



# Inteligência Artificial

Como está impactando o mundo do trabalho e nossas vidas

**Entrevista:**  
Fernando Taliberti,  
sócio fundador  
e CEO  
da startup  
Pannacotta



**PL das  
Fake  
News**  
O que  
esperar da  
futura Lei?



**IA e Direitos  
autorais**  
Os desafios que  
o Brasil  
(e o mundo)  
enfrentam



**Uso de marcas fictícias em produções audiovisuais**  
Os critérios do INPI para analisar as semelhanças entre marcas



**REMER VILLAÇA & NOGUEIRA**

---

**REVISTA RVN - DIREITO E INOVAÇÃO** é uma publicação periódica editada por Remer Villaça & Nogueira. Coordenação Geral: Sandra Volasco. Edição: Sandra Volasco e Márcio Derbli (Jornalista responsável - MTb 55919/SP). Design editorial: Purim Comunicação Visual. As matérias assinadas são de responsabilidade dos autores. É permitida reprodução, desde que devidamente citados a fonte e os autores.

Endereço: Rua Padre João Manuel, 755, 9º andar - Jardins, São Paulo-SP. Tel. (11) 3087-8200

[www.remer.com.br](http://www.remer.com.br)

© Copyright RVN 2023 todos os direitos reservados

---

revista

# RVN

direito e inovação

# Índice

## Editorial

IA e o respiro do tempo  
*Simone Villaça*

05

## RVN Entrevista



**Fernando Taliberti**, sócio fundador e CEO da Pannacotta, fala sobre a Inteligência Artificial e o futuro do trabalho

06

## RVN informa

• Retrospectiva da Propriedade Industrial

11

• Escritório Villaça & Nogueira participa de evento europeu sobre a regulamentação do metaverso

14

## RVN Tendência

• Uso de Marcas Fictícias em Produções Audiovisuais  
*Keisy Inácio Nogueira*

15

• A importância da busca de anterioridades de marca  
*Ana Luiza Prado*

17

• Os critérios do INPI para analisar as semelhanças entre marcas  
*Sandra Volasco Carvalho*

19



## RVN Legis



• Eficácia de Contratos em Língua Estrangeira no Brasil  
*Mariana Pinto de Magalhães*

21

• O Lado Econômico das Standard and Essential Patents  
*Caíque Bueno Passolongo*

24

• Os desafios do direito autoral e inteligência artificial no Brasil  
*Alexandra Turchetto Vilela de Andrade*

27

## RVN Debate

PL das Fake News  
*Tereza Raquel Thomazini*

30



## RVN Indica

- Uma questão de Química – (Lessons In Chemistry)
- Máfia da Dor (Pain Hustlers)
- Tetris (Tetris)
- Indústria Americana (American Factory)

33

# IA e o Tempo de Respiro

**B**em-vindos à 7ª edição da Revista “RVN”, direcionada para Propriedade Intelectual e Gestão da Inovação. O propósito de nossa Revista é ser um laboratório de ideias. Aqui nossos colaboradores, clientes e amigos tem espaço para apresentar temas ligados à tecnologia, inovação e PI, além de contar “causos”.

A inteligência artificial entrou de modo avassalador em nossas vidas, em um caminho sem volta e com impacto profundo ainda a ser apurado. Se de um lado facilita pesquisas e projetos, inclusive pela leitura rápida de milhares de dados, de outro gera ansiedade e overload de informação não curada, para não falar no risco em casos já conhecidos de “alucinação” de alguns LLMs (large language models).

Nessa edição, portanto, gostaríamos de convidá-los a trazer de volta um componente muito precioso e às vezes negligenciado.... TEMPO.

Façamos nós o nosso tempo – sigamos ouvindo nossos instintos, com constância, ritmo e produção. Mas sem ansiedade. Lembrando de respirar entre uma acelerada e outra.

Considerem, portanto, essa publicação um convite à pausa – pausa para um café ou chá e assim ler, em seu ritmo, entrevistas bacanas, artigos e notas do que anda acontecendo por aí, no Brasil e no mundo.

O entrevistado desta edição é Fernando Taliberti, a quem conheço apenas “do metaverso” e grupos de estudos e interesse comum em IA, e destaca-se como uma voz a se prestar atenção nesse universo. Há muito barulho por aí e pouca gente trazendo conteúdo – e o Fernando traz. Aproveitem!

Dentre os artigos deste número, listamos o da Sandra Volasco, sobre critérios do INPI para analisar proteção de marcas – seria a IA uma solução para gaps em razão da subjetividade da análise

das agências de PI mundo afora? Já Alexandra Turchetto nos brinda com um texto sobre os desafios do direito autoral e inteligência artificial no Brasil, enquanto Caique Bueno explora questões econômicas ligadas às Standard and Essential Patents (SEP) – ainda em crescimento por aqui. Mariana Guimarães disserta sobre a eficácia de Contratos em Língua Estrangeira no Brasil, enquanto Ana Luiza Prado aborda a importância da busca de anterioridades para o registro de uma marca. Além disso, Tereza Thomazini comenta o projeto de lei de combate às fake News.

Por fim, esta publicação também celebra o reconhecimento que nos fez merecer, pelo 11º ano consecutivo, a nomeação entre os escritórios mais admirados do Brasil (Legal 500) na área de propriedade intelectual. O que mais nos orgulha é isso ter sido alcançado sem abrirmos mão de nossos valores: qualidade, ética, soluções inovadoras, equipes integradas e colaborativas e sócios comprometidos, tudo regado a muito bom humor.

Agradecemos aos esforços de todos os que colaboraram com seu tempo e dedicação para este número, em especial Luiza Brito, Sandra Volasco, Keisy Inácio e Tereza Thomazini, pela qualidade do design e conteúdo das postagens, não só aqui mas especialmente nas redes sociais.

Respirem, relaxem, curtam o tempo e a revista.

Abraços e até a próxima. **RVN**



DIVULGAÇÃO

**Simone Villaça**  
Advogada e Sócia de  
Remer Villaça & Nogueira.

# A Inteligência Artificial e o futuro do trabalho

Márcio Derbli\*



MARCELO BRUZZI

FERNANDO TALIBERTI

Nosso convidado desta edição é o empresário Fernando Taliberti, sócio fundador e CEO da Pannacotta, uma startup que aplica Inteligência Artificial para conectar colaboradores e times de forma mais eficiente, reduzindo os longos processos de coordenação do trabalho. Ele gosta de falar sobre inovação, startups, IA, o futuro do trabalho e educação. Nesta entrevista à RVN, ele passa por todos esses temas, e também fala sobre sua atuação como escritor de livros infanto-juvenis.

**RVN – Como a IA pode impactar a criação e a natureza dos empregos?**

**Fernando Taliberti** – Essa é a pergunta de bilhões. Uma parte da resposta é previsível pelo histórico de introdução de qualquer tecnologia. Como muitas outras ondas tecnológicas, a IA aumenta drasticamente a produtividade e pode fazer com que uma gama de empregos não faça mais sentido e rapidamente desapareça. É arriscado fazer previsões específicas sobre quais, mas a IA avançou rapidamente em tarefas como transcrições, traduções e tratamentos de textos. Isso pode significar a extinção de algumas profissões ligadas a estas tarefas, ou a amplificação drástica de potencial dos profissionais que usarem a tecnologia.

Como diversas outras tecnologias, a IA também irá criar várias ocupações. Para citar exemplos his-

\* Márcio Derbli, jornalista científico.

tóricos, a prensa de Gutemberg pode ter extinguido o trabalho de cópia manual de livros, mas criou uma indústria literária empregando uma magnitude maior de pessoas. O processador de texto também tornou acessível a digitação e eliminou a necessidade de profissionais de datilografia, mas habilitou bilhões de pessoas a produzir textos com facilidade. A IA inicialmente é uma ferramenta que torna acessíveis tarefas antes complexas e certamente isso cria mais oportunidades do que destrói empregos.

Direcionar essa ferramenta e operá-la para realizar qualquer feito é a tarefa que continuará a ser humana. Desta vez, no entanto, o avanço é mais rápido e a característica desta tecnologia é inerentemente diferente. A IA aproxima a máquina de capacidades antes julgadas exclusivamente humanas. Não prevíamos que ela seria capaz de criar desenhos, textos, poemas e músicas. Eu acho provável que a combinação de escopo e velocidade desta revolução tecnológica destrua empregos mais rápido do que somos capazes de criar novas oportunidades e isso gere uma crise de desemprego em massa, por um tempo.

### **RVN – Como a Pannacotta, sua empresa, introduziu a IA na gestão do trabalho?**

FT – Nós entendemos que as intenções são o que guiam as organizações para realizar suas missões. No entanto, o alinhamento e comunicação destas intenções é um processo custoso. Times gastam mais tempo coordenando o trabalho do que executando (58% de acordo com pesquisa da Asana). Isso envolve discutir, comunicar e alinhar a estratégia e o que precisa ser executado e, finalmente, acompanhar a sua execução.

Acreditamos que é possível reduzir esse esforço usando inteligência artificial, sem mudar o paradigma no qual isso já acontece: as conversas. Por isso conectamos IA às ferramentas conversacionais que os times já utilizam para entender, a partir das conversas, o que a organização está tentando atingir, quais seus objetivos e como medir esse atingimento. Esses inputs alimentam um

modelo estruturado de objetivos, tarefas e métricas. A IA é usada então para substituir o esforço humano de fazer a execução acontecer, lembrando a cada membro o que ele tem para fazer na semana e a cada dia e como isso se conecta com as métricas da empresa, além de manter todos informados, sem precisar colocar todos em uma sala de reunião. É como um “Chief of Staff” de IA.

