

# abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual  
Clipping da imprensa

*Brasília, 21 de novembro de 2024 às 08h00*  
*Seleção de Notícias*

## Folha.com | BR

Arbitragem e Mediação

**Painel S.A.: Hypera processa Ultrafarma por suposta imitação da marca Engov . . . . . 3**

## O Globo Online | BR

Propriedade Intelectual

**Registro de marca na UE pode ajudar na expansão dos negócios . . . . . 5**  
DINO

## Portal iG | BR

Desenho Industrial

**Dentista é processado pela Ferrari em R\$ 42 mil por replicar carro . . . . . 7**

## Gazeta do Povo - Online | PR

Direitos Autorais | Direito de Imagem

**Uso indevido da imagem e o pagamento de royalties . . . . . 8**  
OPINIÃO

## InfoMoney - Online | BR

Direitos Autorais

**Agência de notícias indiana processa OpenAI por uso indevido de conteúdo . . . . . 10**  
ÚLTIMAS NOTÍCIAS

## Jota Info | BR

18 de novembro de 2024 | Marco regulatório | INPI

**TRF2: marca The Coffee pode ser registrada por combinar termos com elementos figurativos . . 11**  
MIRIELLE CARVALHO

## Painel S.A.: Hypera processa Ultrafarma por suposta imitação da marca Engov



São Paulo

Dona de marcas como Benegripe e Doril, a Hypera está processando a Ultrafarma por concorrência desleal devido à comercialização do produto Ultracolin After, cuja embalagem se assemelha à do Engov e do Engov After.

O Engov é um medicamento normalmente utilizado para tratar da "ressaca", embora na prescrição ele seja indicado apenas para dor de cabeça e alergias.

Embalagem do Engov, normalmente utilizado para tratar "ressaca", embora não seja oficialmente indicado para esse fim

O processo foi protocolado na 1ª Vara Empresarial e de Conflitos de **Arbitragem** do Tribunal de Justiça de São Paulo no início deste ano.

A Hypera pede que a farmácia de Sidney Oliveira deixe de comercializar, produzir, manter em depósito, anunciar, exportar e expor para venda o produto em lojas e sites sob pena de multa diária de R\$ 10.000. E solicita que a Ultrafarma recolha o produto sob pena de mais R\$ 10.000 diários.

A dona do Engov também quer ser indenizada por da-  
abpi.empauta.com

nos comerciais. Ela chegou a receber uma decisão favorável em tutela de urgência, mas o processo segue na Justiça.

A Hypera diz que a Ultrafarma está explorando sem autorização a sua marca e o padrão estético das embalagens, o que, segundo a empresa, traz risco de confusão para o consumidor ou associação indevida com o Engov.

Reprodução de imagens utilizadas em processo judicial que comparam as embalagens e logo do Engov e do Ultracolin After

-

Em sua defesa, a empresa de Sidney Oliveira alega que, enquanto o Engov é um medicamento, o Ultracolin é um suplemento alimentar, com fórmulas diferentes. Também diz que o público-alvo dos produtos não é o mesmo.

A companhia afirma ainda que não há concorrência entre os produtos, porque enquanto o Engov é vendido em supermercados e farmácias, o Ultracolin é comercializado nas redes da Ultrafarma. Por fim, alega que a configuração visual do Engov não é peculiar e distintiva, por isso não houve infração nesse sentido.

Procurada, a Hypera disse que não vai comentar. A Ultrafarma não respondeu até a publicação da reportagem.

A Hypera diz no processo que já saiu vitoriosa em outra ação semelhante, também envolvendo o Engov.

Continuação: Painei S.A.: Hypera processa Ultrafarma por suposta imitação da marca Engov

A Justiça nomeou um perito para apurar melhor a acusação de concorrência desleal.

