria, com a expectativa de que novas diretrizes sejam implementadas ainda este ano. A proposta visa esclarecer que o indeferimento com base no inciso VII ocorrerá apenas quando o slogan atender a duas condições cumulativas:

Exercer função de propaganda;

Ser incapaz de exercer função distintiva.

Na reunião, o presidente do **INPI**, Júlio César, apresentou exemplos práticos para ilustrar essas distinções. Slogans como "Liquidação Imperdível" e "Diversão Garantida" foram citados como expressões que não constituem marcas. Em contrapartida, "We Dust Can't Fly" foi apresentado como um exemplo de slogan que pode ser registrado.

Exemplos de slogans que podem ser registrados

Para ilustrar a diferença, aqui estão alguns exemplos reais de slogans que foram registrados como marcas, destacando sua originalidade e função distintiva:

"Just Do It" - Nike: Um slogan icônico que encapsula a motivação e a determinação.

"Think Different" - Apple: Este slogan promove a inovação e a originalidade, refletindo a filosofia da marca.

"I'm Lovin' It" - McDonald's: Um slogan que evoca

uma experiência positiva e emocional ligada à marca.

"Because You're Worth It" - L'Oréal: Um slogan que transmite empoderamento e valorização do consumidor.

"Have It Your Way" - Burger King: Um slogan que destaca a personalização e a escolha do cliente.

"Red Bull Gives You Wings" - Red Bull: Um slogan que sugere energia e liberdade, reforçando a proposta do produto.

Esses slogans não são apenas reconhecidos mundialmente, mas também desempenham uma função distintiva, ajudando a solidificar a identidade de suas respectivas marcas.

Função de propaganda

Um sinal é considerado como exercendo função de propaganda quando:

Recomenda os produtos ou serviços que identifica;

Destaca qualidades específicas do produto ou serviço;

Transmite a missão, valores, ideias ou conceitos da empresa;

Tem o objetivo de persuadir o consumidor a tomar uma ação;

Diferencia o produto ou serviço em relação à concorrência.

Ausência de função distintiva

Um slogan é considerado incapaz de exercer função distintiva quando:

Se tornou uma expressão comum dentro do seg-

Continuação: Registro de slogan como marca: Uma nova perspectiva do INPI

mento de mercado;

É exclusivamente descritivo, comparativo, promocional ou elogioso;

Carece de originalidade.

Dessa forma, o inciso VII não se aplica a sinais que consigam desempenhar simultaneamente tanto a função distintiva quanto a função de propaganda.

Implicações e futuro

A possibilidade de registrar slogans como marcas pode ter um impacto significativo no ambiente empresarial, oferecendo novas oportunidades para a proteção da identidade de marca. As empresas poderão, assim, fortalecer sua presença no mercado, garantindo direitos sobre slogans originais que comunicam sua essência de forma eficaz.

O avanço nessa interpretação do **INPI** reflete a necessidade de adaptação às dinâmicas de mercado e à importância da propriedade intelectual em um mundo cada vez mais competitivo. Fica a expectativa de que, com a nova regulamentação, mais empresas possam explorar e proteger suas criações de maneira mais eficaz.

Considerações finais

A discussão sobre o registro de slogans como marcas representa um avanço importante na legislação de **propriedade** industrial no Brasil. Com a nova interpretação do **INPI**, espera-se que mais slogans inovadores sejam reconhecidos como marcas, contribuindo para a diversidade e a proteção da identidade empresarial.

Rafaela Marcondes Advogada de Privacidade e Proteção de Dados. PDK Advogados

Índice remissivo de assuntos

Direitos Autorais
3, 6, 7

Propriedade Intelectual
4

Pirataria
6

Marco regulatório | INPI
8

Propriedade Industrial
8