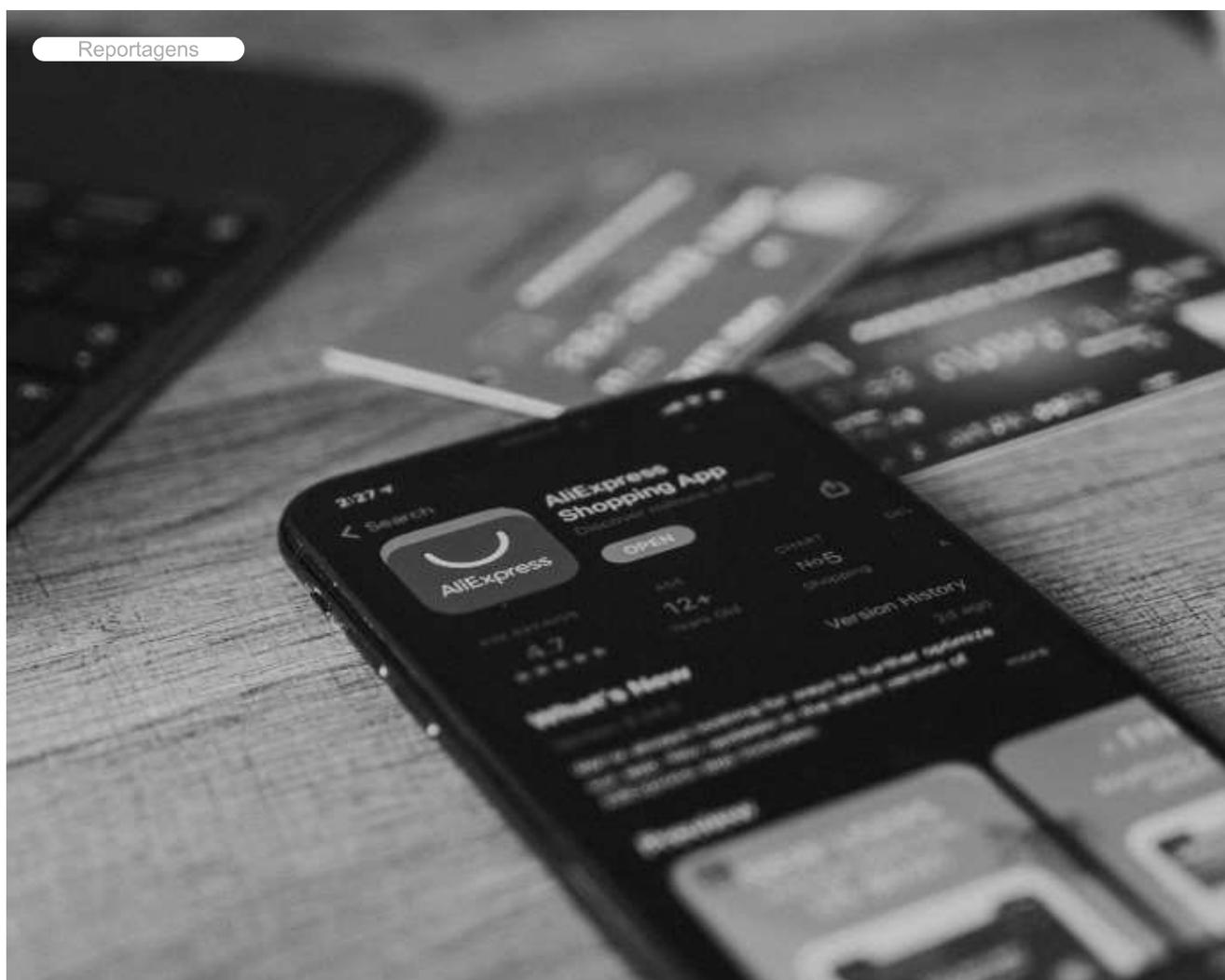


Online brand protection: a estratégia das empresas para defender a propriedade intelectual



Grifes de luxo estão intensificando o uso da tecnologia como uma estratégia para combater a pirataria online e a venda de produtos falsificados / CardMapr.nl - Unsplash



Por Luciano
Teixeira

**Compartilhar
no RSS**

Para receber
nossa
newsletter diária,
inscreva-se
aqui!