Com Stéfanie Rigamonti

## Registro de marca na UE pode ajudar na expansão dos negócios



Especialista da Conexão Global de Empresários explica como é feito o processo. Registro garante a proteção da marca nos 27 países da União Europeia e ajuda a fortalecer a presença da empresa no mercado internacional

Empresas brasileiras que desejam expandir seus negócios precisam estar atentas a fatores que garantam a proteção da identidade da marca e da integridade de produtos e serviços oferecidos. O registro de marca na União Europeia, por exemplo, é um processo estruturado que pode abrir portas para diversas formas de geração de receita e crescimento sustentável. A advogada especialista em direito internacional e imigração para o Reino Unido, Dryelle Santana, fundadora da Conexão Global de Empresários, explica que a proteção de marca é fundamental para garantir que uma empresa se posicione de forma competitiva e legalmente segura no mercado-alvo, antes mesmo de considerar abrir uma filial ou escritório no exterior. "Se o objetivo é expandir por meio de franquias, vender produtos ou serviços online, exportar para o exterior, estabelecer parcerias estratégicas, ou até licenciar a marca para outras empresas, o registro é o primeiro passo essencial", afirma a advogada. Santana esclarece que o processo é relativamente simples e acessível, especialmente quando se considera o retorno potencial. "O registro na União Europeia é realizado pelo Instituto da **propriedade** intelectual da União Europeia, e ga-

rante proteção em todos os 27 países, com aprovação média em apenas 4 meses". "Em mercados internacionais, a marca registrada se torna um ativo financeiro importante, permitindo que a empresa monetize seu uso, seja por meio de vendas diretas, parcerias, franquias ou acordos de licenciamento. Esse processo pode transformar o registro em uma nova fonte de receita, que muitas vezes não é considerada no início, mas que se torna uma oportunidade significativa conforme a marca ganha relevância", completa. A especialista aponta que houve um aumento significativo na procura pelo registro de marcas no exterior, especialmente entre empresas do mercado digital, que envolve influenciadores e produtores de conteúdo brasileiros. "Com o crescimento de palestras e eventos internacionais, esses empreendedores buscam proteger suas marcas para garantir que estejam resguardadas nos novos mercados onde estão atuando", explica. Prazo do Registro internacional Como informado, o registro pelo EUIPO é o método mais eficiente, levando apenas 4 meses para aprovação e garantindo o ingresso em 27 países da União Europeia, podendo ser feito apenas por advogados europeus. "Por outro lado, o Protocolo de Madri, utilizado para proteger marcas em múltiplos países, pode demorar mais de 12 meses devido ao envolvimento de diferentes escritórios nacionais, tornando-o um processo mais longo e complexo", destaca Santana. "Por isso, é mais recomendado a rota do registro pelo EUIPO, através de um advogado europeu", acrescenta. A advogada explica que o tempo pode ser ainda mais variado em outros mercados, como nos Estados Unidos, onde o registro chega a levar de 6 a 8 meses, podendo ser estendido se houver oposições ou correções. "Em Dubai, por exemplo, o prazo é semelhante ao dos EUA, levando em torno de 6 a 9 meses." "O que fazer em caso de negativa? Para evitar problemas no procedimento, a especialista indica que seja realizada uma pesquisa de viabilidade completa antes de protocolar qualquer pedido. "Esse cuidado reduz drasticamente as chan-

ces de rejeição, proporcionando mais segurança às empresas."No entanto, caso uma marca seja negada, existem alternativas para contornar a situação, sendo possível recorrer ou ajustar o pedido, revisando as classes de produtos e serviços ou adaptando a descrição da marca para atender às exigências do escritório de registro. "Dessa forma a empresa pode garantir o registro de suas marcas, seja por meio da aprovação inicial ou por ajustes estratégicos no processo." "Esse registro unificado é um investimento que traz retorno tanto em segurança jurídica quanto em competitividade, promovendo o crescimento da empresa no mercado europeu", completa Santana.

## Sobre a Conexão Global de Empresários

Fundada por Dryelle Santana, advogada especializada em Direito Internacional e Imigração para o Reino Unido a empresa Conexão Global de

Continuação: Registro de marca na UE pode ajudar na expansão dos negócios

Empresários foi criada com o objetivo de educar e capacitar empresários brasileiros para a internacionalização de seus negócios, fornecendo as ferramentas e o conhecimento necessário para navegar no mercado global.

A empresa é especializada no registro de marca internacional, com atuação global e conta com uma equipe de advogados europeus para realizar o processo através do EUIPO (Escritório da Propriedade Intelectual da União Europeia). Assim, a CGE ajuda empresários a expandirem suas marcas para os 27 países da União Europeia em um prazo estimado de 4 meses, oferecendo um serviço para proteger marcas no mercado europeu.

