

PROPRIEDADE INTELLECTUAL PARA EMPREENDEDORES



ORGS.

**Beatriz Fernandes Genaro
Débora Araújo Lopes**

COAUTORES:

Guilherme Lula Pagani
Igor Manzan
José Castelani
Lara Forte Mota
Livia França Silva Leon
Marcelo Porto
Maria Cláudia Garcia
Priscila Mourão Rodrigues
Rochelle Barbosa Andrade de Sousa
Virgínia G. Fagury Barros Maluf



BRAZIL PUBLISHING

Conselho Editorial Internacional

Presidente: Prof. Dr. Rodrigo Horochovski	(UFPR – Brasil)
Prof ^a . Dra. Anita Leocadia Prestes	(ILCP – Brasil)
Prof ^a . Dra. Claudia Maria Elisa Romero Vivas	(UN – Colômbia)
Prof ^a . Dra. Fabiana Queiroz	(Ufla – Brasil)
Prof ^a . Dra. Hsin-Ying Li	(NTU – China)
Prof. Dr. Ingo Wolfgang Sarlet	(PUC/RS – Brasil)
Prof. Dr. José Antonio González Lavaut	(UH – Cuba)
Prof. Dr. José Eduardo Souza de Miranda	(UniMB – Brasil)
Prof ^a . Dra. Marília Murata	(UFPR – Brasil)
Prof. Dr. Milton Luiz Horn Vieira	(Ufsc – Brasil)
Prof. Dr. Ruben Silvio Varela Santos Martins	(UÉ – Portugal)



Comitê Científico da área Ciências Sociais Aplicadas

Presidente: Prof. Dr. Rodrigo Kanayama	(UFPR – Direito)
Prof ^a . Dra. Ana Cristina Salviato Silva	(Unifae – Administração)
Prof. Dr. Luís Alberto Monteiro de Barros	(Ufpa – Administração)
Prof. Dr. Jorge Alberto Ramos Da Silva	(FGV/RJ – Direito)
Prof. Dr. Ilton R. Filho	(UFPR – Direito)
Prof. Dr. José R. G. Cella	(Imed – Direito)
Prof. Dr. Edemar Amaral Cavalcante	(UFMG – Educação)
Prof. Dr. Gilberto Fachetti Silvestre	(Ufes – Direito)
Prof ^a . Dra. Margareth Vetis Zaganelli	(Ufes – Direito)
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares	(PUC/MG – Direito)

Débora Araújo Lopes
Beatriz Fernandes Genaro
(Organizadoras)

PROPRIEDADE INTELECTUAL PARA EMPREENDEDORES



BRAZIL PUBLISHING



© **Brazil Publishing Autores e Editores Associados**
Rua Padre Germano Mayer, 407
Cristo Rei - Curitiba, PR - 80050-270
+55 (41) 3022-6005



Associação Brasileira de Editores Científicos
Rua Azaleia, 399 - Edifício 3 Office, 7º Andar, Sala 75
Botucatu, SP - 18603-550
+55 (14) 3815-5095



Associação Brasileira de Normas Técnicas
Av. Treze de Maio, 13, 28º andar
Centro - RJ - 20031-901
+55 (21) 3974.2324



Câmara Brasileira do Livro
Rua Cristiano Viana, 91
Pinheiros - SP - 05411-000
+ 55 (11) 3069-1300

Comitê Editorial

Editora-Chefe: Sandra Heck
Editor-Superintendente: Valdemir Paiva
Editora Científica: Kelly Miranda
Editor-Coordenador: Everson Ciriaco
Diagramação e Projeto Gráfico: Rafael Chiarelli
Arte da Capa: Paula Zettel
Revisão de Texto: Os autores

DOI: 10.31012/ 978-65-5861-296-4

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Bibliotecária: Maria Isabel Schiavon Kinasz, CRB9 / 626

P965	Propriedade intelectual para empreendedores [recurso eletrônico] / organização de Débora Araújo Lopes, Beatriz Fernandes Genaro – 1.ed. - Curitiba: Brazil Publishing, 2021.
	Vários colaboradores ISBN 978-65-5861-296-4
	1. Propriedade intelectual. 2. Propriedade industrial. 3. Empreendedorismo. 4. Direitos autorais. I. Lopes, Débora Araújo (org.). II. Genaro, Beatriz Fernandes (org.).
	CDD 346.048 (22.ed) CDU 347.77



[1ª edição – Ano 2021]
www.aeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

Gabriela Barreto¹

A Associação Internacional Law Talks foi criada para fazer a diferença na sociedade, também na classe jurídica e áreas afins. Através de um trabalho inovador, criativo e diferenciado, unindo o amor ao Direito e o interesse pela informação, inovação, tecnologia, empreendedorismo, visando a construção de um mundo cada vez mais sustentável.

Idealizada por mim, advogada cearense, após a leitura do livro Ted Talks, no vôo de viagem ao Rio de Janeiro para uma imersão jurídica, não existia na época o formato TedX no Direito.

Uma rede de profissionais, além do Direito, para assim incentivar o associado a desenvolver habilidades inovadoras, utilizando como fontes as novas tecnologias, a visão empreendedora global e a informatização de valor, com pólos espalhados nacionalmente e internacionalmente, em todos Estados do Brasil, bem como os países da Alemanha, Espanha, Estados Unidos, Israel, Itália, Inglaterra, Portugal, Holanda.

A associação busca engajar seus membros por meio do crescimento pessoal e profissional, promovendo a integração dos associados, através da capacitação profissional, realização de

¹ Founder e Presidente da Associação Internacional de Advogados Law Talks

curiosos, palestras, eventos de debates presenciais e online, posts, artigos, e-books, livros, direcionando o profissional do presente a ingressarem ou reestruturarem sua carreira com maestria.

Ações sociais são um ponto forte da Law Talks. Aproximar a classe jurídica de causas sociais é o que renova os valores da associação, tornando-a parte da sociedade diminuindo as barreiras e diferenças que assolam nossa empatia, capacidade de se reconhecer no outro.

Apóia e tem como meta que sejam repensadas e efetivadas a solidariedade e a função social dos operadores, através de campanhas educativas, ações sociais pelo Brasil e mundo afora, desenvolvendo assim uma grande corrente do bem, através da nossa bandeira de ADVOCACIA EMPREENDEDORA HUMANITÁRIA.

Para integrar a Law Talks é indispensável entender que trabalhar com aspectos sociais é um passo importante para desenvolver o papel essencial do advogado na sociedade.

Sua missão também é promover conteúdos de excelência para jovens advogados almejantes à ascensão na carreira, bem como para advogados experientes que desejam se reinventar, a fim de impactar o mundo jurídico e fomentar um ecossistema de profissionais diferenciados.

Sua visão é ser referência em âmbito nacional e internacional no compartilhamento de conteúdo jurídico voltado principalmente para advogados empreendedores, incentivando a prática da função social da advocacia, unindo os valores de ética, empatia, respeito, comprometimento e superação.

Os debates principais da Law Talks Brasil encontram-se com a interdisciplinaridade entre 5 (cinco) Grupos Temáticos: Direito e Novas Tecnologias, Marketing Jurídico, Alta Performance, Compliance e Gestão de Escritórios. E, ainda, cerca de 20 subgrupos, os grupos de estudos, com o objetivo de manter estudo aprofundado de temas de relevância para a comunidade

profissional e de acordo com o momento disruptivo que vivemos, sempre desenvolvendo as novas tendências, como Fashion Law; Empreendedorismo Feminino; Empreendedorismo; Propriedade Intelectual; Compliance Empresarial e Público; Compliance Trabalhista; Direito Sistêmico; Direito de Startup Nacional e Internacional; Jornalismo e Comunicação Jurídica; Lei Geral de Proteção de Dados; Direito Médico; Cybercrimes; Responsabilidade Civil e Tecnologia; Internacionalização da Advocacia; Direitos Humanos; Inteligência Artificial. E estão em construção os coletivos de Blockchain; Legal Design; Direito Aeronáutico, e IoT (Inteligência das coisas).

Cada grupo temático tem uma proposta contendo o assunto a ser estudado, bem como a indicação de um coordenador e do cronograma de eventos periódicos. Tais coletivos têm o objetivo de gerar e disseminar conhecimentos, proporcionar o intercâmbio de experiências entre seus associados e ampliar relacionamentos, contribuindo para o crescimento da classe.

Proporcionar aos associados da Law Talks a participação em atividades de estudos distintas do cotidiano profissional, fomentar o debate de temáticas específicas dentro dos nichos existentes, incentivar a produção acadêmica a partir dos temas estudados e integrar associados, reunindo grupos com interesses acadêmicos e profissionais em comum são mais algumas das ações que a associação traz para seus associados.

A Law Talks fornece todo apoio para a elaboração do planejamento, operação e manutenção dos grupos, contribuindo para a consolidação e perenidade de cada um. Para orientar e favorecer os trabalhos, a Associação oferece apoio à infraestrutura (predominantemente tecnológica); suporte às reuniões; rede de contatos; estrutura para fórum de discussão; espaço na página no site, redes sociais como instagram, facebook, linkedin, youtube, entre outros.

É um desafio inovar em ambientes tradicionais, além do conservadorismo e da resistência da classe jurídica às mudanças, investir em uma cultura nova ou implementar ideias revolucionárias podem envolver vários fatores como momento profissional, descoberta pessoal, perfil ou até mesmo necessidade. O importante é lembrar que a inovação é um processo iniciado por pessoas, que raramente começa de forma institucional, assim foi entre a Law Talks e eu, para só depois ser institucionalizada e expandida.

Desejo vida longa à Associação Internacional Law Talks, que juntos possamos construir um novo mundo!

SUMÁRIO

O QUE É PROPRIEDADE INTELECTUAL	10
<i>Maria Cláudia Garcia</i>	
NOME EMPRESARIAL, NOME FANTASIA, DOMÍNIO E MARCA.17
<i>Livia França Silva Leon</i>	
PATENTE NÃO É MARCA	23
<i>Rochelle Barbosa Andrade de Sousa e Virgínia G. Fagury Barros Maluf</i>	
APONTAMENTOS SOBRE O REGISTRO DE MARCA NO INPI31
<i>Marcelo Porto</i>	
DIREITOS AUTORAIS NA INTERNET.	36
<i>Lara Forte Mota</i>	
O USO DE FOTOS NA INTERNET.41
<i>Guilherme Lula Pagani</i>	
USO DE TEXTOS E CONTEÚDOS NA INTERNET	48
<i>Igor Manzan</i>	
USO DE IMAGEM NA INTERNET	53
<i>Priscila Mourão Rodrigues</i>	
PROTEÇÃO DE SOFTWARE E APLICATIVO	60
<i>Débora Araujo Lopes</i>	
A PREOCUPAÇÃO COM A PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS	65
<i>José Castellian Paulino e Livia França Silva Leon</i>	
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	74

O QUE É PROPRIEDADE INTELECTUAL

Maria Cláudia Garcia¹

O direito de propriedade surge junto às civilizações mais antigas, inicialmente ligado ao direito de moradia que era representado como a posse dos homens sobre as terras. Sua exata origem é indicada em diferentes teorias: algumas afirmam ser ela parte da natureza humana, vinda do simples ato de ocupação, outras a reconhecem como originada da lei, de maneira imposta; e, em outra concepção, pode ser vista como o resultado do esforço do trabalho.

Durante a evolução da história, essa noção de propriedade sofreu as influências dos tempos, crenças e governos existentes, estando em momentos vinculada à religião, em outros ao poder político, como nos feudos e monarquias, e, ainda à luta pela igualdade social, quando da Revolução Francesa e no período Pós-Guerra.

¹ Maria Claudia Garcia, advogada inscrita na Ordem dos Advogados do Brasil nas seções de São Paulo, especialista em Propriedade Intelectual, Direito do Entretenimento e Mídia pela Escola Superior da Advocacia da OAB/SP, membro da Comissão de Propriedade Intelectual da Ordem dos Advogados do Brasil - São Paulo - Subseção Jabaquara/Saúde, integrante do grupo nacional de estudos em Propriedade Intelectual da Law Talks, sócia da Freitas Lins Sociedade de Advogados. E-mail: mclaudia@flinsadvogados.com.br.

A Propriedade já foi conceituada como um direito inviolável, sagrado e inatingível, exercido sem limitações ou restrições, porém, o passar do tempo revelou uma busca por uma sociedade mais justa e equilibrada, fazendo esse direito ser relativizado pelo Estado em prol do equilíbrio entre o individual e o coletivo.

Em nosso país, a Propriedade é um direito fundamental do cidadão, previsto na Constituição Federal em seu artigo 5º, que também determina que seu exercício seja feito com respeito à sua função social:

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

(...)

XXII - é garantido o direito de propriedade;

XXIII - a propriedade atenderá a sua função social;

Se reconhece na Propriedade o exercício do direito do proprietário de usar (extrair os benefícios ou vantagens), gozar (retirar suas utilidades econômicas), dispor (possibilidade de se desfazer) e reivindicar (recuperar e restaurar) seu patrimônio.

O patrimônio é o conjunto de bens materiais ou imateriais pertencentes a um titular, seja ele um indivíduo ou uma pessoa jurídica.

Os bens materiais, ou corpóreos, são mais facilmente reconhecidos pelos seus proprietários, até mesmo por sua constituição física, vez que podem ser vistos e tocados. Como exemplo podem ser citadas as casas, terrenos, carros, livros, equipamentos eletrônicos e mobiliário.

Já os bens imateriais, ou incorpóreos, nem sempre são reconhecidos por seus titulares, são criações intelectuais conside-

radas existentes de forma não atrelada a um suporte físico, porém possuem valor econômico. Como exemplo podem ser citadas as músicas (melodia, letra e arranjo), fotografias, desenhos, pinturas, esculturas, programas de computador, marcas (logotipos, nomes), patentes, desenhos industriais, herança, fundo de comércio.

