

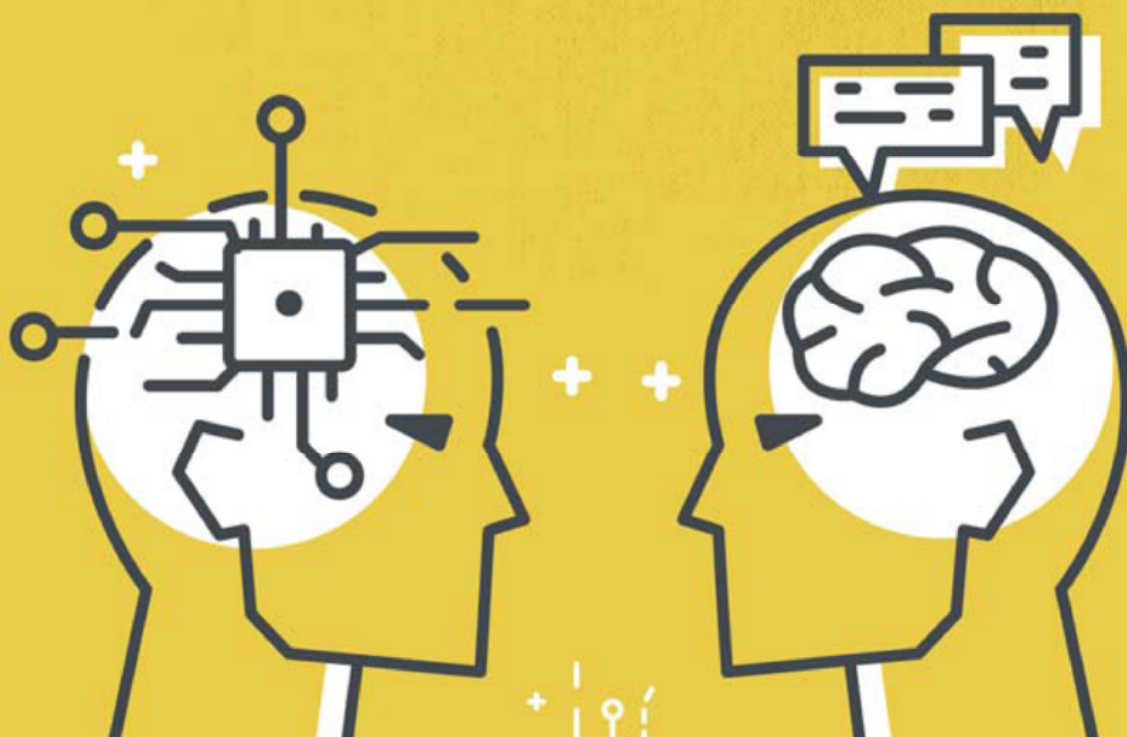


ESPECIAL

PROPRIEDADE INTELECTUAL

**CONSELHO EUROPEU DEU LUZ VERDE
À DIRETIVA QUE ENQUADRA O MERCADO ÚNICO DIGITAL**

A partir do último 26 de abril, o Dia Mundial da Propriedade Intelectual passou a considerar de uma forma diferente os "memes", os "gifs" e os "snippets" - que são fragmentos de código - que a legislação passou a proteger mais do que nunca. Por exemplo, os titulares dos direitos das músicas que alguém utilizou num vídeo podem informar as plataformas que são donos do respetivo conteúdo. Este Especial aborda a politização dos direitos de autor, a morosidade do registo de patentes, o "Bê-à-Bá" da Propriedade Intelectual e um Fórum com respostas de especialistas



REGISTO

Registo de patentes ainda é considerado difícil e moroso

Os pedidos de patentes europeias de origem portuguesa têm vindo a crescer, apesar de apresentarem um dos menores rácios *per capita* da Europa. De acordo com alguns especialistas, a falta de informação, de rapidez e os custos associados estão na origem do problema.

ANTONIO SARMENTO
asarmento@jornaleconomico.pt

De acordo com as Estatísticas sobre Invenções, Design, Marcas e OSDC publicadas pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial relativamente ao ano de 2018, os pedidos de patentes europeias de origem portuguesa passaram de 150 para 220, o que traduz um crescimento de 46,7% face ao ano anterior. "O registo de marcas continua a ser a "ferramenta" mais facilmente usada, enquanto que o registo de patentes ainda é considerado difícil e moroso. Todavia, esta tendência poderá diminuir nos próximos anos", diz Lídia Neves, advogada da Miranda & Associados.