Para saber mais, basta acessar: <https://conexaoglobal.co/blog/>

## Dentista é processado pela Ferrari em R\$ 42 mil por replicar carro



Ferrari alega violação de marca em disputa legal no interior de São Paulo

Em Cachoeira Paulista, interior de São Paulo, o dentista José Vitor Estevam Siqueira está no centro de uma disputa judicial com a Ferrari. A controvérsia começou em 2019, quando ele construiu uma réplica do modelo Ferrari F-40 na garagem de sua casa. Inicialmente um hobby, o projeto se complicou quando José Vitor tentou vender a réplica na internet devido a dificuldades financeiras.

Apaixonado pela Ferrari desde criança, José Vitor iniciou a construção da réplica em 2017. Ele utilizou materiais comuns, adquiridos em lojas de ferragem, para construir o carro artesanalmente. Com o tempo, desenvolveu técnicas próprias para moldar o veículo, motivado por seu interesse em ciência e tecnologia.

### Publicidade

Em 2018, após sofrer um furto em seu consultório odontológico, que resultou na perda de equipamentos essenciais, José Vitor decidiu anunciar o carro por R\$ 80 mil em uma plataforma de vendas online. O anúncio foi retirado do ar pouco depois, quando ele escolheu vender a clínica em vez do carro. No entanto, a Ferrari encontrou o anúncio e iniciou ações legais.

### Processo judicial e medidas da Ferrari

abpi.empauta.com

A Ferrari alega que a réplica infringe leis de proteção de marca e **desenho** industrial. A montadora italiana entrou com um processo legal, solicitando a apreensão do veículo e uma indenização por lucros cessantes e danos materiais, inicialmente estipulada em R\$ 42,5 mil. A Justiça bloqueou R\$ 887,74 das contas de José Vitor, valor convertido em penhora.

Paralelamente, José Vitor processou a Ferrari, pedindo R\$ 100 mil por danos morais, alegando que o caso o causou prejuízo emocional e a necessidade de tratamento psicológico. Este pedido já foi negado pela Justiça.

### Desdobramentos do caso

O veículo de José Vitor permanece apreendido para perícia. Ele fez um apelo em suas redes sociais, temendo que o carro fosse destruído. A Ferrari tem intensificado suas ações para impedir o uso não autorizado de suas marcas no Brasil.

O caso permanece em andamento, com a montadora ainda buscando a execução da indenização.

O modelo Ferrari F-40, lançado em 1987, é conhecido por ser o último supervisionado por Enzo Ferrari. O carro é valorizado por sua velocidade e raridade, com preços que podem ultrapassar R\$ 4 milhões no mercado.

## Uso indevido da imagem e o pagamento de royalties

OPINIÃO



A recente declaração da atriz e cantora Lucinha Lins, expressando sua frustração por não ser devidamente remunerada pelas reprises de produções nas quais atuou, chama a atenção para um problema recorrente na indústria do entretenimento brasileiro: os baixos honorários pelo uso continuado da imagem dos artistas ou royalties. O caso evidencia lacunas na legislação e nos contratos firmados entre emissoras e profissionais, principalmente em um contexto no qual a reexibição de obras ocorre tanto na TV aberta quanto nas plataformas de streaming.

O **direito** de imagem é um direito fundamental garantido pela Constituição Brasileira e também regulamentado pelo Código Civil. Ele assegura que qualquer pessoa tenha controle sobre o uso da sua própria imagem e possa exigir royalties sempre que houver exposição indevida ou exploração comercial não autorizada. No caso de artistas e profissionais da indústria cultural, esse direito se torna ainda mais relevante, já que envolve não apenas a imagem física, mas também a reprodução de seus trabalhos artísticos em diferentes mídias. Porém, muitas vezes, os contratos não detalham adequadamente a forma de remuneração por reexibições futuras, como reprises ou a migração das obras para plataformas digitais.

Como advogado e especialista em propriedade intelectual e direito do entretenimento, destaco que a ausência de cláusulas claras nos contratos pode gerar essa insatisfação. Essa é uma falha recorrente; ao as-

sinarem contratos com emissoras e produtoras, muitos profissionais não conseguem garantir direitos sobre as reprises, ficando, assim, sem qualquer participação nos lucros obtidos com a exibição de suas obras. Além disso, o avanço das plataformas de streaming ampliou essa discussão, já que produções antigas, que antes ficavam restritas à programação linear, agora são constantemente disponibilizadas ao público e geram receitas. Ressalto que, no Brasil, ainda não existe uma regulamentação específica que obrigue emissoras ou plataformas a repassar royalties por reprises, o que deixa muitos artistas desamparados.