O entendimento quanto a possibilidade de proteção ao patrimônio imaterial não foi sempre uniforme e pacífico, sendo por muito tempo ignorado, ou somente estendido aos direitos morais do titular, ligados a personalidade do autor, como, por exemplo, o direito de ter seu nome indicado como o criador daquela obra, o direito de proteger a sua obra, entre outros, sem amparar o direito patrimonial ou econômico atrelado, quer seja o direito de explorar economicamente sua criação, lucrando pelo seu uso e sua exploração através da publicação, execução, tradução, reprodução ou qualquer outro meio de difusão.

Felizmente, com o passar do tempo e avanço das tecnologias, houve a conscientização sobre o valor agregado a esse patrimônio imaterial, através do reconhecimento da sua valia como ativo econômico, o que acarretou a necessidade de uma proteção formal.

Como um dos instrumentos que surgem para a proteção deste patrimônio imaterial está a Propriedade Intelectual.

A Organização Mundial de Propriedade Intelectual – OMPI, criada pela ONU (Organização das Nações Unidas), é um organismo intergovernamental que administra inúmeros tratados e orienta a criação das legislações nacionais dos Estados membros, buscando a proteção globalizada das criações intelectuais, conceituou a Propriedade Intelectual como o conjunto de direitos, de um indivíduo ou de uma organização comercial, relacionados às criações da mente, tais quais as invenções, os trabalhos artísticos, design e símbolos, as marcas (imagens e nomes) industriais, co-

merciais e de serviço, abrangendo assim os chamados Direitos de Autor e Conexos e a Propriedade Industrial.

Estes são previstos na legislação brasileira como direitos fundamentais, inseridos no artigo 5º da Constituição Federal:

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

Direito do Autor:

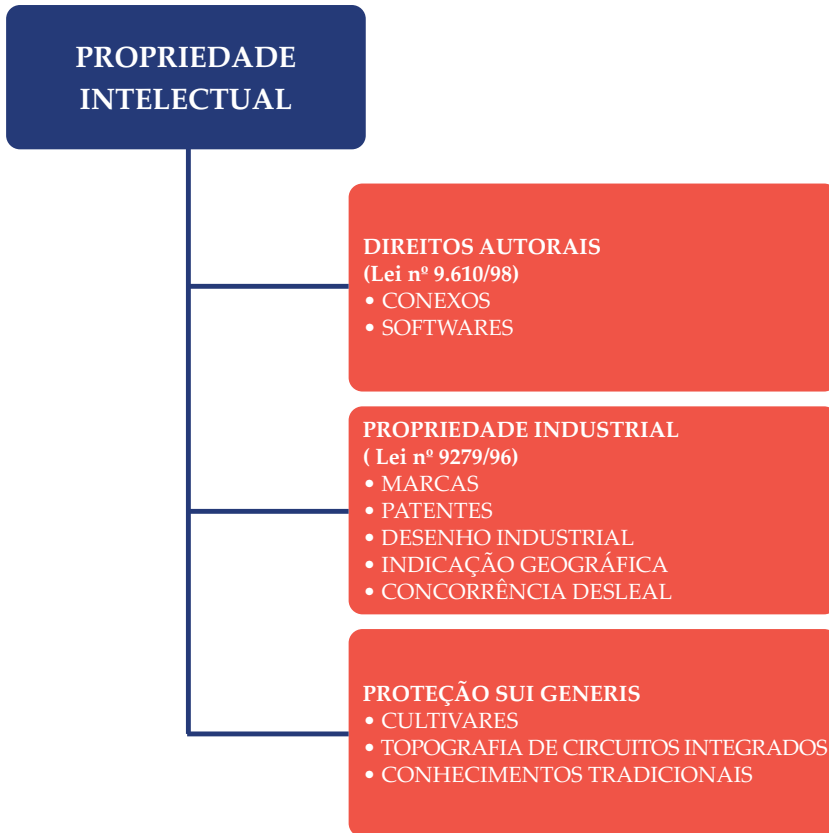
XXVII - aos autores pertence o direito exclusivo de utilização, publicação ou reprodução de suas obras, transmissível aos herdeiros pelo tempo que a lei fixar.

Propriedade Industrial:

XXIX - a lei assegurará aos autores de inventos industriais privilégio temporário para utilização, bem como proteção às criações industriais, à propriedade das marcas, aos nomes de empresas e a outros signos distintos, tendo em vista o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País.

A necessidade de proteção às criações intelectuais tem a intenção de manter e estimular o processo criativo, garantindo um retorno para o investimento realizado por seus titulares, através da definição de um prazo para exploração econômica exclusiva dos bens.

Para reconhecer onde estão seus ativos e como melhor protegê-los, se torna essencial para os criadores e para os titulares de direitos (terceiros que receberam autorização para uso e exploração) entender as modalidades existentes de Propriedade Intelectual no Brasil:



1. DIREITO AUTORAL

O Direito Autoral, regulamenta os direitos do autor (quem cria) e a utilização econômica de obras intelectuais estéticas (direito patrimonial de quem exerce a titularidade), que podem ser traduzidas como obras literárias (livros, artigos de jornais, revistas, poemas, romances), artísticas (ilustrações, esculturas, desenhos, pintura, design digital, fotografias, coreografias) e científicas, que se originam através da aplicação da criatividade humana em um suporte físico.

Da mesma maneira protege os direitos conexos ao do Autor, ou seja, os direitos dos intérpretes e executores de obras artísticas (cantores, atores), fonogramas (gravações de músicas) e transmissões de radiodifusão (televisão, rádio, etc).

Também sob sua proteção estão softwares e linhas de código dos programas de computador.

2. PROPRIEDADE INDUSTRIAL

O Estado, através de legislação específica, também regulamenta as obrigações e protege os direitos vinculados às criações com aplicação industrial e uso utilitário, como as patentes, marcas, modelos de utilidade, desenhos industriais, indicações geográficas, transferência de tecnologia e proteção contra a concorrência desleal.

A liberdade no exercício da atividade empresária e a livre concorrência agregam valores benéficos ao desenvolvimento da economia e seus consumidores e com a intenção de proteger tais princípios, a regulamentação trazida pelo Estado ao tratar da concorrência desleal busca manter o equilíbrio no exercício da liberdade empresarial, evitando práticas fraudulentas de desvio de clientela e confusão ao consumidor.

Aqui se encontra uma reunião importante de ativos que merecem ser cuidados e valorizados por indivíduos e pessoas jurídicas que decidam empreender, vez que possuem regras específicas quanto ao reconhecimento de sua titularidade, como será demonstrado no curso desse E-book.

3. SUI GENERIS

É a proteção dada ao resultado de processos criativos que não podem ser classificados como direito autoral ou propriedade industrial, como o caso das plantas ou cultivares, da topografia de circuitos integrados e os conhecimentos tradicionais, que em razão de suas características tão particulares não serão objeto de aprofundamento neste E-book.

A intenção deste E-book é auxiliar o reconhecimento dos principais ativos intelectuais que podem ser encontrados em todas as empresas e negócios existentes, despertando o interesse em seus titulares de um maior aprofundamento na sua gestão, uso e exploração, permitindo, assim, um melhor proveito do valor comercial agregado a este patrimônio e seus reflexos financeiros.

NOME EMPRESARIAL, NOME FANTASIA, DOMÍNIO E MARCA

Lívia França Silva Leon¹

Uma das primeiras providências que um empreendedor adota é escolher um nome para seu negócio. Contudo, para empreender online, é importante entender os diversos tipos de ferramentas de proteção jurídica e o que elas podem fazer pela sua empresa.

1. NOME EMPRESARIAL E NOME FANTASIA

1.1. NOME EMPRESARIAL

O **nome empresarial** é a **firma** ou a **denominação** adotada para o exercício de empresa e tem o objetivo de **identificar a empresa e seu(s) titular(es)** - empresário individual ou sociedade empresária.

¹ Lívia França Silva Leon, advogada inscrita na OAB/RJ, procuradora legislativa, especialista em Direito Público pela Universidade Anhanguera-Uniderp, pós-graduanda em Direito Público, GovTech e RegTech pelo Instituto New Law, Membro do grupo nacional de estudos em Propriedade Intelectual da Law Talks. E-mail liviafsleon@gmail.com

É através do **nome empresarial** que o empresário exerce a atividade e sua **inscrição** é feita na **Receita Federal** e na **Junta Comercial do Estado** onde a empresa atua, com proteção apenas nos **limites do respectivo Estado**.

Além disso, o **nome empresarial** NÃO pode ser licenciado (aluguel) ou alienado (venda) e é formado conforme a legislação civil, a depender do tipo de empresa.

Quando estabelecido na espécie **firma**, o nome empresarial também é conhecido como **razão social** e é **composto com o nome de um ou mais sócios**, desde que pessoas físicas, de modo indicativo da relação social e, opcionalmente, pode conter o objeto social.

Exemplo – sociedade limitada que tenha como sócios Maria Souza, José Fernandes e Silvio Santos utilizando nome empresarial da espécie firma:

<p>RAZÃO SOCIAL: Souza, Fernandes e Santos Ltda.</p>	<p>Formada pelos sobrenomes de todos os sócios, acrescido da expressão limitada ou Ltda</p>
<p>RAZÃO SOCIAL: Souza & Cia. Ltda.</p>	<p>Formada pelo sobrenome de um dos sócios, acrescido da expressão & companhia limitada, por extenso ou abreviada</p>
<p>RAZÃO SOCIAL: M. Souza & Cia. Ltda.</p>	<p>Formada pelo nome completo ou abreviado de um dos sócios acrescido da expressão & companhia limitada, por extenso ou abreviada</p>

Por outro lado, quando estabelecido na espécie **denominação** temos a **denominação social**, sem vinculação necessária aos nomes dos sócios, devendo designar o **objeto da sociedade** (permitida inclusão do nome de um ou mais sócios).

Exemplo – sociedade limitada que tenha sapataria como atividade pretendida utilizando nome empresarial da espécie denominação:

<p>DENOMINAÇÃO SOCIAL: Montes Sapataria Ltda.</p>	<p>Formada por palavra de uso comum ou expressão incomum, acrescida da principal atividade da empresa e da expressão limitada ou Ltda.</p>
---	--

Quando o nome empresarial é composto por firma e quando é composto por denominação? Isso será definido de acordo com o tipo societário:

FIRMA	DENOMINAÇÃO
<p>Empresário individual Sociedades em nome coletivo Comandita simples Sociedades limitadas</p>	<p>Sociedades Anônimas Cooperativas Comandita por ações Sociedades limitadas</p>

DESTAQUE: pela tabela acima é possível perceber que as sociedades limitadas (LTDA) podem, então, utilizar FIRMA ou DENOMINAÇÃO como nome empresarial.

E o **microempresário individual**? Ele utiliza como nome empresarial seu nome completo (firma), acrescido do CPF.

1.2. NOME FANTASIA

Nome fantasia é o **título do estabelecimento**, ou seja, é o nome popular que a empresa utiliza para se conectar com o público (usado na fachada da loja, por exemplo) e que pode ser incluído quando realizado o cadastro do nome empresarial na Junta Comercial. Também é protegido pelas regras do nome empresarial.

ATENÇÃO: é comum coincidir ou ser chamado de marca, mas não possui a mesma proteção.

2. DOMÍNIO

É o endereço do *site* na internet e o registro é concedido a quem fizer o requerimento primeiro. No Brasil o domínio “.br” é regulamentado pelo órgão do governo Registro.br, que disponibiliza uma ferramenta de consulta para verificar se o domínio pretendido está disponível: <https://registro.br/busca-dominio/?fqdn=>

ATENÇÃO: o registro de domínio não protege a sua marca. Ele garante, apenas, o endereço eletrônico registrado.

Isto porque, **na internet predomina a expressão: “first come, first served”**, ou seja, se você tem uma marca registrada, mas o domínio correspondente já possui outro titular, resta tentar registro de domínio que contenha o nome da sua marca com algum acréscimo de caractere ou o ajuizamento de uma ação judicial para reivindicação do domínio. Contudo, no caso de ajuizamento de ação judicial, o registro da sua marca deve ser anterior à criação do domínio reivindicado e a estratégia da ação deve ser decidida com o auxílio de um advogado especializado, já que o tema não é pacífico em nossos Tribunais.

3. PERFIL NAS REDES SOCIAIS

Da mesma forma que o domínio, o **nome de usuário** nas redes sociais é de quem se inscrever na plataforma primeiro e, também, não garante proteção à marca.

Se você já possui uma marca registrada, mas o termo é usado indevidamente por outro usuário, você pode tentar denunciá-lo ao provedor. Instagram, Facebook, Twitter e YouTube recebem esse tipo de denúncia através de formulários próprios em suas plataformas, porém, **não** são obrigados a atender sua solicitação, pois o Marco Civil da Internet (Lei 12.965/2014), em seu

artigo 19, resguarda aos provedores de aplicação (redes sociais, por exemplo), a possibilidade de aguardar ordem judicial para retirar conteúdo que gera danos a terceiros.

4. MARCA

Só de entender as aplicações do nome empresarial, do domínio e do perfil nas redes sociais já é possível compreender a **força que somente a MARCA REGISTRADA possui**.

Ela **identifica o produto ou serviço que a sua empresa oferece e deve ser registrada no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI)** para possuir proteção em todo o território nacional, ou até internacional, se o requerimento for realizado com base no Protocolo de Madri.

De acordo com a Lei de Propriedade Industrial (Lei n.º 9.279/1996) a **marca** é aquela usada para distinguir produto ou serviço de outro idêntico, semelhante ou afim, de origem diversa.