Já Vítor Palmela Fidalgo, diretor jurídico da Inventa International, cita dados publicados pelo Instituto Europeu de Patentes (EPO) relativos ao ano de 2018, onde Portugal é dos países europeus com menor rácio *per capita*, com apenas 21,2 pedidos de patente por cada milhão de habitantes, que coloca o país no fim da tabela liderada pela Suíça, que apresenta 955,9 pedidos de patente por milhão de habitantes. "É também lamentável a falta de informação que os portugueses possuem sobre esta matéria. Com muita regularidade existem inventores que publicam as suas invenções antes de fazer a devida proteção das suas patentes, o que resulta na perda de novidade e consequente recusa destes pedidos de patente que poderiam resultar num grande retorno financeiro para os empresários portugueses e para Portugal", esclarece o especialista.

Como explica a associada coordenadora da VdA, Marta Alves Ferreira, o sistema de patentes tem um duplo propósito: "por um lado, ao divulgar publicamente uma invenção, o titular dessa invenção está a partilhar com todos a solução técnica que encontrou para um determinado problema técnico, da qual futuramente todos acabarão por beneficiar".

"Como contrapartida da divulgação pública de uma determinada

invenção, o Estado confere ao titular da patente o direito exclusivo de explorar a sua invenção durante 20 anos desde a data do pedido de patente, o que lhe atribui a faculdade de impedir terceiros de, sem o seu consentimento, explorarem a invenção protegida", diz.

Esse monopólio temporário, continua Marta Alves Ferreira, permite ao seu titular recuperar os custos de investigação e desenvolvimento da sua invenção e de continuar a investir na investigação e desenvolvimento de novos produtos, assim se incentivando a competitividade entre as empresas e a inovação e o desenvolvimento científico, tecnológico e económico dos países. "Em todo o caso, a opção pela proteção de uma invenção por via de patente deve ser bem ponderada, pois em alguns casos particulares a possibilidade de manter determinada invenção em segredo poderá fazer mais sentido", conclui.

Proteção do registo de patentes

Sobre as vantagens para as empresas em fazer o registo de patentes, Manuel Lopes Rocha, sócio coordenador da equipa de propriedade intelectual, considera que "se há

Segundo dados publicados pelo Instituto Europeu de Patentes (EPO), relativos a 2018, Portugal aé dos países europeus com menor rácio *per capita*, com apenas 21,2 pedidos de patente por cada milhão de habitantes



uma invenção que pode ter sucesso no mercado e, sobretudo, no mercado mundial, vale a pena arriscar num processo que não é rápido e que tem custos". "As vantagens são aquelas de todos os direitos de propriedade intelectual: a concessão de um exclusivo, de um monopólio sobre uma invenção e, depois, explorá-la comercialmente. No caso das patentes, o prazo de proteção é bem mais curto, vinte anos. Se não for o caso, as empresas, sobretudo as PME's, devem apostar profundamente na defesa dos seus ativos imateriais através dos segredos e know-how, como fazem muitas das suas con-

géneros europeias. Menos gastos, menos angústia, proteção imediata, desde que tenham cuidados óbvios como, aliás, o exige a nova lei, isto é, o novo Código da Propriedade Industrial", sublinha o advogado.

"A inovação é a passagem das invenções para o mercado e neste trajecto a PI tem um papel fundamental, assumindo-se na maior parte das vezes como o factor decisivo para o sucesso. Eu diria que sem boas ideias e empreendedores não existem invenções e sem a PI não existe inovação de alto valor acrescentado", esclarece Cláudia Xara Brasil, Agente Oficial de Pro-

riedade Industrial e consultora da CCA.

Manuel Durães Rocha e César Bessa Monteiro, Jr, sócios da Abreu Advogados, explicam também a vantagem do registo de patentes. "A primeira e óbvia, é garantir a propriedade de uma nova invenção e a partir daí, possuir uma vantagem patrimonial e concorrencial. Depois a obtenção da patente de invenção permite proceder à exploração exclusiva do objeto dessa invenção e bem assim, aspeto importante, permite conceder licenças de exploração da patente a terceiros. O licenciamento de patentes e as suas contrapartidas podem constituir um valor relevante no âmbito do desenvolvimento de negócios para uma empresa".

João Paulo Mioludo, Managing Associate de Propriedade Intelectual da CMS Rui Pena & Arnaut, crê que ainda não se pode dizer que o "país tenha dado o salto tecnológico necessário". "Depois ainda não temos em Portugal um cultura empresarial enraizada, capaz de perceber que a inovação, e a sua proteção, são um fator essencial de competitividade no mercado global, e que se a montante isso requer esforço e canalização de recursos para a investigação, no final pode vir a ser compensador. Têmamos presente que uma boa parte dos pedidos de patente têm origem nas universidades ou em inventores individuais", afirma.