### **RVN – Quais são as competências necessárias para os trabalhadores do futuro?**

FT – Atitudes são mais importantes que competências no mundo do trabalho. Acredito que agora mais do que nunca. Ter clareza de intenções, de objetivos e flexibilidade mental de pensar como realizar o que se deseja usando os recursos disponíveis é o que vai definir os ganhadores numa era em que a capacidade de realização estará amplamente disponível. A IA amplifica cada profissional que abraçar essa capacidade e se adequar rapidamente. Uma atitude defensiva ou de resistência prejudicará o profissional e a empresa em que trabalha.

Dito isso, com a velocidade em que as mudanças vão ocorrer a partir de agora acho que a principal competência necessária para o profissional do futuro será a capacidade de aprender rápido.

### **RVN – Como a educação pode preparar os trabalhadores para o futuro da IA?**

FT – Em um mundo abundante em IA, a educação precisa se reinventar. Deve focar menos em conhecimentos estáticos e mais em habilidades dinâmicas como pensamento crítico, solução de pro-

**“Times gastam mais tempo coordenando o trabalho do que executando”**

“

**A educação do futuro precisa preparar os indivíduos para uma realidade onde a IA é uma extensão de suas capacidades, não um substituto**”

blemas e aprendizagem contínua. Precisamos de uma abordagem que ajude as pessoas a se conectar com propósito e intenção, ensine como aprender a aprender, adaptar-se rapidamente e explorar a intersecção entre a tecnologia e a humanidade. A educação do futuro precisa preparar os indivíduos para uma realidade onde a IA é uma extensão de suas capacidades, não um substituto.

### **RVN – Quais são os principais desafios da IA para a evolução das startups?**

FT – Focar no problema certo. Quando uma nova plataforma aparece é tentador surfar esta onda, só para não ficar para trás. Assim toda startup está indo atrás de aplicar IA no seu produto e algumas estão criando uma camada simples em cima das APIs de IA e oferecendo uma extensão simples do que pode ser feito pelo modelo padrão.

Isso me lembra de casos como o “app de lembrete de aniversários” desenvolvido em cima da plataforma do Facebook, que foi substituído pela funcionalidade nativa da própria plataforma. Cada vez que a OpenAI avisa de novos lançamentos, arautos do apocalipse anunciam a morte de 10 mil startups. Na verdade, não é bem assim, mas na era da IA é difícil saber quando um modelo genérico vai tornar o produto da sua startup obsoleto.

O próprio modelo genérico (GPT) se mostrou superior a modelos específicos de Machine Learning que vinham sendo desenvolvidos há anos (por exemplo, para tradução e interpretação de linguagem). Então, o desafio para a evolução das

startups é: focar em um problema relevante e idealmente específico ou até nichado o suficiente onde possa se diferenciar.

### **RVN – Como as startups podem usar a IA para se diferenciarem da concorrência?**

FT – Usar IA não é mais um fator de diferenciação. É o básico para qualquer startup. Dito isso, cabe a cada uma voltar à essência do problema que está tentando resolver e repensar a solução tendo como pano de fundo as capacidades de IA disponíveis.

Em alguns casos isso pode redefinir todo o produto ou até o modelo de operação da startup. Em outros casos, a aplicação da IA pode ser feita de forma mais específica, modificando a solução atual para resolver o problema de forma melhor: mais eficiente, mais rápida, mais precisa, mais flexível.

Para todas, vale olhar para os processos internos e entender onde pode haver ganhos. Uma startup de três pessoas usando IA é capaz hoje de feitos que antes precisariam de um exército. Se a sua não está destravando esse potencial, vai ficar para trás.

### **RVN – Como o Brasil pode se preparar para a era da IA?**

FT – O Brasil está muito atrás na corrida dos modelos fundamentais generalistas. No entanto, somos uma potência em diversos setores onde pode haver não só aplicações, mas desenvolvimento de IA especializada, como agronegócio, recursos naturais, energias renováveis entre outros.

Para nos prepararmos precisamos investir maciçamente em educação focada em tecnologia e inovação, criar uma infraestrutura robusta para pesquisa e desenvolvimento, e estabelecer políticas que incentivem a adoção de IA nas empresas.

Do ponto de vista regulatório, o Brasil tende a ser mais conservador e seguir a Europa. Isso pode atrasar nosso posicionamento global como uma das potências de IA. Temos 1.294 cientistas entre os cem mil mais influentes do mundo. Podemos posicionar o país na vanguarda de uma nova onda de inovação

tecnológica se nos colocarmos adequadamente. É crucial fomentar uma cultura de empreendedorismo que valorize a inovação e a experimentação.

**RVN – Como a IA pode ser usada para promover a inovação e o crescimento econômico no Brasil?**

FT – Os investimentos corretos podem preparar o país para a era da IA evitando que fiquemos para trás. Mas promover inovação e crescimento econômico pode ser bem mais fácil que isso. A IA pode ser um grande equalizador de oportunidades, ferramentando uma parcela muito maior da população para realizações antes restritas a uma elite super qualificada. Para isso basta um nível básico de educação e acesso à tecnologia. Estamos falando de acesso a uma infraestrutura básica (internet e computadores).

Atingindo esse nível na pirâmide de necessidades da IA, um estudante do ensino médio será

capaz de aplicar essa tecnologia para resolver problemas hiperlocais, diminuir as desigualdades e inovar. Profissionais mais preparados serão capazes de resolver problemas ainda mais complexos e abrangentes e até exportar tecnologia e inovação. O potencial do brasileiro é enorme quando ele tem acesso a oportunidades. A IA é pode ser a oportunidade de ouro!

**RVN – Além de ser empreendedor, empresário, você escreve contos infanto-juvenis. Qual é sua motivação e inspiração para sua verve literária?**

FT – A minha motivação para empreender é a mesma de escrever, seja para artigos, seja para livros infantis. Eu gosto de criar, construir coisas para ajudar a tornar o mundo um lugar melhor. A empresa é um veículo espetacular para fazer isso. O livro também é ótimo.



DIVULGAÇÃO



## “ Usar IA não é mais um fator de diferenciação. É o básico para qualquer startup ”

Como pai, encontrei nas dores e dificuldades dos meus filhos uma oportunidade de criação de soluções. Comecei criando histórias para eles dormirem, mas que fossem mais que engajantes e divertidas, que ajudassem eles a lidar com essas dificuldades. Eles frequentemente ficavam presos na noção de que “sou ruim nisso” ou “sou bom naquilo”, ambos pensamentos perigosos que representam um mindset fixo. Então criei a história do “Sou Bom, Sou Ruim” para ajudar a semear

o mindset de crescimento. Eles me ajudaram a transformar em um livro, dando opiniões para a história e participando da ilustração.

Então, das dificuldades de expressar sentimentos, hora somatizando, hora explodindo, nasceu a história de “O Menino que Engolia Bichos”, construída a partir da metáfora de engolir um sapo. Construímos uma narrativa que ajuda as crianças (e até adultos) a mudar a forma de lidar com os sentimentos. Em casa sempre invocamos as lições dos dois livros quando estamos encarando alguma dessas situações.

### RVN – Qual é sua visão para o futuro?

FT – Eu sou bastante otimista sobre o futuro. A velocidade com que a IA está avançando pode provocar um comportamento resistente e conservador, mas acredito que se encararmos os medos e abraçarmos as oportunidades que ela traz, um futuro brilhante nos aguarda. Isso vale para indivíduos, organizações e para o Brasil como nação. **RVN**

# Retrospectiva da Propriedade Industrial

## Principais acontecimentos de 2023

**E**ste ano trouxe algumas novidades na área de Propriedade Industrial. Confira abaixo algumas atualizações em processos implementadas pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) e registros de marcas e nomes geográficos que foram destaque em 2023.



PREMIUM FREEPIK

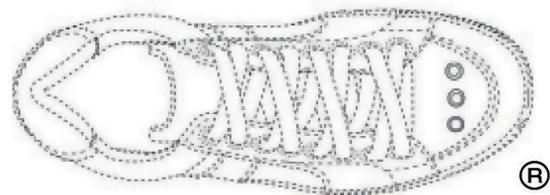
### Marcas:

## Concessão do registro da primeira marca de posição

**E**m 30 de maio o INPI concedeu o primeiro registro para uma marca de posição. O registro foi concedido à empresa Terras de Aventura Indústria de Artigos Esportivos S.A., também detentora da famosa marca OSKLEN®.

A marca de posição corresponde ao conjunto distintivo que resulte de um sinal aplicado a uma posição singular de objeto suporte, cuja singularidade é aferida conforme as práticas do mercado a que pertence.