A **MARCA REGISTRADA prevalece sobre nomes empresariais** em todo território nacional e impede o uso indevido do nome e/ou logotipo nas plataformas de rede social ou qualquer outro veículo.

Além disso, ao contrário do nome empresarial, a **marca** pode ser alienada ou licenciada, gerando capital para o seu empreendimento.

Aliás, pensa em franquear seu negócio? A marca registrada é um dos requisitos, já que um dos objetos do contrato é justamente a licença remunerada de uso da marca.

E se você é uma STARTUP ou pretende criar uma, visite o Portal <http://www.redesim.gov.br/>. Lá está sendo implementado um sistema integrado com o INPI, permitindo que a sua empresa nasça junto com o pedido de registro de suas marcas e com o depósito de patentes.

Mas, ATENÇÃO: o registro de marca é um processo administrativo contencioso e o seu deferimento depende do nome e/ou do logotipo não possuírem impedimentos legais E do processo ser iniciado e impulsionado dentro das formalidades exigidas pelo INPI (preenchimento correto do formulário, classificação adequada da marca, juntada de documentos, cumprimento de exigências, defesas e recursos dentro do prazo legal etc.).

Diante disso, a contratação de profissional especializado para a realização do pedido de registro de marca, embora não seja obrigatória, é **aconselhável**, já que a compreensão que um profissional especializado possui do processo em questão aumenta, e muito, as chances de êxito do registro da marca.

PATENTE NÃO É MARCA

Rochelle Barbosa Andrade de Sousa¹

Virgínia G. Fagury Barros Maluf²

1. PROPRIEDADE INTELECTUAL

Nos dias atuais, a globalização das informações e os avanços tecnológicos são uma realidade inquestionável, assim como a busca por inovações que possam criar negócios viáveis e lucrativos. Quem não quer ter uma ideia fantástica para se diferenciar no mercado? Esse é o anseio de todo empreendedor.

1 Rochelle Barbosa Andrade de Sousa, advogada inscrita na OAB/RN, Assessora de Propriedade Intelectual da UFRN desde 2015, Diretora Executiva da Metrópole Marcas e Patentes, palestrante, MBA em propriedade intelectual pela Universidade Cândido Mendes, Curso de Extensão em Propriedade Intelectual pela Damásio de Jesus; Co-autora do livro “Boas práticas de gestão em Núcleos de Inovação Tecnológicas - Volume 1” e Membro consultivo da Comissão de Propriedade Intelectual da OAB/Jabaquara. Email: rochellebas@hotmail.com

2 Virgínia G. Fagury Barros Maluf, advogada inscrita na OAB/SP, Sócia em Fagury Maluf Sociedade de advogados, professora assistente do Curso de Especialização em Direito Empresarial da COGEAE, PUC/SP, palestrante, Especialista de Soluções de Disputa da ABPI - Câmara de Nomes de Domínio e mediadora da Câmara de Mediação da ABPI, Mestre em Direito Comercial pela PUC/SP, Diplomada em Criações industriais e segredos industriais na FGV/SP, Curso de Especialização em Direito Processual Civil pelo Damásio e Vice Presidente da Comissão de Propriedade Intelectual da OAB/Jabaquara. Email: virginia.maluf@fagurymaluf.com.br

Neste contexto, de mãos dadas a este desejo, surge a necessidade de se proteger, aliás, não basta criar algo diferente e inovador, é preciso ter a tranquilidade de que essa invenção será exclusivamente do inventor, que apenas ele possa usá-la no seu negócio ou que, caso um terceiro tenha interesse, que necessite de sua autorização e o criador possa ter retorno financeiro com esse uso ou com a sua transferência, nada mais justo, tendo em vista toda a dedicação e investimento realizados. E, então, surge a importância dos conhecimentos relativos à Propriedade Intelectual.

Portanto, a Propriedade Intelectual é um ramo do direito que protege bens incorpóreos, também chamados de bens intangíveis, aqueles frutos da criação humana. Desse modo, uma empresa pode e deve ter bens tangíveis (imóveis, carros, dentre outros) e intangíveis.

A propriedade Intelectual se subdivide em três grandes grupos são eles: Direito Autoral, Propriedade Industrial e Proteção *Sui Generis*. O direito Autoral é onde se enquadram os direitos relativos aos direitos autorais, direitos conexos e softwares; a propriedade industrial, onde estão enquadradas as marcas, patentes, desenhos industriais, indicações geográficas e onde se estuda a concorrência desleal; por fim, a proteção *Sui Generis*, que engloba os cultivares e as topografias de circuito integrado.

Como se observa acima, a Propriedade Intelectual abrange vários institutos, os quais se desdobram cada um no seu mundo repleto de informações. Todavia, nesta oportunidade, o foco será o mundo instigante das patentes e, diante da confusão que muitos empreendedores fazem com marcas, o objetivo é que ao final deste material, o leitor possa diferenciar esses dois institutos (marcas e patentes), afinal, patente não é marca!

2. BREVES CONSIDERAÇÕES SOBRE MARCAS

Antes de adentrarmos no conceito de marcas é de suma importância saber que, no Brasil, a Propriedade Industrial tem lei própria, qual seja, a Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996 (Lei de Propriedade Industrial - LPI), sendo tal diploma legal que regula direitos e obrigações relativos à Propriedade Industrial no país. No que diz respeito às marcas, a LPI trata do assunto nos Artigos 122 ao 175 e, no que concerne às patentes, do Artigo 6º ao 93.

Pois bem, depois de dar uma visão geral do que é a Propriedade Intelectual (gênero), e informado que as marcas estão inseridas na Propriedade Industrial (espécie). O que seria uma marca?

A Lei de Propriedade Industrial, em seu Artigo 122, prevê “São suscetíveis de registro como marcas os sinais distintivos visualmente perceptíveis, não compreendidos nas proibições legais”. Portanto, a primeira informação relevante que extraímos desta previsão é que no Brasil as marcas só podem ser visuais, estando afastada a possibilidade de registro de marcas olfativas e sonoras, por exemplo. Mais adiante, em seu Art. 123, inciso I, ao tratar de marcas de produto e serviço, a Lei de Propriedade Industrial norteia, a saber: “aquela usada para distinguir produto ou serviço de outro idêntico, semelhante ou afim, de origem diversa”, portanto, pode-se definir marca como sendo o sinal distintivo visualmente perceptível que distingue produtos ou serviços de outro idêntico, semelhante ou afim, de origem diversa.

Feitas as breves considerações sobre marcas, haja vista que o mundo fascinante das marcas vai muito além do seu conceito, por que falar “patentear uma marca” é tecnicamente inapropriado? Como informado anteriormente, a marca tem um cunho distintivo, já a patente é um direito, conferido pelo Estado, que dá ao seu titular a exclusividade da exploração de sua invenção, em contrapartida ao acesso público do seu teor, a lei garante ao seu titular a proteção temporária.

3. MODALIDADES DE PATENTES PREVISTAS NA LEI DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL

A Lei da propriedade Industrial prevê a possibilidade de proteção de duas modalidades de patentes no Brasil: o privilégio de invenção e o modelo de utilidade. As modalidades de patente se diferem, essencialmente, em razão do objeto a ser protegido e do prazo de duração da proteção.

O privilégio de invenção é uma criação intelectual com a qual se obtém solução para problema técnico, tendo como objeto produto ou processo. O prazo de proteção do privilégio de invenção é de 20 anos, a contar do protocolo do pedido de patente, ou 10 anos a contar da concessão se o prazo para concessão exceder 10 anos, nos termos do artigo 40 da Lei de Propriedade Industrial.

Esta modalidade de patente é comumente utilizada para a proteção de objetos que solucionam problemas técnicos mais complexos. Por essa razão, tais patentes geralmente tem como objeto a proteção de máquinas e substâncias químicas, como medicamentos.

Relevante esclarecer que nem todas as invenções podem ser protegidas como patentes de invenção. Isso porque, a legislação apresenta alguns requisitos, quais sejam, novidade, atividade inventiva e aplicação industrial, a seguir melhor explicados.

Importante ainda destacarmos as principais características das patentes de modelo de utilidade, segunda modalidade de patente prevista na legislação.

Em consonância com o artigo 9º da Lei da Propriedade Industrial, pode ser protegido como modelo de utilidade o objeto de uso prático, ou parte deste, que seja dotado de nova forma ou disposição que gere uma melhoria funcional no seu uso ou

em sua fabricação. Há no modelo de Utilidade uma forma tridimensional, possibilitando um melhor uso do objeto ou permite facilitar sua produção. Em razão da necessidade de ser dotado de nova disposição ou forma, somente os produtos podem ser objeto de modelos de utilidade.

Para os modelos de utilidade, a legislação apresenta os seguintes requisitos para que este objeto de uso prático seja protegível, quais sejam, novidade, ato inventivo e aplicação industrial.

O prazo de vigência do modelo de utilidade será de 15 anos, a contar da data do protocolo do pedido ou 7 (sete) anos a contar da data da concessão.

4. REQUISITOS DE PATENTEABILIDADE

Essenciais para a melhor análise da viabilidade do registro da patente é a compreensão dos requisitos legais para patenteabilidade. Tal como acima destacados, os requisitos comuns os privilégios de invenção e ao modelo de utilidade são a novidade e a aplicação, havendo diferença em relação a atividade inventiva, prevista para os privilégios de invenção, e o ato inventivo, dos modelos de utilidade, nos termos dos 8º e 9º LPI).

Novidade é pressuposto de existência da patente; é essencial que o produto ou processo desenvolvidos não sejam de conhecimento público antes do pedido da patente.

A legislação determina que há novidade nas invenções que não estão compreendidas no estado da técnica. Mas o que é o estado de técnica? Estado da técnica é composto por toda a matéria, produtos, processo, que tenham se tornado acessível ao público antes do depósito da patente. Para análise da novidade serão considerados tanto pedidos ou registros de patentes ante-

riores, como trabalhos científicos, publicações com fins comerciais, enfim toda divulgação e publicação levada ao público.

Esclarecemos que a novidade, para fins de registro de patente, deve ser a novidade absoluta, uma novidade que é aplicável em parâmetros mundiais.

Cumprido o requisito da novidade, deve-se seguir a análise da atividade inventiva, para os privilégios de invenção, e ato inventivo, para os modelos de utilidade. Tem-se atividade inventiva quando o produto ou produto que se pretende o privilégio não decorra de maneira óbvia, evidente, para um técnico no assunto, conforme determina o artigo 13 da Lei da Propriedade Industrial.

Assim, o objeto central que se busca a proteção por meio de patente não pode decorrer de maneira evidente dos conhecimentos existentes. O padrão da obviedade não pode ser aquele apurado a partir do cidadão comum, mas deve ser o apurado a partir dos conhecimentos de um técnico no assunto.

Ainda no tocante aos requisitos de patenteabilidade, destacamos a aplicação industrial. A existência da aplicação industrial advém do mero uso industrial da invenção, seja qual for a indústria envolvida.

Diante disto, ao analisar os pedidos de patentes formulados pelos inventores caberá ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), órgão responsável pelo registro das patentes no Brasil, verificar o cumprimento destes requisitos para a concessão ou não da exclusividade temporal de exploração do produto ou processo decorrente da patente.

5. O QUE NÃO É PATENTE?

Além destes requisitos, cumpre ao INPI verificar se o processo ou produto descrito na patente enquadra-se dentro das rol negativo das invenções e modelos de utilidade descritos no artigo 10º da LPI.

Das restrições impostas pela legislação merecem destaque as impossibilidades de proteção como patente das *descobertas, teorias científicas e métodos matemáticos; as obras literárias, arquitetônicas, artísticas e científicas ou qualquer criação estética e programas de computador em si*.

No que concerne a descoberta, esta diferencia-se da invenção na medida em que não é dotada de um espírito inventivo, sendo decorrente do espírito especulativo e também da observação.

Adicionalmente não são passíveis de proteção como patentes as teorias científicas e métodos matemáticos, na medida em que não há uma solução técnica relacionada com o problema técnico.

Some-se a estas restrições a não possibilidade de proteção das as obras literárias, arquitetônicas, artísticas e científicas ou qualquer criação estética na medida em que decorrem da expressão das ideias, não havendo também a solução técnica de um problema técnico. Vale anotar que as criações literárias, arquitetônicas, artísticas e científicas ou qualquer criação estética tem regime jurídico próprio de proteção, decorrente da Lei 9.610 de 1996, Lei dos Direitos Autorais.

Por fim, não se qualificam como objeto de proteção das patentes os programas de computador em si, os quais são dotados de regime jurídico de proteção específico do direito autoral decorrente da Lei nº 9.609 de 1996.

CONCLUSÃO

Diante das explicações acima, é possível verificar o quão relevante é ter o conhecimento acerca dos ativos intangíveis, especialmente para os que querem empreender. Sem dúvidas, saber como proteger corretamente suas invenções, bem como a importância destas proteções, é condição indispensável para quem quer ter um diferencial no seu negócio e ter retorno financeiro com elas, além de evitar transtornos no futuro, principalmente nos casos das marcas e patentes, tema central da explanação.

Esperamos que tenha ficado claro que marcas e patentes visam proteger criações distintas e têm finalidades também diferentes, assim nada de confundir os dois tipos de ativos intangíveis falando “patenteiar uma marca”.

APONTAMENTOS SOBRE O REGISTRO DE MARCA NO INPI

*Marcelo Porto*¹

1. INTRODUÇÃO

Qualquer pessoa física ou jurídica domiciliada no Brasil, independentemente de possuir ou não procurador, pode praticar atos no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI)². Apesar de tal possibilidade estar amparada na legislação pátria, a probabilidade de alguém – ainda que sendo advogado, por exemplo – sem conhecimento específico na área obter a concessão do registro de uma marca é mínima: semanalmente, milhares são os despachos de inexistência, de indeferimentos e de arquivamentos dos pedidos de registro marcário. A título exemplificativo, em agosto de 2020, foram 2.184 pedidos considerados inexistentes por falta de pagamento pelo INPI³.

