

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 06 de dezembro de 2024 às 07h52
Seleção de Notícias

O Globo | BR

Marco Civil

Toffoli vota a favor de responsabilizar big techs por conteúdos publicados 3
POLÍTICA

Folha de S. Paulo | BR

Direitos Autorais

Lei de IA avança no Senado e prevê remunerar direito autoral 5
MERCADO

Veja.com | BR

05 de dezembro de 2024 | Marco regulatório | INPI

Renner é reconhecida como marca de alto renome pelo INPI 6
ÚLTIMAS NOTÍCIAS | CAMILA PATI

Consultor Jurídico | BR

Marco regulatório | INPI

Registro de slogan como marca e nova interpretação do INPI 7

O Estado - Online | CE

Propriedade Intelectual

Criptomoedas e Direito: desafios e oportunidades na era digital 9
OPINIÃO

Fator Brasil - Online | BR

05 de dezembro de 2024 | Marco regulatório | INPI

INPI passa a aceitar pedidos de registro de marca com elementos de propaganda 10
CANAL

Migalhas | BR

05 de dezembro de 2024 | Marco regulatório | INPI

TRF-2 anula ato do INPI e permite uso da sigla "TCM" por empresas 11
MIGALHAS

Toffoli vota a favor de responsabilizar big techs por conteúdos publicados

POLÍTICA



Relator de uma das ações no STF avalia que plataformas devem retirar posts ofensivos ou ilícitos após notificações extrajudiciais

MARIANA MUNIZ manana.muniz@oglobo.com.br

o Ministro Dias Toffoli, do Supremo Tribunal Federal (STF), votou a favor da derrubada do artigo 19 do **Marco** Civil da Internet. O dispositivo estabelece que plataformas digitais só podem ser responsabilizadas por conteúdos ilícitos se descumprirem ordens judiciais para removê-los. Toffoli afirmou que em casos de conteúdos ofensivos ou ilícitos, basta uma notificação extrajudicial da vítima ou de sua defesa e os provedores devem tomar providências. Ele julga desde a quarta-feira que as redes sociais devem ter responsabilidade sobre conteúdos publicados. Toffoli é o relator das ações e criticou a legislação que sempre favorece as big techs e não os usuários - afirmou o magistrado, que concluiu o seu voto após quatro sessões de julgamento.

Toffoli defende ainda a aplicação ampliada do artigo 21 - que prevê, este sim, a exclusão de conteúdo sem notificação judicial - nos casos de crimes contra o es-

abpi.empauta.com

tado democrático de direito; atos de terrorismo ou preparatórios de terrorismo; crime de induzimento, instigação ou auxílio a suicídio ou automutilação; crime de racismo; qualquer espécie de violência contra a criança, o adolescente e as pessoas vulneráveis; qualquer espécie de violência contra a mulher; infração sanitária, por deixar de executar, dificultar ou opor-se à execução de medidas sanitárias em situação de emergência em saúde pública de importância nacional.

Na proposta de Toffoli, o provedor será responsabilizado por danos decorrentes de conteúdos gerados por terceiros, inclusive na hipótese de danos à intimidade, à vida privada, à honra e à imagem, quando, "notificado pelo ofendido ou seu representante legal, preferencialmente pelos canais de atendimento, deixar de promover, em prazo razoável, as providências cabíveis". A decisão exclui casos da legislação eleitoral e decisões do Tribunal Superior Eleitoral.

ALGORITMOS O ministro ainda detalha que a apuração da responsabilidade deve considerar as atividades do provedor, incluindo interferência algorítmica e automatizada. Toffoli propõe também que os provedores serão responsabilizados de forma objetiva e independente de notificação nas seguintes hipóteses: quando recomendarem, impulsionarem ou moderarem conteúdos, inclusive com responsabilidade solidária com anunciantes e quando envolverem perfis falsos, desidentificados ou automatizados.

- Parece-me evidente que o regime de responsabilidade dos provedores de aplicação por conteúdo de terceiros, previsto no artigo 19 do MCI (**Marco** Civil da Internet), é inconstitucional. Seja porque, desde sua edição, mostra-se incapaz de oferecer proteção efetiva aos direitos fundamentais (...),

Continuação: Toffoli vota a favor de responsabilizar big techs por conteúdos publicados

seja porque não é apto a fazer frente aos riscos sistêmicos que surgiram nesses ambientes a partir do desenvolvimento de novos modelos de negócios - afirmou Toffoli. Antes de dar início ao julgamento, o STF aguardou que o Congresso avançasse com o assunto, mas o PL das Redes Sociais estava tramitando travancado por pressão da bancada bolsonarista - e acabou freado pelo presidente da Casa, Arthur Lira (PP-AL), que chegou a criar um grupo de trabalho para tratar do tema, mas que também não avançou.