A marca registrada é constituída por uma sequência de três ilhoses idênticos, aplicados na parte superior do tênis, especificamente na área entre o bico e a lingueta (parte encoberta pelos cadarços). [RVN](#)



### Desenhos Industriais:

## Entra em vigor o Acordo de Haia

**E**m 1º de agosto entrou em vigor no Brasil o Acordo de Haia para o Registro Internacional de Desenhos Industriais.

O sistema permite o registro de Desenhos Industriais nos países membros por meio de

uma única solicitação internacional, e trata-se de uma solução comercial que reduz significativamente os custos. Atualmente, 96 países são signatários do Acordo de Haia, como Estados Unidos, China, Japão e União Europeia. [RVN](#)

## Contratos de Tecnologia:

### Novos entendimentos e simplificação no processo de averbação de contratos pelo INPI

**E**m 11 de julho o INPI publicou Portarias “simplificando” os aspectos formais da documentação necessária à averbação de contratos. As mudanças foram as seguintes:

- 1) Remoção da obrigatoriedade de notariação, apostila / consularização em documentos assinados digitalmente no exterior;
- 2) Aceitação de documentos assinados digitalmente sem ICP-Brasil;
- 3) Remoção da obrigatoriedade de assinatura de duas testemunhas nos contratos assinados no Brasil;
- 4) Remoção da obrigatoriedade do envio de Contrato/Estatuto Social nos protocolos de requerimento de averbação/registro ou de petições;

- 5) Remoção da obrigatoriedade das rubricas nos contratos;
- 6) Remoção da obrigatoriedade da apresentação de ficha cadastro.

As Portarias também alteraram aspectos com implicações no exame técnico, são eles:

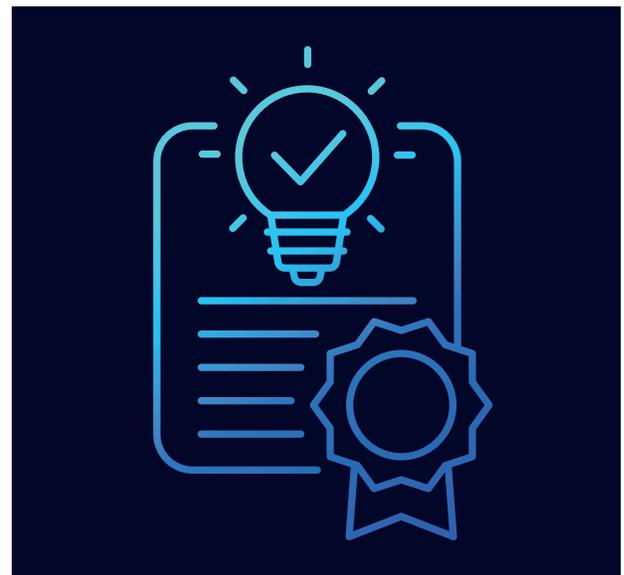
- 1) Estabelece o aceite de licenciamento de tecnologia não patenteada (que será registrado na categoria Fornecimento de Tecnologia - FT);
- 2) Estabelece que o valor declarado dos contratos que envolvem apenas pedidos de marcas passará a constar nos seus respectivos Certificados. **RVN**

## Patentes:

### Aumento na procura pela priorização de exame de pedido de patente por meio de PPH (*Patent Prosecution Highway*)

**N**o ano de 2023 os 800 requerimentos para PPH (projeto-piloto *Patent Prosecution Highway*) liberados pelo INPI foram esgotados em 17 de julho de 2023, enquanto em comparação com o ano anterior esta mesma quantidade foi esgotada em 22 de setembro, ou seja, em 2023 houve mais interesse nessa modalidade de exame.

O PPH é um programa que permite priorizar o exame de um pedido de patente que já tenha sido examinado em algum outro país. Nesta modalidade, o depositante apresenta ao INPI o resultado do exame de algum país parceiro juntamente com as devidas adequações no pedido. Este programa, adotado por diversos países, permite otimizar e acelerar as decisões dos exames técnicos. **RVN**



PREMIUM FREEPIK

## Indicações Geográficas:

# INPI concede novos registros para nomes geográficos

Até novembro de 2023 o INPI concedeu registros para nove nomes geográficos, sendo oito como Indicações de Procedência (IP) e um como Denominação de Origem (DO). Vejamos:



**IP:**

Niagara  
Rosada  
de Jundiáhy



### SUDOESTE DE MINAS

(para café em grãos crus, beneficiados, torrados e torrados e moídos)

### QUEIJO DO CERRADO



**DO:**



Café da  
Canastra

## Escritório Remer Villaça & Nogueira participa de evento europeu sobre a regulamentação do metaverso

**D**ra Simone Villaça, sócia de Remer Villaça & Nogueira, esteve em outubro em Bruxelas para uma conferência promovida pela International Trademark Association (INTA), onde se reuniram advogados de Propriedade Industrial, membros do Parlamento Europeu e acadêmicos para discutir os desafios ligados à regulamentação do metaverso.

Dra. Simone participou de um painel sobre “NFTs, desafios e oportunidades relacionados à PI”, em mesa composta por Michael Geller (DLA Piper - EUA) e moderação de Rebeca Bonet (Brandstock - Espanha).

O evento teve lotação esgotada e foi um enorme sucesso, com inúmeros debates e seguindo-se um pedido de revisão formal do atual projeto do Parlamento Europeu aos membros da INTA que estiveram no evento. [RVN](#)

“NFTs, desafios e oportunidades relacionados à PI”



DIVULGAÇÃO

# Quando a ficção vira realidade

*Porque proteger marcas fictícias de filmes ou séries é essencial*

Keisy Inácio Nogueira\*



ADOBE FIREFLY

**A**s marcas são os sinais distintivos visualmente perceptíveis utilizados para identificar e distinguir um produto ou serviço no mercado. No contexto das produções audiovisuais, as marcas desempenham uma função crucial ao viabilizarem o financiamento de diversas séries, filmes e jogos com a intenção de alcançar uma ampliação substancial da visibilidade publicitária.

Como é de conhecimento, a utilização de uma marca real e registrada depende da autorização expressa de seu titular. Contudo, o inciso IV, do artigo 132, da Lei de Propriedade Industrial (Lei nº 9.279/96) estabelece uma exceção particularmente benéfica para os produtores audiovisuais ao determinar que:

*“Art. 132. O titular da marca não poderá: [...] IV – impedir a citação da marca em discurso, obra científica ou literária ou qualquer outra publicação, desde que sem conotação comercial e sem prejuízo para seu caráter distintivo.”*

A princípio, não há prejuízo na citação de marcas em obras audiovisuais contanto que não haja uma intenção comercial associada à marca e que não cause danos à reputação, à distintividade e à mercantilização da marca. No entanto, devido à

falta de critérios objetivos e clareza sobre os usos permitidos, é recomendado, no caso de as produtoras audiovisuais que tenham cunho comercial decidirem incorporar marcas registradas na obra, firmar contratos de licenciamento para prevenir possíveis complicações no futuro.

Em razão da complexidade envolvida no licenciamento de marcas, assim como da necessidade de evitar a depreciação ou violação de direitos dos titulares – e, até mesmo para simplificar o *clearance* – algumas produtoras optam por criarem as chamadas “marcas fictícias”, que são inventadas com o propósito exclusivo de serem utilizadas em obras audiovisuais específicas.

A marca fictícia apresenta as características e funções típicas de uma marca real no que diz respeito à identificação de produtos e serviços, no entanto, geralmente, não possuem efeito no âmbito real.

Um exemplo clássico de utilização de marca fictícia é encontrado na série norte-americana “*Lost*” (Perdidos), que relata a trajetória de sobreviventes de um acidente aéreo ocorrido em uma ilha misteriosa. Diante dessa narrativa, visando evitar qualquer associação indevida da imagem de uma marca real com o acidente, a *American Broadcasting Company* (ABC) optou por criar a marca fictícia “*Oceanic Airlines*”.



DIVULGAÇÃO



Mas, eventualmente, a marca se torna tão conhecida que transcende o universo ficcional. Um exemplo emblemático é a famosa cerveja “DUFF”, que se tornou popular através do personagem Homer Simpson, na série animada “Os Simpsons”. Vale ressaltar que a fama da marca fictícia resultou em uma batalha judicial entre a 20th Century Fox Filmes e os irmãos Álvaro e Oscar Ballesterro, que passaram a fabricar e comercializar uma cerveja com nome e apresentação semelhantes à marca fictícia “DUFF”.

Os irmãos alegaram que a cerveja, na realidade, era chamada de “DUH” e que a aparência dos dois “F”, semelhante à marca fictícia, deveria ser interpretada como um “H”. O argumento não foi considerado suficientemente persuasivo pelo judiciário, que determinou a cessação da comercialização dos produtos e a abstenção do uso indevido da marca. Cabe ressaltar que hoje em dia a marca “DUFF” é comercializada em diversos locais, inclusive nos parques da Universal Studios.

O caso relatado acima ilustra o processo chamado de *desficcionalização*, no qual a marca fictícia alcança uma notoriedade significativa em relação a um produto ou serviço específico e acaba ultrapassando a esfera da fantasia, o que possibilita uma exploração da marca fictícia no mundo real, como ocorre também com os conhecidos chocolates Wonka, do clássico filme “A Fantástica Fábrica de Chocolates”.



Isto ressalta a importância de as produtoras estarem atentas à possibilidade de eventualmente transformar a marca fictícia em uma marca real para identificação de produtos e serviços verdadeiros, inclusive com o depósito do pedido de registro da marca perante o órgão competente. No Brasil é extremamente importante se atentar a este ponto, visto que a prioridade é dada ao primeiro que requerer o registro marcário.