1 Advogado, atuante na área da Propriedade Intelectual desde 2012, mestrando em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia (PROFNIT/UFPE), professor universitário de Propriedade Intelectual, coordenador do núcleo de Propriedade Intelectual da ESA-PE, membro da Comissão Especial de Propriedade Intelectual do Conselho Federal da OAB, ex-presidente da Comissão de Propriedade Intelectual da OAB-PE e sócio fundador da empresa Marcelo Porto Marcas e Patentes Ltda.

2 **Manual de Marcas**. Diretoria de Marcas, Desenhos Industriais e Indicações Geográficas – INPI. 3ª ed. Rio de Janeiro: 2020, p.12.

3 **INPI**. Estatísticas. Disponível em: <<https://www.gov.br/inpi/pt-br/central-de-conteudo/estatisticas>>. Acesso em: 10 out. 2020.

Para o requerimento do registro de marca, faz-se imprescindível – no mínimo – a leitura completa do Manual de Marcas, guia elaborado pela autarquia federal supra, onde constam as principais observações procedimentais do temário sob comento. Para fins de peticionamento, sugere-se a leitura de doutrina específica e da jurisprudência mais atualizada, além do estudo dos mais recentes entendimentos do INPI, com o intuito de que seja esposada a necessária fundamentação.

2. FUNÇÃO DA MARCA

A função principal da marca é facilitar a identificação de um produto ou serviço, por parte do consumidor, para que haja uma diferenciação dos demais.⁴

A Lei n. 9.279⁵, também denominada Lei da Propriedade Industrial (LPI), define que marca é todo sinal distintivo visualmente perceptível e não compreendido nas proibições legais, podendo ser caracterizada como: (i) marca de serviço ou de produto, utilizada para distinguir produtos ou serviços de outros idênticos, semelhantes ou afim, de origem diversa; (ii) de certificação: utilizada para declarar o atendimento ao padrão estabelecido com determinadas normas ou especificações técnicas.

Marca, nas palavras do doutrinador Denis Borges Barbosa, é um signo num ambiente competitivo que existe como um meio de distintividade diferencial para designar os bens em competição e para criar bens numa economia que é mais e mais simbólica e, seja de titularidade de pessoa física ou jurídica, a marca é considerada um bem intangível do seu titular.

4 INPI. A criação de uma marca: uma introdução às marcas e produtos e serviços para pequenas e médias empresas. Rio de Janeiro: INPI, 2013.

5 BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9279.htm>. Acesso em: 10 ago. 2020.

Lélio Schmidt define marca como o signo que identifica um produto ou serviço e que desempenha papel fundamental para o funcionamento da sociedade de consumo, ao permitir que o empresário se diferencie dos concorrentes na disputa pela preferência do consumidor⁶.

A importância do registro de marca, para o empreendedor, pode ser vista com dupla possibilidade: vontade de ganhar e/ou medo de perder. Vontade de ganhar no sentido de conquistar um ativo intangível para o patrimônio seu ou de sua empresa; e medo de perder, de arriscar ser obrigado a se abster de usar a marca, mudar site, timbrados, fachadas, fardamentos e toda e qualquer forma de apresentação da marca e/ou ter que assumir um passivo provocado por eventual indenização por uso indevido de marca, se essa tiver sido registrada anteriormente por terceiros. No quesito vontade de ganhar, ressalte-se que inúmeras marcas tiveram seus valores superiores aos de prédios físicos, maquinários, mobílias etc dos titulares dos respectivos direitos.⁷

3. REGISTRO DE UMA MARCA

De forma sucinta, no Brasil, o registro de uma marca é obtido a partir da concessão do respectivo pedido perante o INPI, autarquia federal criada em 1970 cujo intuito é o de fomentar a inovação e a competitividade a serviço do desenvolvimento tecnológico e econômico do Brasil, através da proteção da Propriedade Industrial. Já a proteção de uma marca é todo o conjunto de medidas continuamente adotadas pelo período em que seu titular tiver

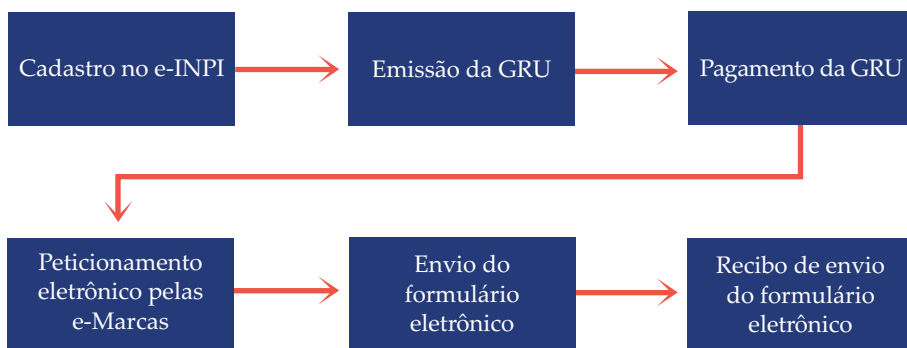
6 SCHMIDT, Lélio Denicoli. **Marcas**: aquisição, exercício e extinção de direitos. 2. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2019.

7 BADENHAUSEN, Kurt. Forbes divulga as marcas mais valiosas do mundo em 2018. **Portal Forbes Brasil**. Disponível em: <<https://forbes.uol.com.br/listas/2018/05/forbes-divulga-as-marcas-mais-valiosas-do-mundo-em-2018/>>. Acesso em: 8 ago. 2020.

interesse nela. A proteção de marcas é um conjunto do qual faz parte o registro de marcas: uma marca só pode ser considerada protegida quando registrada e concomitantemente acompanhada mediante leitura semanal dos despachos da Revista da Propriedade Industrial (RPI), de tal forma que mesmo após estar registrada a marca não pode ser considerada necessariamente protegida: a proteção de uma marca vai muito além da concessão do respectivo registro, depende do constante acompanhamento semanal para a tomada de providências, sempre que necessárias.

4. COMO FORMULAR UM PEDIDO DE REGISTRO DE MARCA, SEGUNDO O INPI

De acordo com o Manual de Marcas, o pedido de registro de uma marca deve seguir os seguintes passos:



Antes do peticionamento eletrônico pelo e-Marcas, deve-se verificar o preenchimento aos requisitos dos exames formal e substantivo, dentre os quais a análise da possibilidade de colidência entre a marca desejada e as já publicadas pelo INPI, em seus aspectos gráfico, fonético e ideológico com o intuito de verificar se as semelhanças existentes podem causar risco de confusão ou associação indevida.

CONCLUSÕES

A marca é um bem intangível do seu titular e que só pode ser considerada protegida se efetivamente registrada e devidamente acompanhada semanalmente, mas se registrada não necessariamente pode ser considerada protegida: a proteção de uma marca vai muito além da concessão do respectivo registro.

Apesar de qualquer pessoa ter direito a depositar um pedido de registro de marca, as estatísticas publicadas pelo INPI trazem uma indiscutível realidade: poucos entendem a complexidade do processo marcário; saber preencher formulário não é suficiente, é altamente recomendável estudar o tema com profundidade.

DIREITOS AUTORAIS NA INTERNET

Lara Forte Mota¹

A crescente velocidade no compartilhamento de informações e o constante avanço no desenvolvimento de tecnologias colocou a internet como item essencial de sobrevivência para uma grande parcela da população, seja para buscar entretenimento, para exercer sua profissão ou para criar e manter contato com seus relacionamentos.

Essa facilidade do acesso à informação, proporcionada pelos smartphones e computadores constantemente conectados à internet, mudou a forma principal de acesso à produção artística. Se antes os compositores, autores, ilustradores e demais artistas precisavam de intermediários para levar sua arte ao público, concentrando a promoção e divulgação de obras autorais em grandes centros urbanos (por meio de agências, galerias, produtoras e editoras), hoje a produção independente de conteúdo consegue

¹ Lara Forte Mota, Advogada inscrita na OAB/CE, Masters of Laws (LLM) em andamento em Direito Corporativo pelo Ibmecc, especialista em Direito do Trabalho pelo Instituto Damásio Educacional, membro da Comissão de Propriedade Intelectual da OAB/CE, membro da Comissão de Direito Empresarial da OAB/CE, membro do grupo nacional de estudos em Propriedade Intelectual e membro do grupo nacional de estudos em Direito da Moda da Lawtalks, sócia fundadora do escritório ForteCosta Advogadas Associadas. E-mail: lara@fortecostadv.com.br.

superar barreiras físicas e sociais, através do compartilhamento em redes sociais e da criação de plataformas digitais próprias, em um movimento cada vez mais forte de democratização do acesso ao conteúdo artístico.

Com tudo isso acontecendo, houve também uma ressignificação da produção, do reconhecimento e da comercialização de obras artísticas (principalmente quando são expressão de grupos de minoria social, mas esse assunto extrapola o interesse do nosso artigo). Nosso objetivo é entender o impacto da internet na proteção do direito autoral e identificar formas de otimização dessa proteção.

Vamos começar, então, com o conceito de direitos autorais e seu escopo de proteção: a legislação que regula o direito do autor, que engloba também os direitos conexos, apresenta uma série de direitos e garantias relacionadas a obras intelectuais.

Estão protegidas por Direito Autoral as chamadas “criações do espírito”, que podem ser livros, textos, poesias, esculturas, projetos de arquitetura, músicas, fotografias, desenhos, pinturas, gravuras, esculturas, litografias, obras cinematográficas, e afins. Essa proteção se inicia no momento de criação da obra, sem que seja necessário formalizar qualquer registro, e é válida para além do território nacional, sendo aplicada em todos os países signatários de tratados internacionais que regulam o assunto.

Os direitos morais, que são aqueles de natureza personalíssima, não podem ser negociados e nem renunciados. Eles garantem ao seu titular os créditos de autoria em caso de reprodução/exposição e o poder de mando sobre a obra no que diz respeito à sua integridade.

Já os direitos patrimoniais tratam das condições e possibilidade de negociação de uso, reprodução, tradução, adaptação, incorporação ou qualquer outra atividade que envolva a obra

autoras, no todo ou em parte. Esses direitos podem ser renunciados, cedidos, vendidos ou passados para os herdeiros do autor.

Em resumo, o direito autoral é o conjunto de direitos e proteções conferidas pela legislação brasileira a qualquer pessoa que tenha criado uma obra, para que ela possa aproveitar livremente os benefícios que dela resultem.

Todos esses direitos e garantias se estendem às obras criativas digitais, estejam elas expostas com fins comerciais ou não. Ou seja, a crença amplamente compartilhada de que um autor ou artista que divulga seu trabalho na internet está renunciando aos direitos autorais não tem qualquer fundamento de verdade.

Ao identificar o uso, modificação e/ou reprodução não autorizada de uma obra, o titular de direitos autorais poderá notificar extrajudicialmente o infrator ou acionar o Judiciário para buscar a retirada dos produtos do mercado, a reparação devida - seja na forma de indenização pelos danos morais (ao não ser creditado em sua própria obra), danos materiais (caso o infrator tenha obtido lucro na exploração da obra) - bem como para impedir a continuidade da violação. Além das consequências civis, também se caracteriza o crime de violação de direito autoral, com pena de reclusão de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e aplicação de multa.

Antes da revolução digital, existia um fluxo definido para a divulgação de trabalhos autorais, sempre com a utilização de um intermediário comercial ou industrial para a distribuição da obra, o que facilitava a fiscalização e o acompanhamento das obras por seus autores. A internet subverteu esse fluxo, trazendo a possibilidade de um contato direto entre o autor e o usuário/consumidor.

Outro fator de mudança, que é essencial para a compreensão da questão, foi a exclusão de um suporte físico de mídia para a distribuição de obras. Não é necessário materializar a proteção

intelectual em telas, CDs, livros impressos ou qualquer outra forma física, pois a internet possibilita a distribuição de produtos inteiramente digitais. Se por um lado essa característica representou uma vantagem para os artistas, com maiores oportunidades de distribuição do seu trabalho, por outro facilitou a reprodução e modificação não autorizadas de suas obras.

A grande revolução trazida pela internet é a possibilidade de fazer inúmeras cópias de uma obra autoral rapidamente, sem custo adicional e sem prejuízo na existência da obra original e distribuí-las ao redor do mundo. Se esse poder pudesse ser limitado somente aos autores e titulares dos direitos autorais, tal cenário representaria o mundo ideal da propriedade intelectual.

A realidade, porém, é que toda e qualquer pessoa com acesso à internet passa a ter acesso às ferramentas e facilidades de reprodução indevida (total ou parcial, para consumo próprio ou comercial) de obras autorais, sendo impossível que os artistas tenham qualquer controle sobre o acesso e distribuição de suas obras a partir do momento que a inserem no contexto virtual.

Ainda que os Direitos Autorais estejam previstos na Constituição Federal, no Código de Processo Civil, na Lei de Direitos Autorais² e em diversas Convenções Internacionais assinadas pelo Brasil³, o que se percebe é que, na prática, a aplicação dessa proteção esbarra na dificuldade de identificar o infrator e de responsabilizá-lo civil e criminalmente⁴.

2 Art. 5º, parágrafos 27 e 28 da Constituição Federal; Título IV do Código Civil Brasileiro; e Lei 9.610/98.

3 Convenção de Berna (Decreto nº. 75.699, de 06.05.75); Convenção Universal sobre o Direito de Autor (Decreto nº. 76.905/1975); Convenção Interamericana sobre os direitos de autor em obras literárias, científicas e artísticas, também conhecida como Convenção de Washington (Decreto nº. 26.675/1949).