PRÓXIMA SESSÃO

O julgamento será retomado na próxima quarta-feira com o voto do ministro Luiz Fux, relator da outra ação que discute a responsabilidade das redes. Fux afirmou ontem que a manutenção pelos provedores de redes sociais de contas inautênticas e automatizadas representa um "ilícito civil grave" que pode ameaçar a liberdade de expressão.

Casos considerados pelo ministro em seu voto

Não há necessidade de decisão judicial para retirar posts sobre:

- > Crimes contra o estado democrático de direito
- > Atos de terrorismo ou preparatórios de terrorismo
- > Crime de induzimento, instigação ou auxílio a suicídio ou automutilação e de racismo
- > Violência contra criança, adolescente, mulheres; e pessoas vulneráveis
- > Infração sanitária em situação de emergência em saúde pública

Lei de IA avança no Senado e prevê remunerar direito autoral

MERCADO

Patricia Campos Mello

SAO PAULO O projeto de lei da Inteligência Artificial foi aprovado nesta quinta (5) na comissão temporária sobre IA no Senado e segue para votação no plenário da Casa na terça (10).

Em queda de braço com senadores bolsonaristas e as Big Techs, o governo abriu mão de incluir o conceito de integridade de informação no relatório do projeto de lei aprovado nesta quinta - mas o pagamento de **direitos** autorais por conteúdo usado em treinamento de IA, outra prioridade dos governistas, foi mantido.

Outra vitória da oposição foi a exclusão das plataformas de **internet** do rol dos sistemas classificados como de alto risco, que as sujeitaria a regras mais rígidas.

O projeto prevê que as aplicações de IA de "alto risco" passem por avaliação de riscos, testem possibilidade de vieses e preconceitos, e deem aos usuários o direito à revisão humana das decisões.

Entre os sistemas de alto risco previstos estão aqueles que atuam no controle do trânsito, seleção de estudantes para entrada em instituições, por exemplo.

O relator do projeto, senador Eduardo Gomes (PL-TO) acatou uma emenda do senador Marcos Rogério (PL-RO) que retirou os sistemas de curadoria, difusão, recomendação e distribuição automatizada de conteúdo do rol. Trata-se dos algoritmos usados por empresas como YouTube, Google, X, TikTok e Meta para determinar como distribuir e recomendar conteúdo.

Empresas e oposição também conseguiram tirar do texto a maioria das menções à integridade de informação, que consideravam uma maneira de o governo interferir em conteúdo e violar liberdade de expressão.

Em contrapartida, o projeto manteve intacta a previsão de remuneração de **direitos** autorais sobre dados e conteúdo usados para treinar modelos de inteligência artificial, que poderia custar milhões às Big Tech.

Em nota, entidades de empresas de tecnologia e do agro criticaram o texto.

"A última versão do PL 2338 apresenta um conjunto de regras que pode inviabilizar o desenvolvimento da IA no Brasil", diz o texto.

Renner é reconhecida como marca de alto renome pelo INPI

ÚLTIMAS NOTÍCIAS



Atualmente 181 marcas têm essa classificação que garante uma proteção especial. O certificado vale por 10 anos mas pode ser renovado

A Renner foi reconhecida pelo **Instituto** Nacional de Propriedade Industrial (**INPI**) como marca de alto renome. Na prática, o certificado do órgão regulador confirma a notoriedade e reputação e dá à empresa o direito de uso exclusivo da marca em todos os segmentos de mercado do Brasil. Atualmente esse direito é detido por 181 marcas.

O selo vale por 10 anos e pode ser renovado. Pernambucanas, Casas Bahia, também são exemplos de marcas que têm essa certificação. Mais recentemente, Netflix e Xbox, dentre outras, conquistaram o selo. Fusca e Barbie são algumas das marcas que conquistaram a certificação há mais tempo. É possível ter o reconhecimento tanto do nome como da logomarca, ou do design do produto, como é o caso da garrafa da Coca - Cola, ou a garrafinha do Yakult, que também estão na lista de marcas de renome. No caso da Renner, o selo vale para o nome da marca.