Além disso, ao conceber uma nova marca fictícia, é essencial assegurar que não ocorra violação de marca já existente. Nesse sentido, a produtora deve cuidadosamente verificar se a marca fictícia proposta não está registrada nos bancos de dados das entidades responsáveis pelo registro de marcas, sendo o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) o órgão competente no Brasil. Em caso afirmativo, é crucial avaliar se a marca identificada opera no mesmo segmento de atividade econômica da marca fictícia a ser incorporada na obra audiovisual. [RVN](#)



### Keisy Inácio Nogueira\*

Advogada em Villaça & Nogueira Sociedade de Advogados, atua nas áreas de consultivo e contencioso Cíveis e de Propriedade Intelectual. Pós-graduanda em Propriedade Intelectual, Direito do Entretenimento, Mídia e Moda pela ESA.

# A marca que criei já existia. E agora?

*A importância da busca de anterioridades de marca*

Ana Luíza Prado\*



PREMIUM FREEPIK

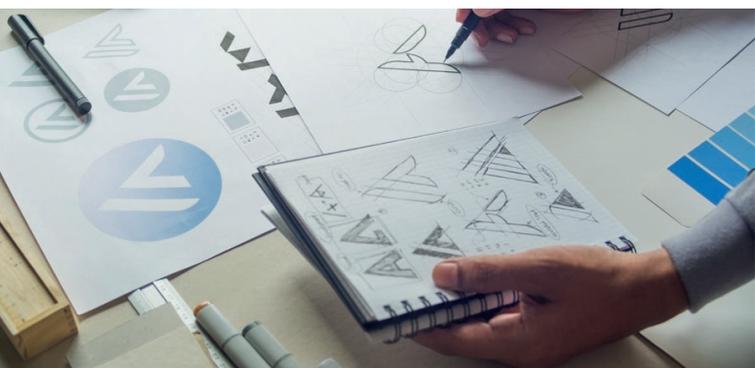
**A**ntes de lançar seu produto ou serviço - e mesmo antes de constituir uma empresa - o primeiro passo deve ser realizar uma busca de anterioridade para verificar se a marca escolhida está livre para ser apropriada.

A busca é um estudo para avaliar a registrabilidade da marca, revelando possíveis impedimentos ao seu registro, seja pela anterioridade de marca idêntica ou semelhante, seja por recair nas proibições legais previstas no art. 124 da Lei da Propriedade Industrial (Lei nº 9.279/96), como por exemplo, sinais genéricos sem suficiente forma distintiva; nome civil de terceiros e sinais contrários à moral e aos bons costumes.

A busca é fundamental para verificar se uma nova marca obterá sucesso. O lançamento de uma nova marca envolve vários investimentos, como o

desenvolvimento de logotipos, papéis timbrados, etiquetas, notas fiscais, anúncios, embalagens etc. Tais investimentos implicam em custos muito altos, por isso é extremamente importante avaliar quais são as chances de se ter uma marca concedida, evitando-se que no futuro o nome pretendido cause problemas com sua concorrência, obrigando-o a abandonar a marca que já era objeto de investimentos.

O INPI adota a Classificação Internacional de Produtos e Serviços de Nice (NCL, sigla em inglês para Nice Classification), que possui uma lista de 45 classes com informações sobre os diversos tipos de produtos e serviços e o que pertence a cada classe. É importante efetuar uma análise do objeto social da empresa a fim de se enquadrar corretamente os produtos/serviços da empresa dentro das 45 classes existentes.



Caso as buscas não revelem nenhuma anterioridade ou outro impedimento de acordo com a legislação mencionada, é recomendável efetuar o depósito da marca perante o Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI o quanto antes, pois todos os dias são efetuados inúmeros depósitos de marcas, assim a busca fica desatualizada.

Apesar de não garantir 100% de certeza do registro da marca pretendida, a busca de anterioridades é uma ferramenta bastante efetiva, pois

**“ É aconselhável sempre buscar ajuda de um profissional da área de propriedade intelectual, o qual poderá auxiliar sobre a classificação de produtos e serviços adotada pelo INPI ”**

evita gastos desnecessários com marcas indisponíveis e confere mais segurança jurídica quanto ao uso do sinal. **RVN**



**Ana Luíza Prado\***

Assistente do Departamento de Marcas em Remer Consultores.

## Destacamos alguns pontos sobre as buscas:

- Considerando que a análise de colidência entre marcas tem caráter subjetivo, não há como ter certeza de que o examinador do INPI terá a mesma opinião da pessoa que realizou as buscas. Também não se pode descartar a possibilidade de terceiros apresentarem oposições.
- Os pedidos de registro recentemente depositados são mantidos em sigilo até a sua publicação na Revista da Propriedade Industrial, o que significa dizer que eles somente serão lançados no banco de dados do Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI após serem publica-

dos, conseqüentemente, ficam fora do alcance das pesquisas de anterioridades durante esse lapso temporal.

- A pesquisa realizada não abrange eventuais direitos de precedência ao registro, nos termos do artigo 129, parágrafo 1º, da Lei da Propriedade Industrial brasileira (Lei nº 9.279/96)<sup>1</sup>, assim como eventuais direitos de prioridade ao registro, nos termos da Convenção da União de Paris.
- As pesquisas realizadas também não abrangem registros extintos e pedidos de registro arquivados.

1 - “Art. 129 - A propriedade da marca adquire-se pelo registro validamente expedido, conforme as disposições desta lei, sendo assegurado ao titular seu uso exclusivo em todo o território nacional, observado quanto às marcas coletivas e de certificação o disposto nos arts. 147 e 148. § 1º - Toda pessoa que, de boa fé, na data da prioridade ou depósito, usava no País, há pelo menos 6 (seis) meses, marca idêntica ou semelhante, para distinguir ou certificar produto ou serviço idêntico, semelhante ou afim, terá direito de precedência ao registro.”

# Como avaliam minha nova marca?

*Critérios do Instituto Nacional da Propriedade Industrial para análise de colidência e afinidade mercadológica entre marcas*

Sandra Volasco Carvalho\*



PREMIUM FREEPIK

**T**odos os pedidos de registro de marca passam por uma criteriosa avaliação do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) para determinar se a marca está apta a receber o registro. Faz parte desta avaliação a chamada análise de colidência entre sinais, a qual tem por escopo verificar a possibilidade de confusão com marcas anteriores em nome de terceiros e baseia-se na avaliação da impressão geral dos conjuntos marcários e não apenas em seus elementos individuais, considerando-se os aspectos gráficos, fonéticos e ideológicos das marcas comparadas.

A análise de colidência é essencial para o exame de disponibilidade da marca e leva em consideração alguns aspectos que são apreciados pelo examinador do INPI, os quais elencamos a seguir.

- **Aspecto gráfico:** são comparados os aspectos gráficos (formas geométricas, cores, imagens) que possam contribuir para gerar ou aumentar o

risco de confusão ou associação indevida entre conjuntos marcários. Exemplo:



- **Aspecto fonético:** na comparação fonética, são avaliadas as semelhanças e diferenças na sequência de sílabas, na entonação das palavras e nos ritmos das frases e expressões presentes nos sinais em cotejo. Exemplo:

OMO x HOMMO

- **Aspecto ideológico:** Sinais que, apesar de distintos do ponto de vista fonético e/ou gráfico, evocam ideias idênticas ou semelhantes e podem levar o público-alvo à confusão ou associação indevida. Exemplo:

Vale do Luar x Vale da Lua



O INPI também analisa a afinidade mercadológica, nesta etapa é avaliado o grau de semelhança ou relação entre os produtos ou serviços cobertos pelas marcas comparadas, assim como a possibilidade do consumidor ser levado à confusão ou associação indevida entre tais marcas. Para aferir o grau de semelhança entre os produtos ou serviços, são avaliadas as seguintes características:

- **Natureza:** conjunto de qualidades essenciais pelas quais o produto ou serviço é conhecido, seu tipo, gênero ou categoria específica;
- **Finalidade e modo de utilização:** utilidade ou função esperada dos produtos ou serviços, bem como sua forma, condição ou circunstância de utilização ou contratação;
- **Complementariedade:** produtos ou serviços são considerados complementares quando um é indispensável ou importante para a utilização do outro;
- **Concorrência ou permutabilidade:** são considerados concorrentes ou permutáveis os produtos ou serviços que podem ser substituídos uns pelos outros. Normalmente, são produtos ou serviços de mesma finalidade e que visam o mesmo público-alvo;

- **Canais de distribuição:** produtos ou serviços que compartilham os mesmos canais de distribuição ou pontos de venda/fornecimento possuem maior afinidade mercadológica, aumentando o risco de que sejam percebidos, pelo consumidor, como originários de uma mesma fonte;

- **Público-alvo:** produtos ou serviços que visam o mesmo consumidor (geral ou especializado) podem ser considerados afins do ponto de vista mercadológico;

- **Grau de atenção:** o grau de atenção do público-alvo no ato da aquisição dos produtos ou da contratação dos serviços;

- **Origem habitual:** refere-se ao gênero de empresa responsável por fabricar ou comercializar os produtos ou fornecer os serviços, ou seja, o tipo de entidade que comumente é responsável por tais produtos ou serviços.

Nenhuma das características elencadas acima deve ser considerada absoluta para determinar a afinidade mercadológica, porém, como regra geral, pode-se considerar que **“quanto menor a semelhança entre sinais, maior deverá ser a afinidade mercadológica entre os produtos ou serviços assinalados a fim de caracterizar o risco de confusão ou associação indevida”**<sup>1</sup>.