4 Art. 184 do Código Penal.

Sendo assim, ainda que não seja obrigatório o registro para a proteção de obra autoral⁵, é indicado constituir prova do momento de criação da obra, com a finalidade de demonstrar com clareza a autoria da obra original e sua anterioridade perante cópias não autorizadas. Esse registro não tem um modelo obrigatório e pode ser feita por meio de órgão público (como a Biblioteca Nacional e a Escola de Belas Artes do Rio de Janeiro) ou de empresas privadas que ofereçam esse tipo de serviço.

O essencial, nesse caso, é que seja provado, através de documentos com informações claras, a identidade do autor e o momento de criação da obra, para que seja aceita no processamento de ação judicial que trate da violação de direitos autorais.

Há, ainda, uma discussão sobre o direito de acesso à informação prevalecer sobre os direitos autorais quando se tratar de obra educativa ou jornalística. Porém, ao analisar a própria legislação de Direitos Autorais, é possível perceber que se trata de questionamento já respondido, considerando que a própria lei exclui de sua proteção alguns tipos de produção intelectual⁶ e reserva todo um capítulo para detalhar a limitação da proteção de direitos autorais, incluindo expressamente a reprodução de notícias de interesse público e de obras reproduzidas para fins educacionais⁷.

Não há dúvidas, portanto, de que existe Direito Autoral na internet, sendo a lei aplicada em todos os seus termos às obras criadas, divulgadas e distribuídas digitalmente, apesar dos obstáculos enfrentados pelos seus titulares diante do avanço cada vez mais rápido das formas de compartilhamento de conteúdo, cabendo também aos usuários da internet a conscientização da necessidade de valorização dos autores e artistas.

5 Art. 18 da Lei 9610/98.

6 Art. 8º da Lei 9610/98.

7 Art. 46 da Lei 9610/98.

O USO DE FOTOS NA INTERNET

Guilherme Lula Pagani¹

Você já parou para pensar sobre a relação entre o direito autoral e as fotografias que são utilizadas na internet?

O assunto é sério e merece a atenção dos produtores de conteúdo e dos empresários que utilizam a internet como meio de comunicação e vendas.

A sociedade como um todo se beneficia com a democratização do conhecimento e do entretenimento. Vivemos cercados pela internet e pela tecnologia.

Naturalmente, todo conteúdo que é veiculado tem o objetivo de atrair usuários. Para isso, aquele que produz algo na internet utiliza todas as ferramentas ao seu alcance, incluindo textos, vídeos, fotografias, etc. Nesse sentido, a fotografia tem poder e atratividade. Certamente, ela pode fazer a diferença em

¹ Guilherme Lula Pagani, Advogado inscrito na OAB/PR, bacharel em Direito pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná, pós-graduado em Direito do Trabalho pela EMATRA – Escola da Associação dos Magistrados do Trabalho do Paraná, pós-graduando (LLM) em Direito Empresarial pela Fundação Getulio Vargas, com extensão em Propriedade Intelectual pela Universidade de Lisboa, membro da Associação Internacional de Advogados Law Talks Brasil, onde se dedica ao estudo da Propriedade Intelectual e da Internacionalização da Advocacia. E-mail: guipagani@hotmail.com

uma postagem nas redes sociais, por exemplo. Ela pode chamar a atenção do leitor. Ela pode valer por muitas palavras.

Desta forma, conclui-se que o visual é importante, mas também é fundamental dar atenção aos aspectos jurídicos. Dentre os aspectos jurídicos, neste artigo trataremos especificamente dos direitos autorais que cercam as fotografias, e sobretudo, sobre a relação entre o uso de fotografias na internet e os direitos autorais.

A proteção legal das obras fotográficas está prevista na Lei nº 9.610/1998 (Lei de Direitos Autorais), no art. 7º, inciso VII.

Vale lembrar que o direito autoral que protege as imagens fotográficas se difere do direito de imagem, que será tratado em outro tópico.

1. A CAUTELA NA HORA DE ESCOLHER A FOTOGRAFIA É ESSENCIAL

A utilização de fotografia de terceiros na internet é possível, mas devem ser observados alguns critérios. A utilização de fotografias na internet deve ser precedida de uma análise. Isso, pois as fotos não podem ser utilizadas de qualquer maneira e o fato da fotografia estar na internet não significa que ela é pública.

Muitas pessoas pulam as etapas necessárias e ignoram essa análise que deve ser feita antes de veicular fotos de terceiros, o que pode implicar na violação de direitos autorais. Utilizar fotografias protegidas por direitos autorais de forma indevida pode acarretar prejuízos, tanto ao utilizador como ao autor da obra.

O Instagram, por exemplo, é um lugar público. Há perfis que possuem uma audiência significativa. A divulgação da fotografia em determinado perfil vai atingir determinada audiência.

O ponto é que a fotografia pode ter um valor econômico por trás dela e em regra estará protegida por direitos autorais, caso cumpra os requisitos exigidos por lei.

No que se refere ao valor econômico, é importante entender os direitos patrimoniais que se relacionam com as obras fotográficas. E além dos direitos patrimoniais, há também os direitos morais. Por isso, é fundamental a cautela na hora de escolher a foto que irá estampar a sua postagem.

O fato da imagem fotográfica estar na internet não significa que ela está em domínio público. O fato de não constar na imagem alguma marca d'água ou não ser possível verificar o nome do autor facilmente, não implica necessariamente a ausência de proteção sobre a obra.

Assim, ao invés de supor que a foto pode ser usada livremente, o correto é presumir que há direitos autorais protegendo aquela fotografia e então verificar cuidadosamente quais são as restrições impostas e como realizar a publicação sem violar direitos de terceiros.

2. QUAIS SÃO AS CONSEQUÊNCIAS DO USO INDEVIDO DE FOTOGRAFIAS NA INTERNET?

Imagine que alguém publicou um conteúdo nas redes sociais e que essa postagem estaria violando direitos autorais. Imagine agora que o detentor dos direitos fez uma denúncia para a rede social, acusando a violação de propriedade intelectual. Existe a possibilidade de que a rede social remova imediatamente esse conteúdo. Pode existir também a possibilidade de apelar dessa decisão. E todas essas possibilidades podem ser verificadas na central de ajuda da rede social.

As redes sociais possuem políticas voltadas aos direitos autorais e possibilitam a denúncia de conteúdos que estejam violando direitos. Cada rede social geralmente possui uma central de ajuda e diretrizes tratando sobre as violações ao direito de autor e os procedimentos decorrentes. O infrator pode ser notificado, ter o conteúdo removido, e ainda, tratando-se de infrator recorrente, pode até mesmo ter a sua conta desativada.

Além disso, quem utiliza indevidamente fotografias protegidas por direitos autorais pode vir a ser acionado judicialmente - e ainda, ser condenado a indenizar aquele que teve seus direitos violados. O uso indevido pode implicar em condenação por danos materiais e morais.

Ainda, poderão ser impostas ao infrator outras medidas legais. Como exemplo, cita-se a apreensão dos exemplares reproduzidos ou a suspensão da divulgação do material em que obra esteja indevidamente inserida.

3. COMO EVITAR O USO INDEVIDO DE OBRAS FOTOGRÁFICAS DE TERCEIROS?

- É importante identificar de quem é a autoria da obra fotográfica

A depender do mecanismo de busca ou canal utilizado para encontrar a fotografia, o grau de dificuldade para identificar o autor da obra pode ser maior ou menor. Em um banco de imagem gratuito, por exemplo, o nome do autor normalmente é indicado. Por isso, em muitos casos essa é a fonte mais indicada. Já em outros canais, como o Pinterest (rede social de compartilhamento de fotos), a dificuldade para detectar o autor da fotografia pode ser maior.

Identificar a autoria é relevante, uma vez que é importante dar os créditos e indicar a autoria da obra de terceiro que estará sendo disponibilizada na internet.

- Nem sempre apenas dar os créditos será suficiente

Quanto maior o grau de profissionalismo, quanto menor o caráter meramente informativo, a depender também do grau de propaganda e marketing no local onde se pretende utilizar a imagem, maior é a necessidade de cautela, diligência e investigação na utilização de fotografias de terceiros. Por exemplo, caso a intenção seja utilizar determinada obra fotográfica em um blog, com fins comerciais envolvidos, pode ser necessário entrar em contato com o detentor dos direitos patrimoniais sobre a imagem. Talvez seja necessário adquirir os direitos para utilizar determinada obra.

Por outro lado, a obra fotográfica em domínio público, a fotografia “livre de direitos autorais” ou com licença aberta, configuram hipóteses onde a indicação de autoria pode ser suficiente. De todo modo, a cautela é sempre necessária e é sempre importante verificar as condições de uso da imagem.

4. A OBRA FOTOGRÁFICA EM DOMÍNIO PÚBLICO

O domínio público ocorre quando os direitos patrimoniais não incidem mais sobre a obra. Especificamente sobre as obras fotográficas, o prazo é de 70 anos, a contar do dia primeiro de janeiro do ano subsequente à divulgação da obra.

Os direitos morais permanecem, independentemente do tempo transcorrido. E assim, embora a obra fotográfica em domínio público possa ser utilizada, a necessidade de indicar a autoria permanece.

A fotografia “livre de direitos autorais” ou com licença aberta Bancos de imagens gratuitos são muito utilizados. É sempre recomendável verificar as condições de uso, mas em muitos casos as imagens disponibilizadas nestes sites são “livres de direitos autorais”, e podem ser usadas gratuitamente, sem que seja necessário pedir a autorização do uso diretamente ao autor da obra. Mesmo nestes casos é necessário dar os créditos ao autor.

Cabe ainda citar o projeto Creative Commons (<https://br.creativecommons.org/>), que possibilita aos autores licenciar a obra com diferentes termos, de acordo com sua vontade. São seis tipos de licença e diferentes níveis de permissões e restrições sobre o uso em cada uma delas. E na plataforma, além de ser possível publicar um conteúdo especificando a licença, pode-se também pesquisar por obras fotográficas de acordo com a licença que atenda melhor a utilização pretendida.

5. ALGUMAS MEDIDAS PRÁTICAS PODEM SER ADOTADAS

De início, como já foi mencionado anteriormente, dar os créditos e indicar de forma legível o nome do autor é uma medida importante a ser tomada.

É possível pesquisar por fotografias em bancos de imagens pagos ou gratuitos e utilizar as imagens de acordo com o licenciamento existente sobre cada obra fotográfica. Os bancos de imagens pagos podem cobrar por download ou mediante assinatura, por exemplo. Já os gratuitos, via de regra, possibilitam o uso de fotos “livres de direitos autorais”.

Além disso, a pesquisa também pode ser feita em mecanismos de busca, como o Google Imagens, sendo possível filtrar as imagens de acordo com a licença pretendida. Ao acessar o Google

Imagens, basta realizar a pesquisa com a palavra-chave que te interessa, clicar na opção “ferramentas de pesquisa”, em seguida clicar em “direitos de uso” e escolher um dos filtros disponibilizados. Assim, será possível ver diretamente na ferramenta de pesquisa opções que não tenham direitos autorais reservados.

Pedir a autorização do detentor dos direitos autorais é uma saída. Existe essa necessidade, por exemplo, nos casos em que a obra fotográfica não esteja licenciada. Se o autor não licenciou e não há uma autorização, tal como nos bancos de imagens gratuitos, para utilizar a obra será necessário entrar em contato com o detentor dos direitos autorais e obter uma autorização em escrito para o uso da foto.

CONCLUSÕES

Como visto, a utilização de obras fotográficas não pode ser feita de forma indiscriminada e o uso desautorizado configura violação aos direitos autorais. Desta forma, é fundamental que se tenha cautela na hora de escolher a foto que irá estampar a sua publicação na internet, seja nas mídias sociais, em um site, blog ou qualquer outro canal. Deve-se respeitar as licenças existentes sobre a imagem e fazer o uso da foto de modo a observar as permissões e restrições impostas. Assim, na busca por uma fotografia é necessário verificar quais são as condições de uso e se há qualquer autorização para utilização, além de dar os créditos ao autor.

USO DE TEXTOS E CONTEÚDOS NA INTERNET

Igor Manzan¹

A internet tem grande repercussão na defesa dos direitos autorais, chegando ao que alguns doutrinadores tratam como novos valores na circulação de obras intelectuais. Se antes da internet, o fluxo tradicional de distribuição de conteúdo seguia a seguinte regra: autor, indústria/mercado, usuário; nos dias atuais nos deparamos com o seguinte fluxo: autor, usuário ou usuário, usuário, o que facilita sobremaneira a reprodução e modificação de obras intelectuais.

Como vimos, o uso desautorizado de fotos postadas na internet é violação de direito autoral, mas não é só isto.

Na maioria das vezes, estas fotos, principalmente quando postadas nas redes sociais, são acompanhadas de legendas ou textos mais elaborados que compõem o conteúdo idealizado pelo autor.

¹ Igor Manzan, advogado inscrito na OAB/SP, graduado em Direito pela Universidade Paulista, atua na condução de disputas judiciais estratégicas, especialmente envolvendo marcas, patentes, desenhos industriais, direitos autorais, concorrência desleal e franquias. Atuação no Tribunal de Justiça de São Paulo, principalmente junto às Varas e Câmaras especializadas, em mais de quatrocentos processos de clientes nacionais e estrangeiros. Além dos assuntos relativos à propriedade intelectual, atende cliente de telecomunicações e atua em procedimentos arbitrais. E-mail: igormanzan@gmail.com

Considerando que a Lei de Direitos Autorais, especificamente por meio do seu artigo 7º dispõe que quaisquer obras “expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte, tangível ou intangível, conhecido ou que se invente no futuro” estão protegidas pela legislação, a violação de direitos autorais dos conteúdos publicados na internet está sujeita às mesmas sanções das violações aos direitos autorais das obras fotográficas.