Medida é fundamental para evitar danos que podem ser irreparáveis tanto para os titulares de marcas quanto para os consumidores.

Fecha de publicación: 20/09/2023

Etiquetas: PIRATARIA, compras online, propriedade intelectual, internet e marcas

Com o crescente papel dos meios digitais na vida dos consumidores, houve um aumento significativo nas violações de propriedade intelectual no mundo virtual. Essas infrações não apenas desviam negócios, mas também prejudicam a integridade e a reputação das marcas, diminuem a satisfação dos clientes e impactam negativamente as vendas e os lucros. Para evitar problemas e perda de receita, muitas empresas estão investindo na criação de estratégias abrangentes para proteger suas marcas de forma virtual, a chamada *online brand protection*, ou a proteção de marcas *online*.

Online brand protection é um conjunto de estratégias e medidas legais adotadas para proteger ativos de propriedade intelectual no ambiente virtual, como marcas, patentes, desenhos industriais e criações protegidas por direitos autorais contra o uso não autorizado ou abusivo na internet.

Isso inclui, sem se limitar, a prevenção de falsificações, o combate à pirataria, o monitoramento de uso indevido e a manutenção da reputação da marca *online*, golpes de *phishing*, sites fraudulentos e monitoramento de *marketplaces*. Esse conjunto de medidas, na maior parte das vezes, não se limita ao titular da marca, podendo envolver também empresas terceirizadas, outros interessados na proteção da marca (como distribuidores ou representantes) e órgãos governamentais que atuam nessa frente.

Leia mais: Especialistas discutem se o PL 2.370/19 restringe ou não determinados direitos do cidadão

Um exemplo dessa prática está acontecendo com as grifes de luxo, que estão intensificando seus esforços no uso da tecnologia e na proteção de suas marcas como uma estratégia para combater a pirataria e a venda de produtos falsificados. No fim do ano passado, uma operação da polícia civil do Rio de Janeiro resultou na apreensão de uma série de produtos falsificados que estavam sendo vendidos em lojas virtuais e por meio das redes sociais.

A operação feita pelo setor de inteligência da Delegacia de Repressão aos Crimes Contra a Propriedade Imaterial (DRCPIM) encontrou diversos produtos falsificados da Gucci, Calvin Klein e Dior. Essas grifes estão adotando medidas avançadas de tecnologia, como sistemas de rastreamento e autenticação para garantir que seus produtos sejam genuínos.

Também no final de 2022, a Receita Federal uniu forças com várias marcas de luxo na Operação Krampus, que se tornou a maior ofensiva contra a pirataria já vista no Brasil. O trabalho teve a ajuda de várias grifes, incluindo Adidas, Gucci, Louis Vuitton, Mizuno, New Era, Nike e Versace. Cada uma enviou um representante para participar ativamente da operação, trabalhando em conjunto com os agentes da Receita Federal para identificar minuciosamente quais produtos eram falsificados e quais eram contrabandeados.

Confira: ANPD deve regular transferência internacional de dados pessoais

Além do envolvimento direto, as empresas também contribuíram financeiramente para parte dos custos operacionais, como o aluguel de caminhões, transporte e aquisição de materiais essenciais para o armazenamento dos produtos apreendidos, incluindo sacos e lacres. A ideia de envolver as marcas nessa operação partiu da Receita Federal, em resposta à manifestação de interesse por parte de escritórios de advocacia para deflagrar a ação.

A proteção *online* é fundamental

Para os especialistas ouvidos pela LexLatin, as medidas de proteção da marca *online* são fundamentais para evitar danos que podem ser irreparáveis, tanto para os titulares de marcas (que podem sofrer desvio de clientela, abalo reputacional ou perda do poder atrativo da sua marca) como para os consumidores, que podem ser enganados das mais variadas formas e até mesmo serem expostos a golpes ou riscos a sua saúde e integridade física.

“As violações podem ser visivelmente ostensivas e claramente identificáveis por todos, como na reprodução integral e não autorizada de uma marca registrada famosa em um anúncio *online* ou em um produto falsificado, mas também podem ser sutis, como palavra-chave em estratégias de marketing digital, com nítido caráter de concorrência desleal”, afirma **André Provedel**, associado sênior do grupo de Tecnologia e Propriedade Intelectual do **Trench Rossi Watanabe**.