Para consultar exemplos dessas avaliações, acesse o Manual de Marcas do INPI, itens 5.11.1 e 5.11.2, disponível no site da Autarquia<sup>2</sup>.

1 - Manual de Marcas, item 5.11.2 Afinidade mercadológica e a colidência entre sinais.

2 - <http://manualdemarcas.inpi.gov.br/>



DIVULGAÇÃO

## Sandra Volasco Carvalho\*

Advogada e Sócia em Villaça & Nogueira Sociedade de Advogados, atua com Propriedade Intelectual, Contratos, Concorrência Desleal e Transferência de Tecnologia.

# Contratos em língua estrangeira são válidos no Brasil?

Mariana Pinto de Magalhães\*



PREMIUM FREEPIK

O aumento dos negócios internacionais envolvendo empresas brasileiras faz surgir questionamentos sobre a possibilidade de contratos particulares assinados no Brasil serem redigidos em língua estrangeira. Várias empresas multinacionais no território brasileiro praticam diversos negócios no país e no exterior por meio de contratos elaborados, na maior parte, em língua estrangeira. Esses contratos firmados dentro do território brasileiro encontram alguns entraves, muitas vezes não conhecidos pelos funcionários e representantes legais das empresas.

É fundamental que profissionais da área do direito, bem como os empresários, sejam orientados em relação aos aspectos formais da elaboração de contratos firmados no Brasil ou fora do Brasil, porém com aplicação da lei brasileira, quando redigidos em língua estrangeira.

É necessário entender como as leis e tribunais brasileiros abordam os contratos internacionais, principalmente os acordos celebrados entre brasileiros e estrangeiros.

Essa questão é, portanto, uma pergunta comum tanto dos estrangeiros que celebram contratos a

serem executados no Brasil, quanto de empresários brasileiros que possuem contratos com empresas estrangeiras. A própria definição do art. 13 da Constituição Federal Brasileira estabelece que o idioma oficial do território brasileiro é a língua portuguesa. Assim, ainda que não existam proibições expressas para estrangeiros ou brasileiros celebrarem acordos a serem executados no Brasil em idioma não oficial, é necessário analisar os efeitos pretendidos em relação ao acordo para entender se serão considerados válidos quando redigidos somente em idioma diferente do português.

Na hipótese específica de necessidade registro de contrato em entidade pública brasileira, por exemplo, será obrigatória a tradução elaborada por um tradutor juramentado e o registro do documento original, em conjunto com a tradução juramentada. Assim determina o art. 148 da Lei de Registros Públicos.

As partes são livres para negociar os termos dos acordos, com a condição de que estejam em conformidade com as leis brasileiras. Dessa forma, pode-se defender que um acordo privado não necessariamente precisa ser redigido em português desde que não precise ser apresentado ou executável perante órgão público ou a Justiça brasileira. Em hipóteses diversas de apresentação do contrato em processos judiciais ou em que precisa ter “fé pública”, para produzir demais efeitos, os documentos devem, ao menos, possuir uma cópia aprovada redigida em língua portuguesa.

Em defesa da liberdade contratual, no entanto, parte dos juristas defende que não existe nenhum requisito legal para celebrar contratos somente em português. Há, nessa perspectiva, uma linha de aplicadores do direito, como Eduardo Amaral Gurgel Kiss<sup>1</sup>, que entende que não existe, na lei brasileira, um artigo específico que exija que os contratos sejam redigidos em português, ainda que celebrados no Brasil. Ainda assim, de acordo com o art. 435 do Código Civil, entende-se que em todos os instrumentos contratuais nacionais, isto é, todos

aqueles contratos firmados no Brasil, com previsão de execução ou cumprimento dentro do território brasileiro, independentemente do tipo de obrigação acordada, devem ser aplicadas as leis brasileiras em relação à sua forma e conteúdo.

É possível encontrar alguns casos de exceção na Jurisprudência, em que a tradução do documento é dispensada, desde que seja de fácil compreensão:

*RECURSO ESPECIAL. SEGURO DE AUTOMÓVEL. FRAUDE. INSTRUMENTO DE COMPRA E VENDA FIRMADO E REGISTRADO NO PARAGUAI QUATRO DIAS ANTES DO FURTO DO VEÍCULO. AUSÊNCIA DE TRADUÇÃO E DE REGISTRO NO BRASIL. POSSIBILIDADE DE UTILIZAÇÃO COMO MEIO DE PROVA.*

[...]

*II – Utilização, para este reconhecimento, de instrumento contratual, redigido em espanhol, de compra e venda do veículo segurado, firmado e registrado por terceiros, no Paraguai, quatro dias antes do furto noticiado.*

[...]

*IV - Como a ausência de tradução do instrumento de compra e venda, redigido em espanhol, contendo informações simples, não comprometeu a sua compreensão pelo juiz e pelas partes, possibilidade de interpretação teleológica, superando-se os óbices formais, das regras dos arts. 157 do CPC e 224 do CC/02.<sup>2</sup> (grifos nossos)*

---

1 - KISS, Eduardo Amaral Gurgel. Contratos assinados no Brasil podem ser em língua estrangeira?, Migalhas, 2011. Disponível em: <https://www.migalhas.com.br/depeso/126970/contratos-assinados-no-brasil-podem-ser-em-lingua-estrangeira>. Acesso em 29 de junho de 2023  
2 - BRASIL. Superior Tribunal de Justiça (3ª Turma). REsp 924992 / PR. Relator Ministro PAULO DE TARSO SANSEVERINO. Data de Julgamento: 19/05/2011.



PREMIUM FREEPIK

No entanto, essa não parece ser uma tendência e, ainda que haja espaço para discussões sobre a necessidade ou não da elaboração de contratos em língua portuguesa no Brasil, os aplicadores do direito tendem a considerar o seguinte ponto: para ser executável perante um tribunal brasileiro ou contra terceiros, o contrato precisa estar escrito em português ou possuir uma versão traduzida por tradutor juramentado para tal.

Assim, do ponto de vista prático, o mais prudente e menos custoso é que, desde a elaboração, o contrato já seja firmado em português ou em versão bicolunada, com uma coluna na língua estrangeira, e outra traduzida para o português. Essa seria a opção menos custosa tanto em termos monetários e de velocidade, como em questão de segurança jurídica de uma boa tradução.

Muitos responsáveis legais de empresas, por pensarem que não vão precisar levar o contrato para discussão perante um magistrado ou para executá-lo

contra terceiros, optam por não se preocuparem com essa tradução em um momento anterior a essa possível execução. No entanto, devido a um cenário de imprevisibilidade e pelo contrato ser justamente um título executável, é mais prudente que as partes já o elaborem pensando nessa possibilidade e nos gastos futuros com possíveis traduções juramentadas. Além disso, esse procedimento demandará tempo em um momento em que o empresário possivelmente já esteja com alguma urgência para executá-lo ou utilizá-lo como prova em processo judicial. A tradução prévia, portanto, parece ser a melhor opção para evitar situações emergenciais e maiores gastos no futuro. [RVN](#)



### Mariana Pinto de Magalhães\*

Advogada atuante na área de Contratos em Villaça & Nogueira Sociedade de Advogados, pós-graduação em processo civil pela FGV



PREMIUM FREEPIK

## O lado econômico das *Standard and Essential Patents*

Caíque Bueno Passolongo\*

Com a implantação da tecnologia 5G no mundo muito tem se falado sobre patentes de padrão e essenciais (do inglês SEP – *Standard and Essential Patents*). De maneira resumida, as chamadas SEP são patentes declaradamente relacionadas a alguma espécie de padronização tecnológica utilizada no mercado, por exemplo, citando nomes conhecidos, USB, HDMI, MPEG-4, Wi-Fi, 4G, 5G, além de muitas outras.

Normalmente, estas padronizações possuem inúmeras patentes relacionadas podendo pertencer a diferentes empresas que, para este propósito, atuam em conjunto por meio de um termo ou acordo celebrado entre elas. Para exemplificar, o padrão MPEG-4 Visual, muito utilizado para a reprodução de vídeos, possui uma relação de patentes pertencentes a 32 empresas distintas<sup>1</sup>.

A progressão tecnológica que estamos vivenciando pode ser visualizada, também, no aumento significativo do número de patentes declaradas como SEP nos últimos anos, como mostra o relatório “*Economic impact assessment on Standard Essential Patents (SEPs)*”<sup>2</sup>, trazendo o gráfico na próxima página.

Como estes padrões são adotados largamente no mercado, os detentores destas patentes são obrigados a licenciá-las nos termos FRAND (*Fair, Reasonable and Non-Discriminatory* – em tradução livre, Justo, Razoável e Não-discriminatório), o que significa, de maneira objetiva, que estes termos e valores empregados não podem ser predatórios e extremamente prejudiciais aos interessados, dando a possibilidade às outras companhias de utilizar destes padrões.