"Esta conquista mostra que a nossa marca é amplamente reconhecida no mercado e tem uma reputação positiva. Isso é reflexo da relação de proximidade e cumplicidade que temos com os consumidores, construída ao longo dos anos por meio de muita troca e escuta", afirma a diretora de marketing da Lojas Renner S.A., Renata Altenfelder. Pesquisa do Instituto Datafolha mostra que 83% dos brasileiros com 16 anos ou mais declararam conhecer a marca Renner. As empresas podem solicitar esse reconhecimento por meio de um formulário no site do **INPI** e é preciso pagar uma taxa de 37.575,00 reais.

Registro de slogan como marca e nova interpretação do INPI



A nova interpretação do inciso VII do artigo 124 da Lei 9.279/96 (LPI) passou a aceitar o registro de slogan como marca. O **INPI** (Instituto Nacional da Propriedade Industrial) em sua nova interpretação do **INPI**

A nova interpretação do inciso VII do artigo 124 da Lei 9.279/96 (LPI) passou a aceitar o registro de slogan como marca.

Tomaz Silva/Agência Brasil

O **INPI** (Instituto Nacional da Propriedade Industrial) vem acompanhando o tema sob a perspectiva internacional há alguns anos. Em 2004, a Ompi (Organização Mundial de **Propriedade** Intelectual) circulou uma pesquisa para mapear as práticas e legislações locais em matéria de marcas. Uma das perguntas era se "slogans são registráveis como marca". De 71 países, apenas quatro sinalizaram que não, dentre eles Brasil, Coreia do Sul, China e Japão.

Em 2023, o **INPI** consultou esses países para verificar se o entendimento da não registrabilidade se mantinha e foi surpreendido ao identificar que apenas a Coreia do Sul continuava com a mesma posição.

De acordo com o diretor do **INPI**, embora a partir da Lei 9.279/96 prevalecesse o entendimento de uma

"dicotomia" entre marcas e expressões de propaganda, em análise mais aprofundada, entendeu-se que a proteção de um ativo intangível por **direitos** autorais não exclui a possibilidade de proteção por propriedade industrial, sendo possível tal coexistência.

Nesse sentido, como fundamento legal para a nova interpretação para a possibilidade de registro de slogans como sinais marcários, o **INPI** se apoia na Convenção de Paris, acordo internacional de Propriedade Industrial da qual o Brasil é signatário desde 1992. Tal acordo estabelece basicamente que determinada marca poderá ser recusada ou invalidada se for desprovida de caráter distintivo ou se for de uso comum (artigo 6 quinquies, B. 2.).

Características para registro no **INPI**

Assim, o **INPI** esclarece que o pedido de registro de slogan somente será indeferido com base no inciso VII do artigo 124 da LPI, se cumular duas características: exercer função de propaganda e não possuir distintividade.

Spacca

A utilização de slogans como estratégia publicitária para reforçar a visibilidade de determinada marca, produto e/ou serviço é prática consolidada no mercado. Muitas vezes essa frase de efeito é tão poderosa e persuasiva que dispensa até mesmo a menção da marca a qual pertence, ganhando autonomia distintiva perante os consumidores, que já conseguem identificar automaticamente a qual produto, serviço ou empresa se refere.

Se houve um hiato para a proteção de slogans como marca após o Código de Propriedade Industrial (que admitia expressamente essa possibilidade), a verdade é que na prática tal expressão poderia ser protegida por **direitos** autorais, desde que original e

preferencialmente no contexto de campanha publicitária.

Diferentemente do racional do direito marcário, cujo regime é atributivo, ou seja, a titularidade e exclusividade da marca se dá por meio de registro no **INPI**, o **direito** autoral dispensa a necessidade de registro. Assim, cabe ao autor de determinada obra intelectual provar apenas sua originalidade e anterioridade.

Anterioridade de expressão de propaganda

Nesse contexto, uma prática adotada no mercado para se fixar a anterioridade de determinada expressão de propaganda e dar publicidade para esse marco inicial era o depósito como marca no **INPI**.

Ainda que com a interpretação anterior do inciso VII do artigo 124 da LPI tal expressão fosse indeferida por ser slogan, em caso de questionamento por terceiros, era possível provar a anterioridade pela data

Continuação: Registro de slogan como marca e nova interpretação do INPI

do depósito no **INPI**, cujos registros são públicos.