Entre os casos mais emblemáticos, Sônia Braga processou a Globo por não ter sido remunerada pela reprise de *Dancin' Days* no canal Viva, mas perdeu a ação, já que a Justiça entendeu que a emissora ainda estava no prazo para pagamento. Outras atrizes, como Maria Zilda e Elizângela, também criticaram o Viva por repassar valores considerados irrisórios, com Zilda revelando que recebeu apenas R\$ 237,4 pela reprise de *Selva de Pedra*.

Marcos Oliveira, o Beijola de *A Grande Família*, é outro exemplo. Ele declarou que o valor recebido pelas reprises no Viva chega a, no máximo, R\$ 6, quantia insuficiente para manter sua subsistência. Além disso, Felipe Folgosi e outros artistas criticaram a falta de clareza nos contratos, especialmente no que se refere ao uso de obras no streaming, um modelo que não era previsto nas negociações originais.

Em outros países, como Estados Unidos, França e Reino Unido, o cenário é diferente. O modelo hollywoodiano, por exemplo, prevê o pagamento de "residuals" - uma forma de royalties - para atores sempre que uma produção é reexibida, seja na TV, seja em serviços de streaming. Esses valores são acordados previamente e se aplicam tanto a obras recentes quanto a produções antigas. Na França, a proteção aos direitos dos artistas é rigorosa, sendo ge-

Continuação: Uso indevido da imagem e o pagamento de royalties

rencia por sociedades de gestão coletiva que garantem repasses periódicos sempre que uma obra é retransmitida. Já no Reino Unido, emissoras como a BBC têm sistemas automáticos que remuneram atores e outros profissionais sempre que suas produções são exibidas novamente.

Esses exemplos internacionais mostram que a remuneração por reprises não é apenas uma questão contratual, mas também uma prática consolidada que valoriza o trabalho dos artistas e garante a sustentabilidade de suas carreiras a longo prazo. No Brasil, no entanto, o cenário atual evidencia a necessidade de uma revisão nas práticas contratuais e na legislação para se adaptar às novas dinâmicas do mercado. Com a ascensão do streaming e a crescente demanda por conteúdos de catálogo, muitos profissionais reivindicam maior transparência e previsibilidade em seus contratos. A modernização das leis pode ajudar a equilibrar os direitos dos artistas e as necessidades das emissoras e plataformas, pro-

movendo um ambiente mais justo e sustentável para todos.

Esses casos são emblemáticos, pois refletem uma insatisfação que atinge muitos profissionais da classe artística no Brasil. A falta de um sistema de royalties consistente impede que atores e atrizes se beneficiem financeiramente da exibição contínua de obras nas quais dedicaram seu talento e esforço. A mudança inclui cláusulas mais detalhadas nos contratos e a adoção de práticas inspiradas em mercados internacionais, que valorizam o trabalho dos artistas em todas as suas exibições, independentemente do tempo que tenha passado desde a produção original.

Rodrigo Calabria, advogado, sócio do CCLA Advogados.

Conteúdo editado por: Jocelaine Santos

# Agência de notícias indiana processa OpenAI por uso indevido de conteúdo

## ÚLTIMAS NOTÍCIAS

A Asian News International (ANI) também alegou que a OpenAI armazenou os dados, o que constitui uma violação dos direitos de propriedade intelectual. A Asian News International (ANI) também alegou que a OpenAI armazenou os dados, o que constitui uma violação dos direitos de propriedade intelectual

(Bloomberg) - A Asian News International (ANI), uma das maiores agências de notícias da Índia, processou a OpenAI em um tribunal indiano, alegando que a empresa de inteligência artificial dos EUA fez uso indevido de seu conteúdo noticioso protegido por **direitos** autorais.

A ANI também alegou que a OpenAI armazenou os dados, o que constitui uma violação dos direitos de propriedade intelectual, enquanto utilizava seu conteúdo e dados para treinar seu Modelo de Linguagem de Grande Escala. A agência de notícias está buscando uma indenização inicial de 20 milhões de rúpias (cerca de US\$ 236 mil), conforme informou seu advogado, Sidhant Kumar.

Durante uma audiência no Tribunal Superior de Delhi na terça-feira, o advogado da OpenAI, Amit Sibal, afirmou ao tribunal que a plataforma não possui servidores na Índia, nem o treinamento do modelo ocorre no país. Assim, a ANI não teria o direito de pro-

cessar a empresa em um tribunal indiano. Sibal também mencionou que, atualmente, a agência de notícias está na lista de bloqueio da OpenAI.