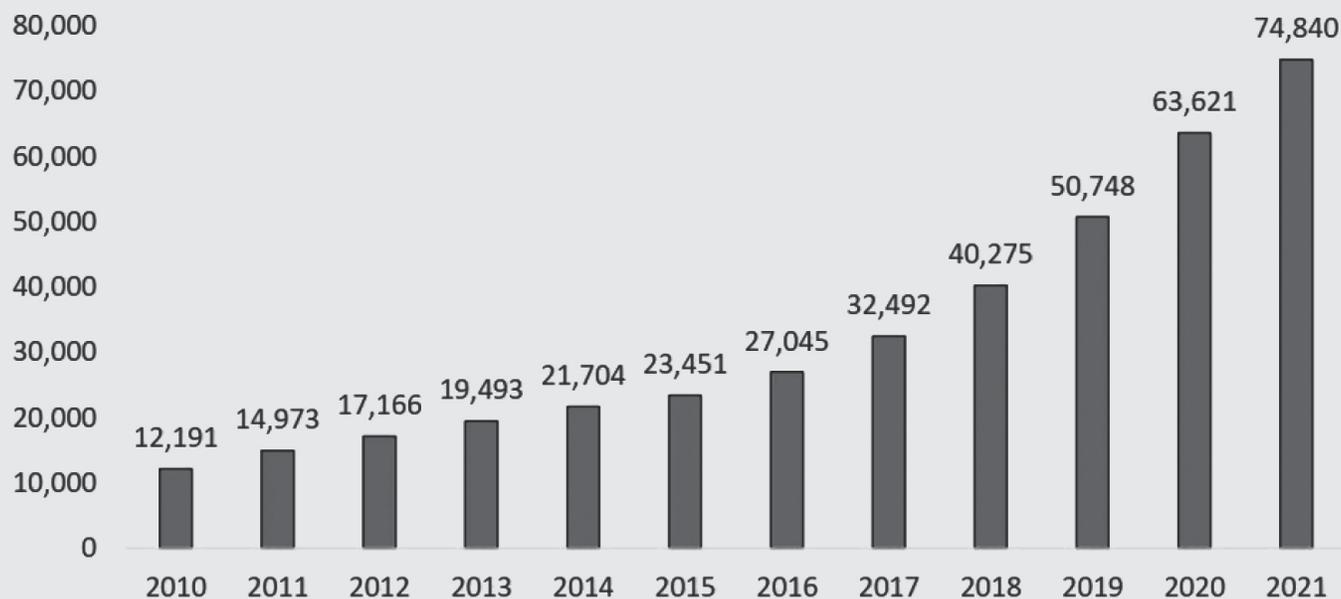
Certamente há muitas discussões sobre o quão justo, razoável e não-discriminatório os termos deste tipo de licenciamento podem ser.

Por exemplo, a Nokia, empresa finlandesa de telecomunicações, é uma grande usuária deste sistema, onde aproximadamente 40% da sua receita anual é proveniente de SEP – aproximadamente, £1,5 bilhões de euros (valores de 2021)<sup>3</sup>. A Huawei, gigante chinesa de telecomunicações, obteve uma receita de US\$ 560 milhões em 2022 com o licenciamento de suas patentes<sup>4</sup>. A sueca Ericsson, após uma renovação nos termos de licenciamento com a Huawei, prevê para 2023 uma receita de US\$ 1 bilhão de dólares com o licenciamento de suas propriedades intelectuais<sup>5</sup>.

Ainda falando em números, a maioria dos gestores ou detentores dos ativos intangíveis referentes a estas padronizações disponibiliza publicamente os termos e condições para quem se interesse em utilizá-las nos seus produtos e serviços. Voltando ao exemplo do MPEG-4 Visual, a cobertura vai desde os hardwares, possuindo encoders/decoders,

**“ Discussões à parte, fato é que esta modalidade tem trazido muitos retornos lucrativos para os detentores destas patentes essenciais ”**

até os protocolos e algoritmos para compressão e reprodução dos vídeos em players. Neste caso, os termos são divididos em 2 seções, sendo taxas voltadas para a comercialização de encoders e decoders e taxas voltadas para transmissões e reproduções de vídeos. Por exemplo, na comercialização de encoders e decoders, a partir da 50.001<sup>a</sup> unidade é cobrada uma taxa de US\$0,25/unidade. Nos sistemas de vídeos por assinatura (como serviços de streaming), é cobrada uma taxa anual com base na quantidade de assinantes<sup>1</sup>.



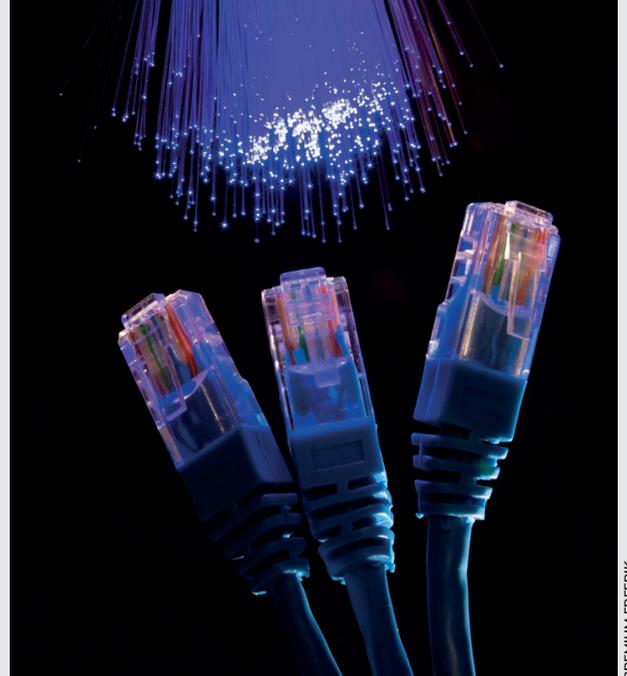
Fonte: Economic impact assessment on Standard Essential Patents (SEPs)

Em outro exemplo, a geração Wi-Fi 6 propõe em seus termos uma taxa de US\$ 0,60 para cada produto eletrônico que utilize deste padrão. Uma taxa específica é cobrada para os chamados Access Points, onde a tarifa padrão chega a US\$ 3,60 por unidade<sup>6</sup>. Neste caso, em específico, as outras gerações do Wi-Fi 1-5 também devem ser consideradas, já que alguns dos protocolos e tecnologias das outras gerações servem como base para a implementação da geração 6.

No setor de veículos também existem diversos padrões que são utilizados. Um deles é o chamado Protocolo CAN (*Controller Area Network*). Este protocolo permite a comunicação entre os diversos componentes eletrônicos do veículo, como os microcontroladores que operam sensores, câmeras de ré, multimídia, ar-condicionado digital, etc. A Bosch é a detentora/gestora das patentes relacionadas ao Protocolo CAN, disponibilizando em seu site os termos de licenciamento para esta tecnologia, que são, basicamente, um pagamento único de EUR 2.500,00 para as 10 mil primeiras unidades e, para o volume excedente, royalty de 1% no valor de venda de cada produto<sup>7</sup>.

As estações de carregamento para veículos elétricos também possuem várias padronizações, como o tipo de conector, os controles eletrônicos de carregamento, conversores AC-DC e a comunicação (dados) entre veículo e estação. O termo de licenciamento disponibilizado apresenta diferentes categorias e valores que variam de acordo o tipo de produto que será comercializado, seja no veículo elétrico ou na própria estação de carregamento. No caso, por exemplo, de estações de carregamento por corrente alternada (AC), a taxa é cobrada com base na quantidade de conexões com veículos, sendo US\$ 5,00 para a primeira conexão e US\$ 3,00 para cada conexão adicional<sup>8</sup>.

Inúmeros outros exemplos ainda podem ser citados, mas fato é que diante de todas essas informações, podemos ver como as patentes, e as propriedades intelectuais no geral, podem agregar economicamente para os seus detentores e, ainda,



PREMIUM FREPIK

de diferentes formas. Citando John Palfrey, de maneira mais abrangente, a propriedade intelectual é uma forma de descrever o que as pessoas de uma organização sabem e são capazes de fazer, e seu uso pode ir muito além do convencional “*sword-and-shield*” (em tradução livre, “escudo-e-espada), se tornando um ativo da sua empresa. **RVN**

## REFERÊNCIAS

- 1 <https://www.via-la.com/licensing-2/mpeg-4-visual/>, acessado em 28/09/2023.
- 2 European Commission, Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs, Baron, J., Arque-Castells, P., Leonard, A. et al., Economic impact assessment on Standard Essential Patents (SEPs) – Support study, Publications Office of the European Union, 2023.
- 3 <https://www.reuters.com/business/media-telecom/nokia-says-draft-eu-patent-rules-one-sided-will-undermine-europe-2023-04-25/>, acessado em 28/09/2023.
- 4 <https://www.huawei.com/en/news/2023/7/ipr-innovation-horizon>, acessado em 28/09/2023.
- 5 <https://www.reuters.com/markets/deals/ericsson-huawei-renew-patent-cross-licensing-deal-2023-08-25/>, acessado em 28/09/2023.
- 6 <https://www.sisvel.com/licensing-programmes/Wi-Fi/wifi-6/#tab-licence-terms>, acessado em 29/09/2023.
- 7 <https://www.bosch-semiconductors.com/ip-modules/can-protocol-license/>, acessado em 29/09/2023.
- 8 <https://www.via-la.com/licensing-2/ev-charging/ev-charging-license-fees/>, acessado em 29/09/2023.



DIVULGAÇÃO

## Caíque Bueno Passolongo\*

Colaborador em Remer Consultores, engenheiro eletricista, mestrando em sistemas eletrônicos e atua em consultoria na área de Patentes, Desenhos Industriais e Gestão de Projetos de Inovação.