Sendo assim, na prática, os slogans, desde que originais/distintivos, sempre tiveram tutela jurídica, quer por marca, por **direitos** autorais ou pelos dois institutos. O que se altera, na realidade, com a nova interpretação do **INPI** é a harmonização de posicionamento com os demais países, principalmente no contexto de tratados internacionais, como o Protocolo de Madri.

Tal iniciativa pode impactar positivamente em especial portfólios de marcas internacionais, com a uniformização da proteção de ativos de propriedade industrial em diferentes territórios, agregando competitividade ao contexto brasileiro.

Gisele Karassawa É Gestora Da Startup. Oba Do Opice Blum Bruno E Vainzof Advogados Associados.

Criptomoedas e Direito: desafios e oportunidades na era digital

OPINIÃO

As criptomoedas e os NFTs (tokens não fungíveis) têm desafiado fronteiras legais e econômicas, impondo questões que mobilizam governos e especialistas em todo o mundo. Enquanto a inovação promete transformar mercados, a ausência de regulamentação uniforme traz incertezas e riscos, exigindo uma resposta ágil e eficaz por parte das autoridades. Nesse cenário, países como os da União Europeia e o Brasil têm adotado abordagens distintas para equilibrar inovação, segurança e a proteção dos direitos dos cidadãos.

Na União Europeia, o Regulamento dos Mercados de Criptoativos (MiCA), aprovado em 2023, é um marco na regulamentação do setor. A iniciativa estabelece critérios claros para emissores e prestadores de serviços, exigindo transparência e governança robusta. O objetivo é criar um ambiente seguro para investidores, sem sufocar a inovação. No Brasil, o marco legal dos criptoativos entrou em vigor em junho de 2023, definindo regras para exchanges e criminalizando fraudes envolvendo criptomoedas. Ambas as abordagens representam avanços significativos, mas enfrentam o desafio de acompanhar a evolução vertiginosa do mercado.

A descentralização das criptomoedas, que as torna atraentes como ativos, também facilita o uso em crimes financeiros. A ausência de intermediários e a pseudonimidade das transações são exploradas para atividades ilícitas, como lavagem de dinheiro e financiamento ao terrorismo. Casos emblemáticos evidenciam a necessidade de medidas coordenadas, como a análise de blockchain e a exigência de procedimentos rigorosos de identificação nas exchanges. No entanto, a eficácia dessas ações de-

pende de uma harmonização internacional, dado o caráter transnacional das criptomoedas.

Enquanto isso, os NFTs, que revolucionaram a comercialização de ativos digitais, trazem novos desafios jurídicos. A possibilidade de tokenizar obras de arte, músicas e outros conteúdos levanta questões sobre **direitos** autorais e autenticidade. Sem uma regulamentação específica, criadores e compradores ficam expostos a lacunas legais, ampliando o risco de litígios. A proteção da **propriedade** intelectual nesse mercado emergente é essencial para garantir segurança e credibilidade às transações.

A ascensão das criptomoedas e dos NFTs simboliza o potencial da tecnologia para transformar a economia global. Contudo, essa transformação precisa ser acompanhada por uma regulamentação que promova tanto a inovação quanto a segurança. O futuro do mercado digital depende da construção de um arcabouço jurídico que ofereça clareza e proteção, sem comprometer o dinamismo que caracteriza esses ativos. Assim, é imperativo que legisladores e juristas enfrentem o desafio de moldar normas capazes de equilibrar interesses econômicos, sociais e jurídicos, garantindo que as oportunidades geradas pela tecnologia sejam amplamente compartilhadas.

BEATRIZ SIDRIM

JURISTA E

CEO DA DESTINOS

OBJETIVOS

INPI passa a aceitar pedidos de registro de marca com elementos de propaganda

CANAL

O Instituto Nacional da Propriedade Industrial (**INPI**) anunciou uma novidade importante para o registro de marcas: agora é possível registrar marcas que incluam elementos de propaganda, como slogans, desde que atendam a novos critérios de distintividade. Essa mudança no Manual de Marcas reflete uma nova interpretação do inciso VII do artigo 124 da Lei de Propriedade Industrial (LPI 9.279/1996), que anteriormente proibia o registro de sinais ou expressões usadas apenas como meio de propaganda. De acordo com o novo entendimento, o registro será permitido se o slogan exercer, simultaneamente, uma função de propaganda e uma função distintiva. Essa atualização é vista como um avanço importante para empresas que desejam agregar valor às suas marcas por meio de frases publicitárias e diferenciais de mercado.