A legislação especial lista as ações reputadas como violações de direitos autorais, são elas: reprodução total ou parcial; edição; tradução; distribuição; utilização direta ou indireta.

Isso significa que nunca mais poderei reproduzir uma reflexão que tenha me chamado atenção? Não é bem assim.

Na verdade, estas ações são caracterizadoras do ilícito de violação de direitos autorais quando ocorrem sem a prévia e expressa autorização do autor.

Consequentemente, a reprodução, edição, utilização, dentre outras ações, podem ocorrer sem embaraço se permitidas pelo autor do conteúdo.

Quanto a esta permissão, a Lei de Direitos Autorais prevê, em seu artigo 4º, que aos negócios jurídicos sobre os direitos autorais devem ser interpretados restritivamente. Sendo assim, ainda que o titular do direito autoral tenha autorizado a reprodução da obra em uma plataforma digital, a sua reprodução em plataforma física necessita de autorização expressa dele. Daí se tem que a autorização deve dispor sobre a forma e os formatos de reprodução da obra.

Caso não seja possível localizar o autor para a devida permissão, vale verificar se o uso que se pretende não seria autorizado pelo artigo 46, da Lei de Direitos Autorais, que lista as limitações do direito do autor.

Especificamente em relação aos textos e conteúdos escritos postados na internet, ressaltam-se:

I – a reprodução:

a) na imprensa diária ou periódica, de notícia ou de artigo informativo, publicado em diários ou periódicos, com a menção do nome do autor, se assinados, e da publicação de onde foram transcritos;

d) de obras literárias, artísticas ou científicas, para uso exclusivo de deficientes visuais, sempre que a reprodução, sem fins comerciais, seja feita mediante o sistema Braille ou outro procedimento em qualquer suporte para esses destinatários;

II – a reprodução, em um só exemplar de pequenos trechos, para uso privado do copista, desde que feita por este, sem intuito de lucro;

III – a citação em livros, jornais, revistas ou qualquer outro meio de comunicação, de passagens de qualquer obra, para fins de estudo, crítica ou polêmica, na medida justificada para o fim a atingir, indicando-se o nome do autor e a origem da obra;

VII – a utilização de obras literárias, artísticas ou científicas para produzir prova judiciária ou administrativa;

Em complemento às limitações, o artigo 47, da Lei Direitos Autorais, julga livres as paráfrases e as paródias, que não forem verdadeiras reproduções da obra originária ainda que para fins econômicos, nem lhe implicarem descrédito.

Ademais, outra limitação ao direito do autor que pode autorizar a utilização do conteúdo, é o caso do anonimato, quando não é possível identificar o autor. Nesse caso, a melhor doutrina, que a jurisprudência faz questão de acompanhar, isenta quem reproduziu de responsabilidade, ou seja, de violação de direito autoral, a ver: “a caracterização de uma obra como anônima ou pseudônima leva à grave consequência da impossibilidade de exercício de direito por quem as criou. Se não se conhece o autor ou não se pode precisar quem é ele, impossível que se lhe respeite os direitos de autoria. Significa dizer que as obras anônimas e

pseudônimas podem ser livremente representadas, executadas, publicadas ou de qualquer utilizadas, sem o consentimento de seu autor, vez que esse não pode ser identificado”² .

Por fim, a última condição que autoriza o uso de textos e conteúdos disponibilizados na internet sem a expressa autorização do autor - como amplamente se sugere neste capítulo - é a hipótese de domínio público, onde a obra pode ser utilizada sem problemas, desde que os créditos sejam dados ao autor.

Isso porque, de acordo com a Lei de Direitos Autorais, as obras acabam em domínio público depois de 70 anos da morte do autor, que são contados a partir de 1º de janeiro do ano seguinte ao falecimento. Contudo, muito cuidado, pois nos casos de obras criadas por dois ou mais autores, o período leva em consideração o falecimento do último coautor.

Feitos estes breves apontamentos quanto a paridade que os textos e conteúdos veiculados na internet têm em relação às demais obras protegidas por direitos autorais, bem como apresentação dos cenários com os quais um reproduutor em potencial de obra pode se deparar, conclui-se e orienta-se pela necessidade premente de autorização expressa do uso da obra por parte do autor desta, com exceção das obras anônimas e em domínio público, ou, alternativamente, que a reprodução se limite às relacionadas no artigo 46 da Lei de Direitos Autorais, cujas hipóteses foram exemplificadas anteriormente, sempre com a citação da fonte, sem prejuízo das paráfrases e paródias, quando estas não forem verdadeiras reproduções da obra originária, ainda que para fins econômicos, nem lhe implicarem descrédito.

Assim, o passo a passo que se propõe para utilização de conteúdo da internet que não implique em violação de direito autoral é o seguinte:

2 MENEZES, Elisângela Dias. Curso de direito autoral. Belo Horizonte: DelRey, 2007, p. 56-57

Tenha como regra que qualquer uso de texto/conteúdo precisa de autorização expressa do autor.



Existem algumas exceções (limitações do direito do autor) exemplificadas no texto, dentre as quais se destacam as obras anônimas; obras em domínio público; pequenos trechos; paráfrases e paródias que não sejam degradantes ao conteúdo original, dentre outras poucas hipóteses.



A citação da autoria ou da fonte é obrigatória, ainda que se trate de obra em domínio público.

USO DE IMAGEM NA INTERNET

Priscila Mourão Rodrigues¹

A internet nos proporciona a facilidade na disseminação de informações, a possibilidade de cruzar fronteiras inimagináveis e a oportunidade de trabalhar, crescer, aprender, ensinar, interagir, conectar, (e tantos outros verbos), tudo isso de qualquer lugar do mundo. São benefícios inquestionáveis que fazem da rede mundial de computadores algo essencial e revolucionário na atualidade.

O universo tecnológico trouxe consigo um amplo poder de transformação em todos os cenários da sociedade. Por óbvio, tais mudanças vêm causando grande impacto nas ciências jurídicas, responsáveis por regular o convívio social. Isto acaba por coagir o Estado a impor limites aos usuários, de modo a evitar abusos e violações imoderadas dos direitos das pessoas.

À medida que a tecnologia evolui, novas ferramentas são desenvolvidas e, conseqüentemente, surgem novas formas de causar danos a terceiros, sendo possível destacar, entre

1 Priscila Mourão Rodrigues, Advogada inscrita na OAB/RJ, Presidente da Comissão da Proteção e Privacidade de Dados e Propriedade Intelectual da 41ª Subseção da OAB/RJ Miguel Pereira, membro da Associação Brasileira da Propriedade Intelectual – ABPI, integrante do grupo nacional de estudos em Propriedade Intelectual da Law Talks, E-mail: contato@pmpropriedadeintelectual.com

as diversas situações: a divulgação não autorizada de imagens íntimas e/ou de cenas de nudez em aplicativos e sites de compartilhamento de conteúdo; a criação de perfis falsos em redes sociais virtuais; a indexação por provedores de pesquisa de conteúdo em desacordo com as características atuais do indivíduo; a criação de página com mensagens ofensivas a determinada pessoa ou com atribuição de características em desacordo com a atual personalidade do retratado; e a exposição abusiva da imagem de uma determinada pessoa em notícia jornalística ou em quadro de humor. Areladas ao uso indevido de imagem encontram-se também práticas de intimidação e de agressão a terceiros na internet, como o cyberbullying e a chamada pornografia de vingança. (TEFFÉ, Chiara Antonia Spadaccini de. Considerações sobre a proteção do direito à imagem na internet. Revista de Informação Legislativa: RIL, v. 54, n. 213, p. 173-198, jan./ mar. 2017²)

É perceptível que os direitos mais atingidos no mundo virtual são o direito à honra, à imagem, à intimidade e os direitos autorais. Infelizmente, o acesso irrestrito à internet acarretou o crescimento de um sentimento de impunidade. Muitas pessoas acreditam que o mau uso, e as lesões de direito que ocorrem nas redes não têm consequências.

Todavia, na realidade somos totalmente responsáveis pela maneira que utilizamos a internet e estamos sujeitos a receber sanções, nos casos de violação de direitos alheios.

Quando falamos do uso de imagem na internet, é importante abordar duas vertentes essenciais do direito: o Direito de Imagem e o Direito Autoral.

O direito à imagem recai sobre o retrato físico da pessoa humana e sobre a forma com que a sociedade a enxerga. Estamos falando da exteriorização da personalidade do titular, abarcando

² Disponível em: < https://www12.senado.leg.br/ril/edicoes/54/213/ril_v54_n213_p173.pdf >

a reprodução física de sua imagem fisionômica e suas características comportamentais.

Trata-se de um direito personalíssimo, garantido pela Constituição Federal, no artigo 5º, incisos V, X e XXVIII, e pelo Código Civil, em seu artigo 20:

Art. 20. Salvo se autorizadas, ou se necessárias à administração da justiça ou à manutenção da ordem pública, a divulgação de escritos, a transmissão da palavra, ou a publicação, a exposição ou a utilização da imagem de uma pessoa poderão ser proibidas, a seu requerimento e sem prejuízo da indenização que couber, se lhe atingirem a honra, a boa fama ou a respeitabilidade, ou se se destinarem a fins comerciais.

Em resumo, o direito de imagem está atrelado à faculdade que a pessoa tem de autorizar ou não o uso de sua imagem, em caráter lucrativo, comercial ou, ainda, meramente filantrópico, e também de impedir que sua imagem seja empregada em circunstâncias que não condizem com os verdadeiros aspectos de sua personalidade, mesmo que não haja dano à honra, à boa fama ou à respeitabilidade.

Via de regra, para que uma pessoa ou empresa possa utilizar a imagem de outrem sem infringir seus direitos, deve existir uma permissão que abarque as especificações e limitações de uso da referida imagem. A utilização de imagens de pessoas sem que haja essa autorização, é passível de indenização por danos patrimoniais e morais.

Ocorre dano patrimonial quando a imagem da pessoa é explorada com finalidade comercial/econômica, sem sua autorização. Quanto ao dano moral, ele resta configurado quando o uso da imagem acontece de forma vexatória ou ofensiva, causando evidentes danos à honra e reputação de seu titular.

Cabe ressaltar que algumas pessoas, muitas vezes em decorrência da profissão que ocupam, ficam vinculadas ao conhecimento do coletivo (ainda que não queiram). A imagem de uma pessoa que se torna pública possui diferente nível de proteção. Portanto, ocorrendo violação dos seus direitos de imagem, deverá ser feita certa valoração entre os reflexos negativos causados à pessoa e o interesse da coletividade em cada caso concreto. Se observará o direito de imagem da pessoa, mas, também, o direito à liberdade de expressão e informação da coletividade.

Contudo, o uso não autorizado da imagem da pessoa pública, com a finalidade de obter proveito econômico ou publicitário, enseja condenação por danos, conforme leis e entendimentos pacificados no Brasil.

Isto porque a vinculação de marcas/produtos à imagem de uma pessoa pública agrega valor comercial ao produto ou à marca. Para uma campanha ser associada à imagem de pessoa pública, deve haver uma licença para uso. Na licença, devem estar claros a forma, o objetivo e o tempo de uso daquela imagem e o nome ou marca que a ela será associada, devendo constar se será devida algum tipo de contrapartida financeira.

1. OS MEMES E O DIREITO DE IMAGEM

A palavra meme foi elaborada por Richard Dawkins para ilustrar o processo de transmissão da cultura na atualidade, sendo o meme, a exemplo do DNA, a estrutura social ou a ideia capaz de ser replicada e transmitida de um cérebro a outro. (DAWKINS, Richard. *O Gene Egoísta*. São Paulo: Companhia das letras, 2007. p. 114)

No geral, os memes são criados a partir de fotos ou vídeos de pessoas públicas como políticos e celebridades em geral, mas

também de pessoas anônimas e retratam situações engraçadas ou que se encaixem dentro de um contexto e/ou mensagem atrelada ao meme.

Como dissemos, a legislação estipula que para se utilizar a imagem de um terceiro é preciso que haja seu consentimento, o que apenas é relativizado quando tratar-se de pessoa pública.

Para os memes, também deve-se ponderar se o conteúdo tem como finalidade a obtenção de proveito econômico ou publicitário. Há de se ponderar ainda se o meme foi criado com a intenção de ridicularizar a imagem ali exposta ultrapassando os limites da liberdade de expressão. Ao contrário do que muitos imaginam, a violação da honra da pessoa que teve a imagem utilizada sem autorização em memes, possibilita a condenação do criador à indenização por danos ao ofendido.

Os memes são importantes instrumentos de disseminação de informações e entretenimento na era digital. Todavia, conforme explanado acima, existem diversos aspectos jurídicos que devem ser observados no momento de sua criação e transmissão, de maneira a evitar que estes acarretem em violações aos direitos alheios.

2. DIREITOS DE IMAGEM, DIREITOS AUTORAIS E O USO NA INTERNET

Existem interligações entre direito de imagem e direito autoral importantes de serem mencionadas.

Por exemplo, se um fotógrafo tira foto de determinada pessoa temos duas figuras: o titular dos direitos autorais, que é o fotógrafo, responsável pela obra fotográfica, e a titular dos direitos de imagem, que é a pessoa retratada.

Com relação ao uso de imagens da internet, convém que haja a observação dessas duas figuras, de modo a precaver possíveis violações, tanto aos direitos de imagem de outras pessoas, quanto aos direitos de autor sobre obras intelectuais.

É bem verdade que existe deficiência de instrução no que diz respeito aos direitos de imagem e direitos autorais no âmbito da internet. É comum que pessoas imaginem, erroneamente, que, ao encontrarem imagens em sites ou redes sociais, só por estarem ali expostas, estão livres para uso incondicional.