# Os desafios do direito autoral e inteligência artificial no Brasil

Alexandra Turchetto Vilela de Andrade\*



PREMIUM FREEPIK

Que a inteligência artificial (IA) está cada dia mais presente em nosso cotidiano, isso é inquestionável. Seja em nossos aplicativos de celulares; nos assistentes de voz como Siri®<sup>1</sup> e Alexa®<sup>2</sup>; em nossas Smart TVs; nas sugestões de filmes e séries nas plataformas de streamings que são personalizadas conforme nossas preferências, essa tecnologia já está presente.

Mas, o que é a IA, além de ser uma das áreas mais em evidência e em rápida expansão na tecnologia atual? Segundo João Gabriel Oliveira, head de tecnologia da Ideen e top voice no LinkedIn, “inteligência artificial é um conceito da programação, da área da computação, que representa a capacidade de criar algoritmos para que as máquinas consigam fazer

interpretação de dados e aprender, a partir dessa interpretação, a utilizar o aprendizado para resolver algumas tarefas e agir de uma maneira muito próxima a como o ser humano age, como pensa, como ele analisa, raciocina, como ele aprende e, a partir disso, a tomar decisões de uma maneira lógica”.<sup>3</sup>

1 - Marca registrada de Apple Inc.

2 - Marca registrada de Amazon Technologies, Inc.

3 - MENESES, Amanda. O que é inteligência artificial e principais exemplos dessa tecnologia. Investnews, 2023. <https://investnews.com.br/guias/inteligencia-artificial/#:~:text=O%20que%20%C3%A9%20intelig%C3%A2ncia%20artificial,-Jo%C3%A3o%20Gabriel%20Oliveira&text=Segundo%20ele%2C%20esse%20%C3%A9%20um,capacidade%20da%20intelig%C3%A2ncia%20artificial%20aprender.> Acesso em 03/10/2023.

Sendo a IA uma ferramenta capaz de realizar da mais simples a mais complexa tarefa que exige a inteligência humana, substituindo, muitas vezes, pessoas em sua execução, passamos a ter uma série de questões legais e éticas em todo mundo. Dentre as questões legais, quando se trata de Direito Autoral e IA, as complexidades são ainda mais evidentes, já que uma das questões mais controvertidas atualmente diz respeito à autoria das obras intelectuais geradas por sistemas de IA.

No Brasil, a Lei de Direitos Autorais (Lei nº 9.610/98) estabelece que são obras intelectuais protegidas as criações de espírito, originais e criadas por uma pessoa física. Nessa mesma linha, a maioria dos países entendem que, sendo uma criação do intelecto humano, somente obras intelectuais criadas por um humano podem ser protegidas pelo Direito Autoral. No entanto, a IA é capaz de gerar artigos, jogos, músicas, imagens e outros tipos de conteúdo, levantando a questão de quem deve ser considerado o autor quando a criatividade é uma contribuição da máquina.

Não obstante uma corrente considerar que a proteção não se aplica a obras geradas por sistemas de IA, pois o criador não é um humano, pesa como crítica que referidas obras seriam, portanto, de do-

mínio público, ou seja, poderiam ser reproduzidas, distribuídas, traduzidas, publicadas ou adaptadas sem a necessidade de autorização, o que seria um desestímulo aos desenvolvedores das tecnologias, já que não teriam exclusividade para explorar comercialmente referidas obras.

Uma outra corrente sustenta que cada caso deverá ser analisado de forma singular, levando em consideração que a proteção ou não dependerá do nível de contribuição e ingerência artística e criativa do ser humano na criação da obra, para que se possa concluir que este foi o seu criador.

O fato é que, considerando que nossa Lei de Direitos Autorais qualifica como obra intelectual toda aquela criação intelectual que é resultante de uma criação do intelecto humano, revestindo-se de originalidade, inventividade e caráter único, obras geradas por sistemas de IA não estão passíveis de proteção.

Dois outros pontos complexos, cuja ausência de uma legislação específica torna o ambiente legal ainda mais desafiador, são, de quem é a responsabilidade pela violação dos Direitos Autorais em obras geradas pela IA? Da pessoa que utilizou a ferramenta? Da empresa que disponibilizou a IA? Ou do programador que usou obras de terceiros para o treinamento do algoritmo? O segundo ponto é o di-



## Algumas decisões Internacionais:

**Estados Unidos:** Generative Artificial Intelligence: US Copyright Office denies registration. STEIN, Anna Maria. The IPKat, 2023. <https://ipkitten.blogspot.com/2023/03/generative-artificial-intelligence-us.html>. Acesso em 03/10/2023.

**Estados Unidos:** AI-Created Art Isn't Copyrightable, Judge Says in Ruling That Could Give Hollywood Studios Pause. A federal judge on Friday upheld a finding from the U.S. Copyright Office that a piece of art created by AI is not open to protection. CHO, WINSTON. The Hollywood Reporter, 2023. <https://www.hollywoodreporter.com/business/business-news/ai-works-not-copyrightable-studios-1235570316/>. Acesso em 03/10/2023.

**União Europeia:** In Europe, the Court of Justice of the European Union (CJEU) has also declared on various occasions, particularly in its landmark Infopaq decision (C-5/08 Infopaq International A/S v Danske Dagbaldes Forening), that copyright only applies to original works, and that originality must reflect the “author’s own intellectual creation.” This is usually understood as meaning that an original work must reflect the author’s personality, which clearly means that a human author is necessary for a copyright work to exist. GUADAMUZ, Andres. Artificial intelligence and copyright. WIPO Magazine, 2017. [https://www.wipo.int/wipo\\_magazine/en/2017/05/article\\_0003.html](https://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2017/05/article_0003.html). Acesso em 03/10/2023

reito moral do autor, que une o autor a sua criação espiritual de forma indissociável como emanção da sua personalidade. Sendo a IA autora da obra, como se esse direito se aplicaria?

Sim, muitos desafios e dilemas. E poucas respostas.

No entanto, temos que reconhecer que a interação entre Direito Autoral e IA já é uma realidade, havendo uma necessidade premente de atualizar nossas leis para equilibrar a proteção dos Direitos Autorais com o avanço da IA.

E não podemos deixar de mencionar que o Brasil pode e deve ainda aprender com as experiências de outros países que já estão enfrentando esses desafios, como no Reino Unido, que confere a autoria da obra intelectual gerada por sistema de IA “a pessoa por quem são tomadas as providências necessárias à criação da obra”<sup>4</sup>, garantindo, desta forma, que as empresas continuem a investir

na tecnologia, seguras de que obterão um retorno do seu investimento.

O que sabemos é que até que os nossos tribunais e/ou legisladores normatizem as controversas que envolvem o Direito Autoral e a IA, estaremos longe de um entendimento homogêneo. **RVN**

---

### REFERÊNCIAS

HIGÍDIO, José. ROBÔS FAZEM ARTE: Direito autoral de obras criadas por IA é problema ainda muito longe de solução. Consultor Jurídico, 2022. <https://www.conjur.com.br/2023-jul-17/direito-autoral-obras-criadas-ia-problema-ainda-longo-solucao>. Acesso em 03/10/2023.

GUADAMUZ, Andres. Artificial intelligence and copyright. Wipo Magazine, 2017. [https://www.wipo.int/wipo\\_magazine/en/2017/05/article\\_0003.html](https://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2017/05/article_0003.html). Acesso em 03/10/2023.



DIVULGAÇÃO

### Alexandra Turchetto Vilela de Andrade\*

Advogada em Villaça & Nogueira Sociedade de Advogados, atua na área de Marcas, Direito Autoral, Contratos e Averbação de Contratos de Transferência de Tecnologia

---

4 - Copyright, Designs and Patents Act 1988. <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/1988/48/section/9>

# O que esperar da futura Lei das Fake News?



PREMIUM FREEPIK

Como não existem regras que garantam que as redes sociais e os serviços de mensagens privadas sejam transparentes, o Senado Federal está discutindo um projeto de lei (PL 2630/2020) para combater a desinformação e promover a transparência sobre conteúdos pagos.

Se o projeto for aprovado, as empresas que oferecem esses serviços, chamadas provedores de aplicação, e que tenham mais de dois milhões de usuários no Brasil, terão que seguir as regras mesmo se forem sediadas no exterior, mas tiverem filiais no país. O último andamento do Projeto de Lei aconteceu em

maio de 2023, quando foi distribuído para as Comissões de Comunicação, Finanças e Tributação e para a Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania.

O Projeto de Lei traz, no artigo 4º, conceitos importantes para categorizar os provedores de aplicação e os serviços prestados (veja trechos do texto nos boxes) e aponta, já em seu artigo 5º, a responsabilidade dos provedores de aplicação no combate à circulação de informações inverídicas e, de imediato, veta contas inautênticas ou conteúdos patrocinados cujos titulares não sejam possíveis de identificar, por exemplo.

Aliás, a preocupação do Legislador é tanta com a circulação correta de informações que, nos artigos 6º e 7º, estipulou a publicação de relatórios pelas empresas do ramo, em seus domínios eletrônicos, a cada trimestre, com dados relevantes acerca de suas operações. E nesta lista, há dois pontos, que a meu ver, são de extrema relevância: a estrutura utilizada para combater a desinformação e a relação de conteúdos patrocinados (com dados do patrocinador, valor investido e o público-alvo).

