

# E-book

---

## Gestão estratégica de ativos intangíveis

Propriedade Intelectual • Edição 2026

Este e-book tem caráter meramente informativo e não  
deve ser interpretado como recomendação jurídica

# Editorial

A gestão da Propriedade Intelectual é um dos pilares estratégicos para empresas que desejam inovar, se diferenciar competitivamente e proteger seus ativos em um mercado cada vez mais dinâmico. Marcas, softwares, conteúdos autorais, ativos digitais e iniciativas de comunicação, entre diversas outras produções intelectuais, concentram hoje valor econômico, reputacional e estratégico, exigindo uma abordagem jurídica integrada, preventiva e alinhada aos objetivos de negócio.

Ao longo de 2025, a equipe de Propriedade Intelectual, Tecnologia e Proteção de Dados de Lobo de Rizzo se dedicou à produção de uma série de cartilhas a seus clientes e parceiros com o propósito de traduzir temas jurídicos complexos em informações acessíveis, práticas e conectadas com a realidade do mercado. Esses materiais foram desenvolvidos a partir de demandas concretas enfrentadas no assessoramento a empresas de diferentes setores, sempre com o objetivo de apoiar clientes, diretores jurídicos e executivos na compreensão desses temas e na tomada de decisões mais seguras e conscientes com vista a uma gestão mais estratégica, responsável e eficiente de seus ativos intangíveis.

Com o objetivo de permitir o acesso a esse conteúdo por um público mais amplo, este e-book reúne todas as cartilhas elaboradas pelo time, oferecendo uma visão abrangente sobre temas centrais para a gestão de ativos intangíveis, como Marcas, Nomes de Domínio, Software, Inteligência Artificial e Publicidade, Contratos de Transferência de Tecnologia, Direitos Autorais, Direito de Imagem, Games, Publicidade por Influenciadores.

Mais do que um compilado de conteúdos, este material reflete a experiência e a atuação integrada da nossa prática, que combina excelência técnica, visão estratégica e acompanhamento constante das evoluções regulatórias, tecnológicas e de mercado. A proposta é apoiar o leitor na identificação de riscos, no entendimento das obrigações legais e na adoção de boas práticas, fortalecendo o diálogo entre as áreas jurídica, de negócios, de tecnologia e de marketing.

Esperamos que este material seja uma fonte útil de consulta e reflexão, apoiando gestores e diretores jurídicos na construção de estratégias sólidas e alinhadas às melhores práticas do mercado.

**Boa leitura!**

# Sumário

04

Marcas

07

Nomes de domínio

10

Software

14

Inteligência Artificial e Publicidade

17

Transferência de Tecnologia

22

Direitos Autorais

26

Direitos de Imagem

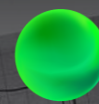
31

Games

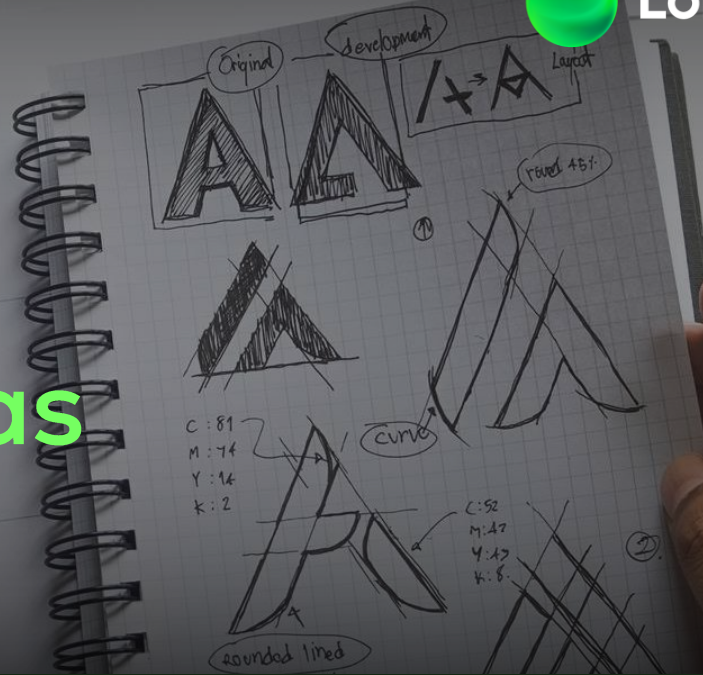
38

Publicidade por Influenciadores





# Marcas



## Introdução

A gestão estratégica da marca é essencial para aumentar a visibilidade e proteger os direitos de qualquer organização. Em um mercado cada vez mais competitivo, a marca se destaca como um dos ativos intangíveis mais valiosos das organizações, representando um ativo financeiro estratégico que garante a exclusividade do uso em todo o território nacional e um instrumento para diferenciar produtos e serviços de concorrentes no mercado.

Pensando nisso, nosso time de Propriedade Intelectual, Tecnologia e Proteção de Dados preparou esta cartilha para compartilhar sua experiência e boas práticas para gestão marcas, além de medidas preventivas contra ações de terceiros.

## Regulamentação específica



Lei nº 9.279/1996  
(Lei de Propriedade Industrial)



Manual de Marcas do INPI

# Boas práticas



## Registre as Marcas

No Brasil, a titularidade e exclusividade sobre uma marca são, em regra, concedidas àquele que primeiro a registra no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). Portanto, é fundamental que a organização registre todas as marcas para evitar que terceiros usem ou se apropriem de marcas conflitantes

---



## Evite o Uso de Termos Comuns

Para obter o registro no INPI, a marca deve ser distintiva e não gerar confusão com marcas de terceiros. Recomenda-se optar por termos criativos e não genéricos ao criar uma marca, pois termos comuns aumentam o risco de conflitos e podem comprometer a exclusividade e as chances de registro da marca.