Sugestão: Qual o papel da Propriedade Intelectual na defesa dos direitos relacionados aos recursos genéticos?

Há ainda os chamados "dupes", que se proliferaram sobretudo pelo TikTok, através de influenciadores que promovem produtos alternativos e mais baratos que buscam replicar ou substituir um produto que possui um valor mais elevado. Visam a recriar um produto da forma mais semelhante possível, mas por uma fração do preço. "Os dupes não tentam se passar por produtos de outra marca. Assim, não são cópias exatas e nem usam logotipo de outra marca. Mesmo que não haja reprodução ou imitação da marca, podem ocorrer violações de outros direitos, como de patentes, desenho industrial, direito autoral, concorrência desleal e *trade dress*", explica **Bruna Rego Lins**, sócia da área de Propriedade Intelectual do **Veirano Advogados**.

"A implementação de uma estratégia eficaz de *Online Brand Protection* pode variar significativamente de acordo com a indústria e o tipo de ativo de Propriedade Intelectual que se pretende proteger", analisa **Yuri Fancher Machado Castro**, sócio do escritório **Montaury Pimenta, Machado & Vieira de Mello** e especialista em *Online Brand Protection*.

Online brand protection é um conjunto de estratégias e medidas legais adotadas para proteger ativos de propriedade intelectual no ambiente virtual.

Como se proteger?

■



7

Registro de nome de domínio: garantir que o

1 nome de domínio relacionado à sua marca esteja devidamente registrado para evitar que terceiros o utilizem indevidamente.

2 **Monitoramento de uso indevido:** Acompanhar ativamente como sua marca está sendo usada na internet para identificar qualquer uso não autorizado ou prejudicial.

3 **Proteção contra falsificações:** Implementar medidas para prevenir a produção e venda de produtos falsificados que possam prejudicar sua marca.

4 **Postura pró ativa:** Adotar estratégias para enfrentar a distribuição ilegal de produtos ou conteúdo indevido com sua marca.

Fonte: Montauray Pimenta, Machado & Vieira de Mello Advogados

Online brand protection: a estratégia das empresas para defender a propriedade intelectual

Como proteger uma marca online?

O advogado dá alguns passos básicos para a proteção da marca no ambiente virtual. A primeira é uma análise abrangente do portfólio a ser protegido para garantir que todos os registros necessários sejam obtidos junto às autoridades competentes, seja no Brasil, seja no exterior. Também é fundamental utilizar ferramentas especializadas de monitoramento para identificar possíveis violações, abrangendo redes sociais, *sites*, *marketplaces*, lojas de aplicativos, Google Maps e outras plataformas *online*. Por último, partir para a prática, com ações legais diversificadas, que podem incluir *takedown requests*, envio de notificações extrajudiciais, reclamações de nomes de domínio perante a OMPI (Organização Mundial da Propriedade Intelectual) e ABPI (Associação Brasileira da Propriedade Intelectual), medidas junto a delegacias especializadas em crimes digitais.

Veia também: ESG: O valor de uma marca socialmente responsável

“Esses caminhos jurídicos combinados permitem identificar, interromper e responsabilizar infratores, protegendo efetivamente os direitos de propriedade intelectual e combatendo atividades ilegais no ambiente virtual”, diz.

No Brasil, a principal preocupação dos especialistas é a venda de produtos piratas em grandes *marketplaces*. Muitos disponibilizam programas de proteção às marcas, permitindo que os titulares se cadastrem e denunciem anúncios que infrinjam suas marcas registradas. Tais programas visam facilitar a retirada de anúncios que se utilizam de marcas conhecidas para prática de associação indevida e pirataria, bem como permitem que os titulares identifiquem e criem perfis detalhados dos infratores.

“Temos exemplos de *marketplaces* que fazem um trabalho excelente não apenas no endereçamento de denúncias por violação de marca (geralmente trazidas pelos titulares de marca), mas também no monitoramento preventivo das suas plataformas”, afirma **Pedro Tavares**, advogado da área de Propriedade Intelectual do **BMA Advogados**.