Isto porque, como é de conhecimento, a depender da parcela da sociedade que se queira atingir, a circulação de notícias não verdadeiras pode alcançar menor ou maior público e ser menos ou mais compartilhado.

Embora não haja detalhes de como cada provedor de aplicação deva se estruturar neste sentido, é de se lembrar que as empresas conseguem identificar a pessoa física ou jurídica que realizou a postagem ou a compartilhou utilizando-se de serviços de mensagens.

Da mesma forma, com dados também obtidos no momento do pagamento de conteúdos patrocinados, é possível chegar ao patrocinador (ou intermediário), já que estes pagamentos são feitos, mui-

**“ Longa é a lista de obrigações estipuladas às empresas, que está acompanhada dos tipos de sanções que podem ser aplicadas a quem descumprir as normas ”**

tas vezes, com o uso de cartão de crédito e dados do seu titular. Na forma de boleto ou PIX, há a identificação da conta bancária daquele que o quitou.

Ainda no combate à desinformação o Projeto de Lei, em seu artigo 9º, também estabelece os limites a serem observados pelas empresas, de forma a não ferir as garantias constitucionais estabelecidas no artigo 5º da *Carta Magna*, sobretudo a liberdade de expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença – conforme consta em seu inciso IX.

No mais, com relação à transparência dos dados dos conteúdos patrocinados, o Projeto de Lei entende obrigatória a disposição de informações acerca de todos os conteúdos patrocinados com os quais o

### **Trecho do artigo 4º do PL 2630/2020:**

*“III - conta: qualquer acesso à aplicação de internet concedido a indivíduos ou grupos e que permita a publicação de conteúdo; IV - conta inautêntica: conta criada ou usada com o propósito de disseminar desinformação ou assumir identidade de terceira pessoa para enganar o público;*

*V - conta inautêntica: conta criada ou usada com o propósito de disseminar desinformação ou assumir identidade de terceira pessoa para enganar o público;*

*V - disseminadores artificiais: qualquer programa de computador ou tecnologia empregada para simular, substituir ou facilitar atividades de humanos na disseminação de conteúdo em aplicações de internet;*

*(...)*

*VII - conteúdo: dados ou informações, processados ou não, que podem ser utilizados para produção e transmissão de conhecimento em sentido amplo, contidos em qualquer meio, suporte ou formato, compartilhados em uma aplicação de internet, independentemente da forma de distribuição, publicação ou transmissão utilizada pela internet; VIII - conteúdo patrocinado: qualquer conteúdo criado, postado, compartilhado ou oferecido como comentário por indivíduos em troca de pagamento pecuniário ou valor estimável em dinheiro;”*

## Extraído dos artigos 6º e 7º do PL 2630/2020:

- a) o número de contas registradas nas plataformas das operadoras, no Brasil, e número de usuários brasileiros ativos no período analisado;
- b) o número de contas inautênticas que foram removidas da rede;
- c) o número de disseminadores artificiais, conteúdos, conteúdos patrocinados não registrados no provedor de aplicações que foram removidos da rede ou tiveram o alcance reduzido, com classificação do tipo de comportamento inautêntico e número de visualizações;
- d) tempo entre o recebimento das reclamações pelo provedor de aplicação e a resposta dada, discriminado de acordo com o prazo para resolução da demanda;

usuário teve contato, a cada seis meses, com identificação do conteúdo pago ou promovido, dados do patrocinador e público-alvo, especialmente.

Longa é a lista de obrigações estipuladas às empresas, que está acompanhada dos tipos de sanções que podem ser aplicadas a quem descumprir as normas. Neste sentido, há previsão de sanções cíveis, criminais ou administrativas, no artigo 28 e incisos, que vão desde advertência ou multa, até a suspensão ou proibição de exercício das atividades no Brasil, a depender da gravidade do fato ou se a empresa é reincidente na falta de observação das normas dispostas no Projeto de Lei. **RVN**

DIVULGAÇÃO



**Tereza Raquel Thomazini\***

Coordenadora Jurídica  
em Villaça & Nogueira  
Sociedade de Advogados.



PREMIUM FREEPIK

DIVULGAÇÃO



### Uma questão de Química – (Lessons In Chemistry) EUA, 2023

**Onde:** Apple TV  
**Criação:** Lee Eisenberg  
**Elenco:** Brie Larson, Lewis Pullman, Aja Naomi King

Em minissérie ambientada nos Estados Unidos dos anos 50, Elizabeth Zott (Brie Larson) é uma cientista brilhante constantemente ofuscada pela sociedade machista da época. Ao ser obrigada a deixar a carreira acadêmica, se torna apresentadora de um programa de culinária de sucesso no qual ensina receitas, ciência e inspira outras mulheres.

DIVULGAÇÃO



### Máfia da Dor (Pain Hustlers) EUA, 2023

**Onde:** Netflix  
**Direção:** David Yates  
**Elenco:** Emily Blunt, Chris Evans, Andy Garcia

Quando Liza Drake (Emily Blunt), uma mãe solo com problemas financeiros, conhece um empresário (Andy Garcia) que está desenvolvendo um novo analgésico, ela se convence que o remédio pode ser uma saída para a epidemia de opioides nos Estados Unidos – ao mesmo tempo para sua situação financeira. Baseado em elementos reais, é um ótimo drama sobre ganância, corrupção e excessos.

DIVULGAÇÃO



### Tetris (Tetris) Reino Unido, 2023

**Onde:** Apple TV  
**Direção:** Jon S. Baird  
**Elenco:** Taron Egerton, Nikita Efremov, Toby Jones

Misturando temas como a Guerra Fria, Propriedade Intelectual, criatividade e negócios, Tetris conta a história do vendedor de jogos Henk Rogers, que viaja para a União Soviética em busca de novos títulos para a empresa que representa. Lá, ele conhece Alexey Pajitnov, um jovem engenheiro que criou um jogo de quebra-cabeça chamado Tetris. Para levar o jogo para o mundo, eles precisam lidar com a burocracia da União Soviética, com a desconfiança dos americanos e com a concorrência de outros desenvolvedores de jogos.

DIVULGAÇÃO



### Indústria Americana (American Factory) EUA, 2019

**Onde:** Netflix  
**Criação:** Steven Bognar, Julia Reichert  
**Elenco:** Vários

O documentário Indústria Americana narra o processo de reabertura de uma fábrica de autopeças na cidade de Moraine, Ohio, nos Estados Unidos. Fechada pela General Motors em 2008, deixando milhares de pessoas desempregadas, é comprada por um bilionário chinês, Cao Dewang, que decide reabri-la. Com uma narrativa envolvente, o documentário vencedor do Oscar, é uma ótima opção para quem quer entender os desafios da indústria americana no século XXI. [RVN](#)



## Legal

Serviços de estratégia jurídica, com destaque para as áreas: Comercial/Empresarial, Propriedade industrial (patentes, marcas, desenhos industriais, cultivares), direito autoral, design, Publicidade, Fashion Law, estratégia jurídica de negociação de intangíveis, consultivo contratual e compliance. Suporte à aquisição, licenciamento ou venda de intangíveis, seu enforcement e/ou negociação. Desenho de estratégias de proteção e/ou condução de litígios envolvendo intangíveis e causas comerciais complexas. Nas áreas da Saúde e Biociências, temos grande expertise e equipe especializada há mais de 15 anos, prestando serviços de Business Support para grandes players desta indústria (Multinacionais e Nacionais), bem como suporte à gestão da Inovação para Universidades, ICTs, incluindo a estruturação de políticas, elaboração de contratos e outras ferramentas relevantes.



## Consult

Serviços de suporte a P,D&I: departamentos de criação, design, pesquisa, engenharia e/ou desenvolvimento. Suporte em Engenharia de Patentes. Serviços consultivos relacionados a marcas, patentes, cultivares, desenhos industriais, softwares, bem como sua preparação, depósito e processamento no Brasil e no exterior. Gerenciamento proativo de portfólio de PI, pareceres técnicos e exigências. Análise técnica de produtos ou processos de terceiros. Elaboração de pareceres sobre validade (validity) e oponibilidade (enforceability) de direitos de propriedade intelectual; relatórios de liberdade de uso de comercialização (FTO ou market clearance). Valoração e precificação de marcas e patentes, suporte em negociação.



## Intel

Engenharia de Patentes. Mapeamento tecnológico e projeção tecnológica. Estudos de Mercado. Modelagem de negócios com base em instrumentos de Inteligência Competitiva e de monetização de intangíveis. Suporte para o alinhamento das capacidades de desenvolvimento com oportunidades de mercado. Suporte estratégico em gestão de projetos. Desenvolvimento de capacidade de Inovação. Treinamento de Times de Inovação.



## Educ

Cursos, Palestras, Treinamentos In House e Elaboração de Material Educativo, relacionados à Gestão da Inovação e/ou Propriedade Intelectual, destinados a diversas áreas (e.g., P,D&I; Marketing; departamentos de criação, design, pesquisa, engenharia e/ou desenvolvimento, jurídico e/ou áreas de negócios).



# REMER VILLAÇA & NOGUEIRA

[remer.com.br](http://remer.com.br)

## São Paulo

Rua Pe. João Manuel, 755, 9º andar / cj 92  
Jardins 01411-001 - SP  
T +55 11 3087 8200

## Rio de Janeiro

Rua da Assembléia, 10, 26º andar / cj 2604  
Centro 20011-901 - RJ  
T +55 21 3231 9062