Lamentavelmente, a falta de conhecimento, somada, muitas vezes, ao falso sentimento de disponibilidade do que é encontrado na internet, faz com que existam violações de direitos em grande escala.

3. COMO NÃO VIOLAR DIREITOS ALHEIOS?

A princípio, o melhor caminho é a conscientização. Manter-se bem informado sobre os assuntos que circundam o uso de imagens na internet, faz com que as pessoas sejam cautelosas e pensem duas vezes antes de se apropriarem de imagens que pertencem a terceiros.

O indicado é :

- Utilizar imagens de autoria própria ou de domínio público;
- Entrar em contato com o detentor dos direitos autorais da imagem e com a pessoa retratada, se houver, e pedir autorização. A permissão pode ser concedida de maneira gratuita ou onerosa;
- No caso de autoria desconhecida, o indicado é não utilizar a imagem. Nada impede que um terceiro reivindique posteriormente direitos sobre a obra, o que pode causar problemas;

- Por último e não menos importante: utilizar bancos de imagem livres de direitos autorais ou com licenças amplas para uso. Alguns desses sites possuem imagens em alta resolução, de utilização gratuita.

A busca pelo conhecimento acerca dos direitos de imagem e direitos autorais pode mudar a perspectiva da sociedade, ensinando utilização mais adequada da internet. Isto permite que as pessoas protejam seus direitos, e saibam como não violar os direitos alheios, cultivando respeito e consideração pelo próximo.

PROTEÇÃO DE SOFTWARE E APLICATIVO

Débora Araujo Lopes¹

Empreender nos dias atuais é quase impossível sem tecnologia. A evolução das ferramentas e recursos tecnológicos transformou todos os mercados, obrigando os antigos empresários a se adaptarem e modernizarem, gerando novos mercados e oportunidades.

Os softwares – programas de computador – ocupam importante papel neste cenário, pois representam soluções para problemas e dificuldades de empresas e pessoas, possibilitando resultados antes não pensados em vários aspectos: financeiro, recursos humanos, organização, etc.

O advento dos aplicativos – programas de computador para dispositivos móveis como tablets e celulares – representam

¹ Débora Araujo Lopes, Advogada, especialista em Direito Empresarial pela Universidade Católica de Santos e em Propriedade Intelectual, Direito do Entretenimento e Mídia pela Escola Superior da Advocacia da OAB/SP, Presidente da Comissão de Propriedade Intelectual da OAB/Santos, Membro correspondente da Comissão de Propriedade Intelectual da OAB/SP, Coordenadora do grupo nacional de estudos em Propriedade Intelectual e membro do grupo nacional de estudos em Direito da Moda da Associação Lawtalks, sócia e diretoria da M&A Propriedade Intelectual Ltda. E-mail dealopes@gmail.com

uma nova modalidade de acesso a serviços e produtos, o que possibilitou um novo formato de negócios: as startups.

Esses itens – softwares e aplicativos – são protegidos pela Lei de Direitos Autorais, por serem considerados produtos da criatividade e do intelecto humano, porém, não se tratam de obras meramente estéticas ou intelectuais como as demais obras protegidas pela Lei 9.610/98: podem ser obras passíveis de aplicação industrial, ou seja, de comercialização e aplicação em escala no mercado e, por isso, tem regulação especial na Lei 9.609/98.

Dentre as principais disposições da Lei do Software, está o prazo de vigência dos direitos autorais para essas obras, que é de 50 anos após sua publicação, independente de registro, e a restrição de direitos morais ao autor, conforme se verá adiante.

O autor dos programas de computador é sempre o desenvolvedor, ou seja, a pessoa física que construiu o código fonte e demais estruturas do programa, exceto quando a criação do software se der por contratação de um desenvolvedor terceiro, seja por contrato de trabalho (CTL) ou contrato de prestação de serviços (PJ), desde que para essa finalidade estrita e com uso de ferramentas do contratante, ocasião em que o proprietário do programa será o contratante/encomendante (artigo 4º da Lei 9.609/98).

Porém, quando não há a separação clara dessa condição que permita diferenciar o autor e titular do programa de computador, por meio de um contrato adequado, todos os direitos autorais sobre o programa podem ser considerados do autor, ou seja, do desenvolvedor, o que pode prejudicar aquele que contratou e idealizou o programa.

Essa diferenciação é importante pois os direitos autorais têm duas naturezas: morais e patrimoniais, conforme já explanado em artigo anterior deste trabalho. Em relação ao software, os direitos morais são sempre do autor e não podem ser transferidos

ou cedidos a terceiros. Porém, não são os mesmos aplicados às demais obras autorais, reservados somente os direitos de o autor-desenvolvedor ser reconhecido e citado como tal (paternidade) e, de se opor a modificações no programa que prejudiquem sua honra ou reputação (artigo 2º da Lei 9.609/98).

Já os direitos patrimoniais abrangem os atos de comercializar o programa, o que pode ocorrer por meio de cessão, onde são transferidos todos os direitos do programa de forma integral, ou seja, o cessionário passa a ser o dono do programa; ou licença, onde se transfere apenas o direito de usar o programa sob determinadas condições, mas não se transfere a propriedade, como ilustrado no gráfico abaixo:

Cessão de programa de computador

- venda, **transferência total de propriedade** a um terceiro e de todos os direitos sobre ele -uso, comercialização, modificação (reservados os direitos morais)

Licença de programa de computador

- equivalente a locação, há apenas a **permissão de uso** do programa, que pode ser limitado a quantidade de acessos, pessoas, funcionalidades, prazo e prever direitos de comercialização (sublicença)

As licenças são aquelas que adquirimos quando pagamos para usar um software ou aplicativo de terceiro, os chamados *sas – softwares como serviço* e também quando baixamos programas *on line*, e sempre obrigam o licenciante a prestar suporte durante o prazo de validade técnica do programa.

A classificação correta do contrato é de extrema importância para o proprietário, que pode “perder” seu programa se não utilizar o instrumento adequado na hora de comercializar, além de refletir diretamente no preço da negociação, que deve ser muito mais elevado no caso de cessão e, para a licença, calculado de acordo com os direitos concedidos.

Outrossim, sabemos que as obras autorais não precisam de registro para terem sua autoria reconhecida, porém, a Lei do Software estabelece que os programas de computador – seja convencional ou aplicativo – podem ser registrados no INPI – Instituto Nacional da Propriedade Industrial.

O registro serve para tonar público e a comprovar quem é o autor do programa e quem é o titular/proprietário, trazendo segurança nas relações envolvendo o bem e também para comprovar a cópia e utilização indevida por terceiros.

O processo de registro no INPI é feito mediante o pagamento de taxa² e envio de código fonte e todas as informações técnicas do programa que o identifiquem, como linguagem, campo de aplicação, e layout. No caso de simples atualizações no programa que não impliquem alterações drásticas em sua estrutura, o programa permanece abarcado pelo registro; contudo, se houver novas versões ou modificações relevantes, é necessário um novo registro para obter essa segurança jurídica.

Feitas essas considerações, apontamos dois contratos e as seguintes medidas recomendadas para desenvolvedores e contratantes de softwares:

1. **Contrato de desenvolvimento:** seja com funcionário ou empresa terceirizada, deve prever expressamente a cessão dos direitos autorais sobre o programa a fa-

2 <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/tabelas-de-retribuicao/tabela-programa-de-computador.pdf> acesso em 16/10/2020

vor do contratante, bem como outras cláusulas como confidencialidade e não concorrência, para que o desenvolvedor não venda programa similar a empresa concorrente, por exemplo.

2. **Contrato de cessão ou transferência de tecnologia:** deve conter expressamente a cessão integral dos direitos do programa ao adquirente, sem nenhuma reserva de direitos pelo autor, exceto os morais.
3. **Contrato de licença:** deve conter expressamente no que consiste a permissão de uso do programa: quantas pessoas podem usar, quais as funcionalidades/módulos, prazo e validade da versão, valor e previsão de renovação.

Para qualquer formato, recomenda-se o registro no INPI para assegurar a propriedade.

Os programas de computador são bens que podem chegar a valores monetários extraordinários para seu titular, razão pela qual devem ser protegidos e sua comercialização realizada mediante os contratos adequados, na forma da lei própria, a fim de preservar e garantir sua melhor exploração econômica.

A PREOCUPAÇÃO COM A PROTEÇÃO DE DADOS PESSOAIS

*José Castellian Paulino¹
Livia França Silva Leon²*

Diante da crescente valorização econômica dos dados pessoais e dos inúmeros casos de violação de privacidade surgiu a necessidade de regulamentar o tratamento dos dados pessoais. É uma tendência mundial e o Brasil também está seguindo este caminho. Assim, nasceu a Lei nº 13.709/2018 - Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD).

Por que devo me preocupar com essa Lei? É simples. Porque a nova Lei de Proteção de Dados Pessoais é aplicável para **TODOS**: pessoas, empresas e órgãos públicos, independentemente do tamanho, que colem e tratem dados - inclusive em papel.

1 José Castellian Paulino, estudante de Direito (Univali), especialista em Marketing Jurídico, Designer, CEO da Lawbot e Legalium, Sócio e Diretor Jurídico na E SE CREATIVE, legal designer no SS ADVOGADOS, gestor de marketing na Bridge 101 Aceleradora. E-mail castellianjose@gmail.com

2 Livia França Silva Leon, advogada inscrita na OAB/RJ, procuradora legislativa, especialista em Direito Público pela Universidade Anhanguera-Uniderp, pós-graduada em Direito Público, GovTech e RegTech pelo Instituto New Law, Membro do grupo nacional de estudos em Propriedade Intelectual. E-mail liviafsleon@gmail.com

De que dados estamos falando? De toda informação pessoal que identifique ou possa colaborar com a identificação de uma pessoa natural. Estamos falando, por exemplo, de nome, apelido, características físicas, profissão, local de moradia ou trabalho, gostos pessoais, dados de GPS, informações de saúde e opção religiosa.

Dentro do conceito de dados pessoais, temos ainda os que devem ser mais resguardados: os **dados sensíveis**. Estes são **aqueles que podem gerar preconceito e discriminação para o seu titular**. A lei exemplifica, dizendo que dado pessoal sensível é aquele que se refira: (a) origem racial ou étnica; (b) convicção religiosa; (c) opinião política; (d) filiação a sindicato ou a organização de caráter religioso, filosófico ou político; (e) dado referente à saúde ou à vida sexual; (f) dado genético ou biométrico, quando vinculado a uma pessoa natural.

E o que não é dado pessoal? Aqueles que não são hábeis a identificar seu titular. Este conceito também abrange os dados anonimizados, ou seja, aqueles que passaram por técnicas que desassociaam os dados direta ou indiretamente ao um indivíduo.

O que é tratamento de dados? É toda operação que envolva dado pessoal. A Lei traz um rol aberto, que abrange desde a coleta e cadastro dos dados, até a transferência e eliminação. Ou seja, a partir do momento que solicitar um dado de seu cliente e tudo que você fizer com ele, é tratamento. Por exemplo: cadastro, armazenamento, transferência e transmissão.

Quando não preciso me preocupar?

- a) Quando você não precisar utilizar dados pessoais de um cliente ou colaborador;

- b) quando os dados pessoais são tratados conforme prevê a lei (artigos 7º e 11 da LGPD); e
- c) quando houver dano e este for causado por culpa exclusiva do titular dos dados (compartilhamento de senha, por exemplo).

Quais são os benefícios de se adequar à LGPD? Além da obrigação de cumprir a Lei, a adequação também traz reflexos positivos no seu negócio. Um deles é a melhoria do relacionamento com clientes e colaboradores, já que traz mais confiabilidade. Outro reflexo é o aumento da segurança jurídica na tomada de decisão. Além disso, cria condições mais favoráveis para o desenvolvimento do fluxo de dados e da segurança informacional do seu negócio, trazendo vantagem competitiva e garantia da sobrevivência da empresa.

E quais são as penalidades no caso de descumprimento da Lei? Mais uma razão para se adequar, o artigo 52 da LGPD estipula as seguintes sanções para os agentes de tratamento que infringirem as suas disposições:

Advertência
multa simples, de até 2% (dois por cento) do faturamento da pessoa jurídica, limitada, no total, a R\$ 50.000.000,00 (cinquenta milhões de reais) por infração
multa diária
publicação da infração após devidamente apurada e confirmada a sua ocorrência
bloqueio dos dados pessoais a que se refere a infração até a sua regularização
eliminação dos dados pessoais a que se refere a infração
suspensão parcial do funcionamento do banco de dados a que se refere a infração pelo período máximo de 6 (seis) meses, até a regularização da atividade de tratamento

suspensão do exercício da atividade de tratamento dos dados pessoais a que se refere a infração pelo período máximo de 6 (seis) meses, prorrogável

proibição do exercício de atividades relacionadas a tratamento de dados

E quem aplica as sanções? A Autoridade Nacional de Proteção de Dados, órgão administrativo federal responsável por zelar, implementar e fiscalizar o cumprimento desta Lei.

O que é URGENTE saber?

- ✓ Que todos os dados que você cadastrar - de clientes, fornecedores, consumidores, parceiros ou empregados - devem ter uma FINALIDADE. Ou seja, somente devem ser tratados os dados necessários para a realização do serviço ou para firmar o contrato de trabalho.
- ✓ Que toda operação de tratamento que você fizer com os dados deve ter o CONSENTIMENTO do titular desses dados. E esse **consentimento deve ser específico, expresso, e revestido de alguns cuidados:**
 - a) deve ser livre;
 - b) o titular deve ser informado da finalidade dos dados;
 - c) se o titular for menor, deve haver o consentimento de um dos genitores, e esse tratamento só pode ser realizado se for para benefício da criança ou adolescente;
 - d) o consentimento deve ser feito por meio de concordância escrita de quem vai fornecer os dados, por contrato ou termo, e somente é dispensado se o tratamento dos dados possuir outra base legal.
- ✓ Que você deve ter uma política de proteção à privacidade dos dados.