Segundo especialistas do escritório Montaury Pimenta Machado & Vieira de Mello, essa mudança abre uma oportunidade significativa para marcas que anteriormente tiveram seus registros negados devido ao uso de slogans. - Essa é uma chance para empresas que buscam diferenciar suas marcas, já que os slogans agora podem ser considerados elementos de identidade- comenta Luiz Edgard Montaury Pimenta, sócio-fundador do escritório. O **INPI** prevê uma série de avaliações ao longo dos próximos anos para monitorar o impacto da mudança, incluindo uma pesquisa de satisfação em 2025 e uma revisão final em 2028, reforçando seu compromisso com a modernização do sistema de registro de marcas no Brasil.

TRF-2 anula ato do INPI e permite uso da sigla "TCM" por empresas



Colegiado considerar que as marcas possuem distinções suficientes e convivem no mercado sem causar confusão.

Registro de marca TRF-2 anula ato do **INPI** e permite uso da sigla "TCM" por duas transportadoras Colegiado considerar que as marcas possuem distinções suficientes e convivem no mercado sem causar confusão. Da Redação quinta-feira, 5 de dezembro de 2024 Atualizado às 15:55 Compartilhar ComentarSiga-nos no A A

O TRF da 2ª região anulou o ato administrativo do **INPI** - Instituto Nacional da Propriedade Industrial, que havia cancelado o registro da marca de uma empresa sob o argumento de anterioridade do registro da sigla "TCM" por outra companhia.

2ª turma Especializada considerou as diferenças entre as marcas e os serviços prestados pelas partes, afastando a possibilidade de confusão mercadológica.

TRF-2 anula ato do **INPI** e permite uso da sigla "TCM" por duas transportadoras.(Imagem: Tomaz Silva/Agência Brasil)

Entenda

A autora alegou que utiliza o elemento nominativo "TCM" desde 2007 e é amplamente reconhecida no mercado há mais de 25 anos.

Além disso, destacou as diferenças entre os serviços prestados por ambas as empresas, afirmando que seu público consumidor possui "intensa capacidade de diferenciar as discrepantes modalidades de serviços".

Por outro lado, a ré e o **INPI** sustentaram que o registro da autora foi feito em 2013, enquanto o da ré data de 2010, o que configuraria anterioridade impeditiva.

Também alegaram afinidade mercadológica, uma vez que ambas atuam na classe de transporte de cargas, o que, segundo eles, poderia causar confusão ao consumidor.

Análise judicial

Em seu voto, o relator do caso, desembargador Federal Marcello Ferreira de Souza Granado, ressaltou que as marcas possuem elementos gráficos e visuais distintos.

"As marcas apresentam-se bem diferentes uma da outra, embora possuam o mesmo elemento principal 'TCM', o que, em um primeiro momento, poderia se acreditar tratem-se de marcas relacionadas."

Ao analisar a afinidade entre os serviços prestados pelas empresas, o magistrado destacou que uma delas é especializada no transporte de autopeças para montadoras, enquanto a outra foca no transporte de mercadorias variadas.

"Na hipótese, considero que tais distinções se mostram suficientes para afastar eventual afinidade mercadológica, não se podendo impedir um registro baseado tão somente na suposição de que as mesmas empresas futuramente poderiam realizar as mesmas atividades."

Continuação: TRF-2 anula ato do INPI e permite uso da sigla "TCM" por empresas

Além disso, o desembargador ponderou que as marcas convivem no mercado há mais de 10 anos sem qualquer indício de confusão significativa.

"Embora o elemento de maior destaque em ambas as marcas seja o termo 'TCM', as marcas são formadas por expressões que guardam suficiente distinção para afastar a possibilidade de confusão."

A decisão restabeleceu o registro da marca da "TCM" e condenou os réus ao pagamento de honorários ad-

vocatícios, fixados em 10% sobre o valor atualizado da causa, pro rata.

O escritório Denis Borges Barbosa Advogados atua pela autora.

Processo: 5058874-83.2021.4.02.5101

Leia a decisão.

Índice remissivo de assuntos

Marco Civil
3

Direitos Autorais
5, 7, 9

Marco regulatório | INPI
6, 7, 10, 11

Propriedade Intelectual
7, 9