"Nós construímos nossos modelos de IA usando dados disponíveis publicamente, de uma maneira protegida pelo uso justo e princípios relacionados, e apoiados por precedentes legais amplamente aceitos e de longa data," disse a OpenAI em uma declaração separada.

O processo é o primeiro do tipo contra a empresa dos EUA na Índia.

O tribunal aceitou o caso e afirmou que as questões relacionadas ao treinamento de modelos de linguagem de grande escala são complexas e precisarão da assistência de um especialista no assunto. O tribunal ouvirá o caso novamente em 28 de janeiro.

A OpenAI também enfrenta processos semelhantes em outras jurisdições - 13 nos EUA e um na Alemanha - informou Sibal ao tribunal. Ele acrescentou que ainda não há ordens de liminar contra a plataforma em nenhum lugar.

© 2024 Bloomberg L.P.

## TRF2: marca The Coffee pode ser registrada por combinar termos com elementos figurativos



Por unanimidade, a Turma Especializada do Tribunal Regional Federal da 2ª Região (TRF2) decidiu, na última terça-feira (12/11), que marca mista que combina termos descritivos com elementos figurativos pode ser registrada, desde que o conjunto seja dotado de forma distinta suficiente. O relator, desembargador Flavio Oliveira Lucas, entendeu que houve irregularidade no indeferimento dos registros para a marca mista "the coffee", visto que ela contém elemento figurativo.

Conheça o JOTA PRO Poder, uma plataforma de monitoramento político e regulatório que oferece mais transparência e previsibilidade para empresas

No caso em questão, o colegiado analisou a ação interposta pela Cafe Fratelli Franqueadora Ltda (The Coffee) contra a sentença que julgou improcedente o pedido de anulação dos atos administrativos do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (**INPI**) que indeferiram os pedidos de registro da marca mista "the coffee", sob o fundamento de que a marca não possuía distintividade suficiente, conforme o art. 124, VI, da Lei 9.279/96 - a Lei da Propriedade Industrial (LPI).

Em sua sentença, o juiz Eduardo André Brandão de Brito Fernandes, da 25ª Vara Federal do Rio de Janeiro, entendeu que o elemento nominativo "the coffee" está diretamente relacionado ao produto (café) comercializado pela autora. Desse modo, afirmou

que "as marcas da autora não gozam de suficiente forma distintiva, não permitindo o registro nos moldes da parte final do inciso VI do artigo 124 da LPI, especialmente com relação aos ideogramas japoneses, reputados como elementos figurativos de caráter secundário no conjunto da marca da apelante".

Contudo, para o desembargador Flavio Oliveira Lucas, a inclusão de ideogramas japoneses no conjunto marcário confere distintividade suficiente para permitir seu registro, nos termos do art. 124, VI, da LPI. Segundo ele, o dispositivo prevê que expressões de caráter genérico, necessário, comum, vulgar ou simplesmente descritivo, não podem servir individualmente como marca, visto que, ante a ausência de distintividade, tais sinais não possuem a aptidão de distinguir determinado produto ou serviço.

Assine gratuitamente a newsletter Últimas Notícias e receba as principais notícias jurídicas e políticas do dia no seu email

No caso em análise, o desembargador ressalta que a marca é composta pela palavra japonesa "za kohi" (o café, em tradução livre), através dos seus correspondentes ideogramas japoneses à marca ("ã¶.ã³ãĒãĒĒ").

Embora ressalte que a marca tem a função de distinguir o produto ou serviço dentre os que lhe são idênticos, semelhantes ou afins e que não se pode registrar como marca expressões genéricas, o desembargador destaca que a proibição prevista no dispositivo da LPI não é absoluto. De acordo com Oliveira Lucas, conforme os termos do dispositivo, nada impede que se registrem expressões comuns, genéricas, ou simplesmente descritivas, desde que as mesmas sejam revestidas de suficiente forma distintiva.



## Índice remissivo de assuntos

**Arbitragem e Mediação**  
3

**Propriedade Intelectual**  
5

**Desenho Industrial**  
7

**Direitos Autorais | Direito de Imagem**  
8

**Direitos Autorais**  
10

**Marco regulatório | INPI**  
11