- ✓ Que você não precisa ter um funcionário específico para cuidar da proteção de dados. Esse serviço pode ser terceirizado, inclusive o encarregado.

Agora que você já sabe do que se trata a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais e da sua importância, vamos entender algumas questões mais específicas, necessárias para a adequação do seu negócio.

7.1. A IMPORTÂNCIA DOS TERMOS DE USO E DA POLÍTICA DE PRIVACIDADE

Antes de mais nada, é importante introduzir o fato de que, tanto os Termos de Uso quanto a Política de Privacidade, são documentos que buscam entregar ao usuário transparência, tanto sobre seus dados, quanto sobre as regras aos quais ele está sujeito.

7.1.1. TERMOS DE USO

Esse documento busca direcionar o cliente para como ele deve usar o seu produto, também delimitando responsabilidades, políticas de boas condutas e até mesmo proibições. Em resumo, funciona como uma espécie de contrato de adesão entre você e seu cliente. Também é utilizado como uma forma de proteção à propriedade intelectual de seu negócio.

Qual a importância? Como o termo de uso apresenta as regras e as responsabilidades de cada parte no momento da contratação, ele gera segurança jurídica ao empreendedor,

evitando problemas por desentendimento das regras, detalhes e responsabilidades.

Faz toda a diferença, pois com prevenção e segurança o seu negócio cresce de maneira saudável.

Como fazer? Cuidado! Termos de Uso são vendidos como documentos simplórios na internet, mas não é bem assim que funciona. Este documento, como já dito anteriormente, possui toda uma estrutura que visa garantir o entendimento do seu cliente sobre o que está disposto ali, além de também ser uma forma de transparecer detalhes que farão toda diferença ao decorrer do tempo.

Tal documento deve ser elaborado com muita atenção por um profissional capacitado, seja ele um profissional do Direito ou um especialista em Proteção de Dados.

Resumindo: o Termo de Uso é um documento que visa transparecer as responsabilidades, garantias e regras entre contratante e contratado, espécie de contrato de adesão e extremamente importante e indispensável para ambas as partes. Sendo assim, é uma base jurídica entre o seu relacionamento com o usuário do seu serviço/produto.

7.1.2. POLÍTICA DE PRIVACIDADE

A Política de Privacidade funciona em conjunto com os Termos de Uso, sendo parte importantíssima para a contratação de um produto ou serviço online. Ela apresenta ao usuário como que seus dados serão tratados e utilizados ao contratar o serviço/produto. Em resumo, a política irá apresentar ao seu usuário o que irá acontecer com os dados recolhidos pelo sistema, sejam dados pessoais ou apenas informativos.

Qual a importância? “Dados são o novo petróleo”. Ser transparente com seus usuários sobre o que irá acontecer com seus dados pessoais é, mais do que nunca, algo a se preocupar. E isso não só para estar de acordo com a LGPD, mas também para construir uma relação mais transparente entre contratante e contratado.

O documento também busca direcionar as responsabilidades do tratamento dos dados recolhidos e garantir o consentimento do usuário sob os termos dispostos na política. Dessa forma, o empreendedor poderá se eximir de algumas responsabilidades que a ele não cabe.

Como fazer? Tão importante quanto o Termo de Uso, tal política merece uma atenção especial, por isso, opte por contratar pessoas capacitadas para elaborar esse documento que será fundamental para seu negócio.

Para facilitar e ter clareza do será exposto nesse documento, você pode já elaborar um rascunho sobre o caminho dos dados, ou seja, desde como ele é coletado até a sua exclusão. É o *DATA MAPPING* (mapeamento de dados).

Resumindo: a Política de Privacidade visa apresentar ao cliente a forma que seus dados serão colhidos e tratados, além de direcionar as responsabilidades sobre a segurança desses dados.

7.2. PRIVACY BY DESIGN

Outro tema importante, e voltado à garantia da finalidade do tratamento de dados pessoais, é o *privacy by design*, que

significa a consideração do tratamento e da segurança de dados desde a concepção e em todas as etapas seguintes de construção de um produto digital, serviço e qualquer modelo de negócio. É o correto, porque a proteção de dados pessoais já será abordada como um dos pilares do negócio.

7.3. A FIGURA DO ENCARREGADO

O encarregado (Data Protection Officer - DPO) é a pessoa responsável, indicada pela empresa, para orientar os funcionários e os contratados a respeito das práticas a serem tomadas quanto à proteção de dados pessoais, bem como por orientar e avaliar o cumprimento da Lei. Além disso, ele serve como ponte entre a empresa e o órgão responsável por fiscalizar a proteção de dados, bem como entre a empresa e os titulares dos dados.

É obrigatória a existência desse profissional dentro das organizações, podendo ser indicado dentre os funcionários da sua empresa ou ser terceirizado. O importante é que ele possua o conhecimento necessário para exercer a função (ao menos conhecimento sobre a lei, sobre conceitos de segurança da informação e de gestão de processos).

7.4. INICIANDO A ADEQUAÇÃO

O primeiro passo para se adequar à LGPD é aceitar que **todo tratamento de dado envolve risco**. Com isso em mente, siga os passos seguintes:

1. Analise os dados que coleta para o exercício da sua atividade econômica: - quais são?; - por que precisa

deles?; - qual o caminho que eles fazem dentro da sua atividade; - o que não vale o risco?

Aqui é o momento de fazer o *data mapping* – análise do ciclo de vida do tratamento dos dados:



2. Pense nos objetivos do empreendimento e alinhe o tratamento de dados aos objetivos traçados.
3. Identifique os eventos do seu empreendimento (internos e externos) que influenciam no cumprimento dos seus objetivos, classificando-os como riscos e oportunidades.
4. Avalie os riscos e crie uma resposta a cada um deles de acordo com a sua gravidade - aqui é o momento para definir ou revisar termos e políticas da empresa e contratos, levando em consideração a proteção dos dados pessoais.
5. Estabeleça políticas e procedimentos para garantir resposta eficaz aos riscos - os procedimentos podem ser ferramentas administrativas ou tecnológicas, depende do caso.
6. Fomente cultura de proteção de dados em seu empreendimento, envolvendo seus colaboradores e funcionários através cursos e cartilhas, por exemplo.
7. Monitore e revise os processos sempre para agir em tempo e evitar um dano. Não espere os problemas baterem na sua porta.
8. E, por fim, houve violação ou dano? Não espere a vítima ou a sociedade se mobilizar e reparar os efeitos. A proatividade da empresa é levada em consideração quando for o caso de aplicação de penalidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABPI. **O que é propriedade intelectual?** Disponível em: <<https://abpi.org.br/blog/o-que-e-propriedade-intelectual/>>. Acesso em: 23 jul. 2020;

AMBITO JURÍDICO. **Direito autoral na internet.** Disponível em <<https://ambitojuridico.com.br/edicoes/revista-67/direito-autoral-na-internet/>> Acesso em: 29 set. 2020;

BADENHAUSEN, Kurt. Forbes divulga as marcas mais valiosas do mundo em 2018. **Portal Forbes Brasil.** Disponível em: <<https://forbes.uol.com.br/listas/2018/05/forbes-divulga-as-marcas-mais-valiosas-do-mundo-em-2018/>>. Acesso em: 8 ago. 2020.

BARBOSA, Denis Borges. **A violação dos direitos autorais na Internet: a regulamentação do meio eletrônico diante das inovações tecnológicas.** Disponível em <https://ambitojuridico.com.br/edicoes/revista-55/a-violacao-dos-direitos-autorais-na-internet-a-regulamentacao-do-meio-eletronico-diante-das-inovacoes-tecnologicas/>. Acesso em: 29 set. 2020;

BARBOSA, Denis Borges. **O fator semiológico na construção do signo marcário.** Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação da Faculdade de Direito da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, como requisito para obtenção do título de Doutor em Direito. 2006.

BARBOSA, Denis Borges. **Tratado da Propriedade Intelectual** – Tomo I. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2010.

_____. **O Conceito de Propriedade Intelectual.** Disponível em:<http://denisbarbosa.addr.com/paginas/home/pi_definicao.html>. Acesso em: 30 jul. 2020;

_____. **O fator semiológico na construção do signo marcário.** Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação da Faculdade de Direito da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, como requisito para obtenção do título de Doutor em Direito. 2006.

_____. **Os Direitos Autorais, sua proteção, a liberalidade na internet e o combate à pirataria.** Disponível em <https://ambitojuridico.com.br/edicoes/revista-75/os-direitos-autorais-sua-protecao-a-liberalidade-na-internet-e-o-combate-a-pirataria/>. Acesso em: 29 set. 2020;

_____. **Tratado da Propriedade Intelectual** – Tomo I. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2010.

_____. **Uma Introdução à Propriedade Intelectual**. Disponível em <<http://denisbarbosa.addr.com/arquivos/livros/umaintro2.pdf>>. Acesso em: 30 set. 2020.

_____. **Uma introdução à Propriedade Intelectual**. 2. ed. Rio de Janeiro: 2003;

BIANCO, João Carlos. **A obra fotográfica, o direito à imagem, à vida privada e à intimidade**. Ministério Público de São Paulo, v. 62, n. 189/192. São Paulo: Editora Justitia. 2000. 202-217 p.;

BITTAR, Carlos Alberto. **Direito de autor**. 7. ed. Rio de Janeiro: Editora Forense, 2019. 1-3 p.;

BOFF, Salete Oro. **Propriedade Intelectual: Marcos Regulatórios**. Editora Deviant. Edição do Kindle;

BRASIL. Congresso Nacional. **Constituição da República Federativa do Brasil**, 1988. Brasília, DF;

_____. Congresso Nacional. **Lei nº 9.279 de 14 de maio 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial**. Brasília, DF;

_____. Congresso Nacional. **Lei nº 9610 de 19 de fevereiro 1998. Regula direitos autorais**. Brasília, DF;

_____. Congresso **Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 que dispõe sobre o Código Civil brasileiro**. Brasília, DF;

CAVALHEIRO, Gabriel Marcuzzo. **Guia da Propriedade Intelectual para Empreendedores**. Edição do Kindle. 8-9 p.;

COELHO, Fábio Ulhoa. **Manual de direito comercial**. 13. ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

DAWKINS, Richard. **O Gene Egoísta**. São Paulo: Companhia das letras, 2007. 114 p.;

FACEBOOK. **Central de Ajuda: Propriedade Intelectual**. Disponível em: < https://www.facebook.com/help/1020633957973118?helpref=hc_global_nav> Acesso em: 28 de maio. 2020;

GAMA CERQUEIRA, João. **Tratado da Propriedade Industrial**, volume 1. São Paulo, 1982.

INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL (INPI). **A criação de uma marca: uma introdução às marcas e produtos e serviços para pequenas e médias empresas**. Rio de Janeiro: INPI, 2013.

_____. **Estatísticas**. Disponível em: <<https://www.gov.br/inpi/pt-br/central-de-conteudo/estatisticas>>. Acesso em: 10 out. 2020;

LABRUNIE, Jacques. **Direito de patentes: Condições Legais de Obtenção e Nulidade**. São Paulo: Manole, 2006.

LOUREIRO, Luiz Guilherme de A.V. **A Lei de Propriedade Industrial Comentada**, São Paulo: 1999.

MENEZES, Elisângela Dias. **Curso de direito autoral**. Belo Horizonte: DelRey, 2007. 56-57 p.;

NADER, Paulo. **Curso de Direito Civil**; v.4: direito das coisas, Rio de Janeiro: Editora Forense, 2006. 99-110 p.;

NEGRÃO, Ricardo. **Direito empresarial: estudo unificado**. São Paulo: Saraiva, 2008

NETTO, José Carlos Costa. **Direito Autoral no Brasil**. Editora Saraiva. Edição do Kindle;

PORTAL FORBES BRASIL. **Forbes divulga as marcas mais valiosas do mundo em 2018**. Disponível em: <<https://forbes.uol.com.br/listas/2018/05/forbes--divulga-as-marcas-mais-valiosas-do-mundo-em-2018/>>. Acesso em: 8 ago. 2020;

REVISTA CONSULTOR JURÍDICO. **Foto disponibilizada na internet não afasta direito do autor**. Disponível em: <<https://www.conjur.com.br/2020-mar-09/foto-disponibilizada-internet-nao-afasta-direito-autor>>. Acesso em: 26 de maio de 2020;

SCHMIDT, Lélío Denicoli. **Marcas: aquisição, exercício e extinção de direitos**. 2. ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2019.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SABRAE). **Como formalizar seu nome empresarial**. Disponível em: <<https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-formalizar-seu-nome-empresarial,538a634e2ca-62410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em: 10 set. 2020;

SICHEL, Ricardo. **Do Direito da Propriedade Intelectual: Uma ferramenta para o desenvolvimento econômico**. Edição do Kindle;

SILVEIRA, Newton. **Propriedade Intelectual: propriedade industrial, direito de autor, software, cultivares, nome empresarial, título de estabelecimento, abuso de patentes**. 6. ed. Barueri: Manole, 2018;

SOUZA, Alan Rocha de. et al. **Direito Digital: Direito Privado e Internet**, 3ª ed. Indaiatuba, SP. Editora Foco, 2020.

TEFFÉ, Chiara Antonia Spadaccini de. **Considerações sobre a proteção do direito à imagem na internet**. Revista de Informação Legislativa: Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/ril/edicoes/54/213/ril_v54_n213_p173.pdf>. Acesso em: 30 de Jul. de 2020.

WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION (WIPO). **Inside WIPO**. Disponível em: <<https://www.wipo.int/about-wipo/en/>>. Acesso em: 30 jul. 2020;



BRAZIL PUBLISHING