Mas, segundo o advogado, ainda há alguns *marketplaces* relevantes que não atuam de forma satisfatória para combater as violações de marcas, havendo casos, inclusive, de plataformas que são conhecidas justamente por possibilitarem a venda indiscriminada de produtos piratas. “Refiro-me, aqui, às plataformas que ficam inertes frente a casos de pirataria, agindo apenas quando instadas judicialmente e se valendo do artigo 19 do Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014) como um verdadeiro “escudo” para justificar a sua falta de atuação efetiva”, diz.

Pode te interessar: Brasil se posiciona na vanguarda ao criar Marco Legal dos Criptoativos

O artigo 19 do Marco Civil da Internet dispõe que a responsabilização civil de plataformas de Internet por danos decorrentes de atos ilícitos praticados por terceiros somente ocorrerá se a plataforma descumprir ordem judicial para retirada do conteúdo ilícito. A constitucionalidade do artigo 19 do Marco Civil da Internet está sendo analisada pelo STF.

Existem diversos caminhos jurídicos e, no fim do dia, eles vão depender da estratégia de *brand protection* adotada pelos titulares de marca. As estratégias podem variar dependendo do tipo de empresa envolvida e dos casos concretos de violação. Veja o passo a passo com medidas importantes a serem adotadas:

- O monitoramento de *marketplaces*, redes sociais e sites em geral, bem como a adoção de medidas (denúncias) junto a essas plataformas;
- Monitoramento e atuação em instâncias do “mercado *offline*” que possibilitam as infrações no mercado *online*;

- Contato constante e suporte a autoridades públicas que atuam no enfrentamento a fraudes e pirataria;
- Procedimentos administrativos/arbitrais para cancelamento de nomes de domínio que infringem marcas de terceiros;
- Notificações extrajudiciais para tentar resolver determinados casos sem precisar de intervenção judicial;
- Ações judiciais nas esferas cível e criminal, incluindo medidas cautelares como busca e apreensão de produtos e materiais.

Para **Daniel Marques**, presidente da **Associação Brasileira de Lawtechs e Legaltechs**, não basta apenas a lei para que a proteção aconteça, é necessário criar mecanismos automatizados, tecnologias de *enforcement*. “E já vemos isso acontecer, por exemplo, em plataformas como YouTube ou Instagram, que coíbem a publicação de músicas que violem os direitos autorais. Há *lawtechs* que rastreiam a marca nas redes sociais e nos *marketplaces* para identificar, denunciar e derrubar anúncios sem as devidas autorizações”, diz.

Essa é uma nova área do direito em que tecnologia, lei e *design* se unem, o que alguns chamam de *computational law*, ou *lawethics by design*.

A tecnologia tem sido uma grande aliada no combate ao uso indevido de marca e pirataria. Hoje, há programas capazes de monitorar palavras-chave, analisar e reconhecer imagens específicas, bem como identificar padrões de dados, que servem de ferramenta para uma estratégia de brand protection mais eficaz. Eles utilizam técnicas de análise de dados e inteligência artificial para identificar atividades suspeitas em diversos *marketplaces* nacionais e estrangeiros, redes sociais, lojas de *Apps*, e outros *sites online*, além de buscar padrões de comportamento, analisar grandes volumes de dados e até mesmo fazer uso de aprendizado de máquina para aprimorar constantemente sua capacidade de detecção.

Os programas de proteção de marca *online* estão se tornando mais sofisticados e capazes de detectar vendas online fraudulentas e atividades suspeitas com mais facilidade. “Isso é possível graças ao desenvolvimento de algoritmos avançados de análise de dados e monitoramento em tempo real, que permitem identificar violações e ameaças rapidamente, possibilitando uma resposta eficaz por parte das empresas”, explica Bruna Rego Lins.

O conteúdo da © LexLatin, incluindo todas as suas imagens, ilustrações, designs, fotografias, vídeos, ícones e material escrito, é protegido por direitos autorais, marcas registradas e outros direitos de propriedade intelectual, e é publicado para seus assinantes e leitores apenas para fins informativos. A reprodução, modificação, cópia, distribuição, republicação, transmissão, projeção ou exploração de qualquer forma dos materiais ou conteúdo publicado pela LexLatin não é permitida, a menos que o interessado obtenha a autorização por escrito da LexLatin.