Para alguns especialistas, a Propriedade Industrial é ainda uma área desconhecida por muitos. Só mais recentemente o público, em geral, tem vindo a ganhar sensibilidade para a importância desta área. "Salvas as exceções previstas na lei, qualquer invenção nova é patenteável, pelo que, ao registar uma patente, o seu titular está, antes de mais, a acautelar o seu direito como inventor, pelo menos, durante 20 anos, podendo, por exemplo, impedir terceiros de fabricar, oferecer, armazenar, colocar no mercado ou utilizar um produto objeto de patente", considera Natália Garcia Alves, sócia coordenadora do contencioso da Propriedade Intelectual da SRS Advogados. ●



Dado Runic/Reuters

quer local e sob qualquer meio, incluindo naturalmente o Facebook.

Criei um canal do YouTube posso falar dos produtos e marcas que gosto de usar?

Sim e não. Qualquer pessoa pode expressar publicamente as suas opiniões sobre uma empresa, produtos ou serviços e recomendá-los a familiares, amigos ou ao público em geral, sem necessidade de autorização prévia dos titulares da marca. No entanto, se a pessoa for remunerada para falar sobre certa marca ou produto, esse vídeo está abrangido pelas obrigações do Código da Publicidade. Isto significa que existe um dever de identificar de forma clara e transparente os conteúdos comerciais na internet e redes sociais como "Publicidade", "Parceria", "Oferta" ou outro termo inequívoco. De outra forma, a publicação de conteúdos remunerados será ilegal.

Tenho que sinalizar que uma publicação é publicidade com uma hashtag? Ou 'taggar' o meu parceiro comercial?

Se for feita referência a uma marca, produto ou serviço no âmbito de uma parceria, essa relação comercial tem que ser comunicada de forma muito clara. Não é obrigatório usar um hashtag ou 'taggar' o parceiro, no entanto é uma prática recomendada pela Direção-Geral do Consumidor, pois é uma forma fácil de garantir que a mensagem é compreendida pelo consumidor. Ainda que as regras não estejam previstas na Lei (quer no Código da Publicidade, quer em diplomas associados), devem ter-se em conta uma série de recomendações, nomeadamente: identificar as publicações com um hashtag #pub, bem visível – ou seja, no início da publicação; garantir que as apresentações não são falsas nem enganosas; a experiência transmitida tem de ser real;

Tenho um website sobre viagens. Encontrei uma imagem de que gosto. Posso publicar?

Deve ter-se em atenção que muitas das imagens publicadas na internet estão protegidas por direitos de autor. O facto de a imagem estar disponível na Internet não é sinónimo de utilização livre. É recomendável recorrer-se a bancos de imagens, onde os Termos e Condições sejam claros quanto às regras de publicação das mesmas em sites externos, necessidade ou não de remuneração e necessidade de referir o autor da imagem. Existem vários bancos de imagens totalmente gratuitos (nomeadamente porque usam imagens de domínio público), outros são pagos: depende de tipos de direitos o autor exige sobre aquela imagem. ●

Q&A

Bê-á-Bá da Propriedade Intelectual

Muitas das imagens publicadas na internet estão protegidas. Através deste guia, a equipa de advogados de TMT e Propriedade Intelectual da CCA explicam-lhe o que fazer em várias situações.

Criaram uma página de Facebook com o nome da minha marca registada. Que fazer?

Se o âmbito dessa página do FB for relacionado com os produtos/serviços que a sua marca registada assinala e, por isso, for susceptível de criar confusão com a sua marca, tem o direito de reagir através dos seguintes meios: - Denúncia dessa página/conta do Facebook apresentada directamente no Facebook (em "Políticas e Denúncias" - "Intellectual Property"). É possível igualmente denunciar conteúdos

inseridos numa página que infringem direitos de propriedade intelectual (como as marcas). Na denúncia (que se traduz no preenchimento de formulário do Facebook), ter-se-á que juntar a prova do registo da minha marca registada que sustenta a denúncia por violação de direitos e propriedade intelectual. Recebida a denúncia, se o FB verificar que houve violação dos direitos, pode efectivamente remover imediatamente essa página/conta ou o conteúdo denunciados. O titular dessa conta poderá recorrer dessa decisão. Se,

—
“Se a pessoa for remunerada para falar sobre uma certa marca ou produto, esse vídeo [no YouTube, por exemplo] está abrangido pelas obrigações do Código da Publicidade

porventura, a violação da sua marca não for evidente, após ter recebido a denúncia o Facebook pode abster-se de remover a página/conta ou o conteúdo e relegar a decisão para outras instâncias. Por vezes aconselha o contacto directo com o titular da página/conta, que poderá ser uma via (ainda que infelizmente na maioria das vezes ineficaz). - Pode ainda requerer uma Providência Cautelar pedindo ao tribunal (Tribunal de Propriedade Intelectual) que ordene a proibição imediata de o infractor usar a marca em questão em qual-