---



## Armazene Evidências de Uso da Marca

Para evitar a extinção do registro da marca por desuso, é crucial que ela seja efetivamente utilizada. Recomendamos manter um repositório atualizado com evidências de uso público das marcas registradas. Essa prática ajudará a demonstrar o uso contínuo e a prevenir a extinção por caducidade.

---



## Mantenha o Portfólio Atualizado

Alinhar o portfólio de marcas à estratégia de negócios garante que ele reflita todos os produtos e serviços da organização, fortalecendo a identidade e exclusividade no mercado. Além disso, manter o portfólio atualizado evita registros defasados e protege a marca de forma mais eficaz.

---



## Monitore o Mercado e Pedidos de Terceiro

O monitoramento contínuo permite identificar possíveis infrações ou pedidos conflitantes, possibilitando ações rápidas para evitar o uso indevido da marca ou de marcas semelhantes que possam prejudicar a organização.

# Principais benefícios

**Exclusividade:** a marca registrada garante uso exclusivo em todo o território nacional, fortalecendo o posicionamento da organização e agregando valor.






**M&As:** marcas protegidas tendem a aumentar o valor de mercado da organização e facilitar negociações, além de reduzir custos com a regularização da proteção das marcas adquiridas.

**Proteção Legal:** a marca registrada permite a organização tomar medidas legais contra o uso não autorizado por terceiros.

**Redução de Custos:** marcas bem geridas facilitam a proteção contra violações, reduzindo gastos com medidas que tendem a ser custosas (ex.: ações judiciais e negociações).

**Geração de Receita:** marcas registradas podem ser exploradas comercialmente ou mesmo licenciadas a terceiros, gerando receitas adicionais para a organização.

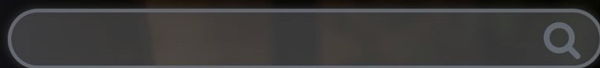
## Etapas do registro

-  Pesquisa de viabilidade da Marca
-  Pedido de Registro de Marca
-  Exame formal e Período de Oposições
-  Exame de Mérito do INPI
-  Concessão do Registro de Marca



Expedição de Certificado

Gestão por  
**10 anos**



# Nomes de domínio

## Introdução

No mundo digital, a presença on-line é essencial para indivíduos e organizações que desejam se destacar e alcançar seu público-alvo. Somente no Brasil, o complexo de nomes de domínio ultrapassa a marca de 5 milhões de registros vigentes no país, sendo os titulares das mais variadas naturezas (i.e., pessoas físicas ou jurídicas, nacionais ou estrangeiras).

Saber escolher um domínio pode parecer simples, mas, exige atenção de seu titular. Pensando nisso, preparamos esta cartilha contendo dicas para que você escolha e proteja esse ativo.

## Regulamentação específica



Decreto nº 4.829/2003  
(Dispõe sobre a criação do Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI.br)



Resolução CGI.br/RES/2008/008/P  
(Dispõe sobre procedimentos para registro de nomes de domínio)

# Boas práticas



## Realize uma busca prévia junto aos bancos de dados do Registro.br e INPI para verificar a disponibilidade do termo pretendido

Fazer uma busca prévia junto ao Registro.br e INPI não apenas permitirá a confirmação da disponibilidade do termo de interesse, como também evitará o registro de nome de domínio composto por expressão já registrada como marca por terceiros no INPI.



## Registre o nome de domínio

A exclusividade de um nome de domínio é assegurada ao primeiro requerente que efetuar o registro, independentemente do segmento de mercado ou área de atuação. Diferentemente do registro de marcas, cuja proteção é delimitada por classe de atividade econômica, o registro de domínio possui distinção por segmento de mercado, sendo atribuído a quem solicitar o registro primeiro.



## Registre variações de seu nome de domínio para aumentar a proteção

Registrar um domínio não impede que terceiros registrem outros domínios próximos ou com variações de termos, ainda que mínimas (ex. acréscimo de 1 letra à expressão). Recomendamos o registro das principais variações do nome de domínio para impedir que terceiros façam registro e uso de domínio semelhante, aumentando a proteção e reduzindo as chances de confusão.



## Registre uma versão internacional de seu nome domínio

Obter um registro brasileiro para o nome de domínio conferirá proteção a ele apenas em relação a outros domínios nacionais. Para aumentar a abrangência territorial da proteção dos direitos, é recomendável também o registro do domínio e variações no sistema internacional (".com" ou ".net").



## Unifique a estratégia de proteção de nomes de domínio com outros ativos de propriedade intelectual

Recomendamos que você registre um nome de domínio que remeta a outros ativos de propriedade intelectual, como marcas registradas. Esta medida não apenas uniformizará a proteção de seus direitos, evitando registro por terceiros de termos considerados estratégicos, como também auxiliará o posicionamento perante o mercado.



## Proteja seus direitos contra o uso indevido por terceiros

Identifique e coíba práticas abusivas, como o registro indevido de domínios semelhantes (cybersquatting e typosquatting). O Sistema Administrativo de Conflitos de Internet (SACI-Adm) é uma solução ágil e eficaz para contestar registros de domínios “.br”, permitindo o cancelamento ou a transferência do domínio em até 90 dias.

A Câmara de Solução de Disputas Relativas a Nomes de Domínio (CASD-ND), vinculada ao Centro de Solução de Disputas da ABPI (CSD-ABPI), foi constituída especificamente para resolver conflitos de nomes de domínio “.br” no âmbito do SACI-Adm, sendo uma das entidades credenciadas junto ao Nic.br (assim como a WIPO e a CCBC).

## Principais benefícios

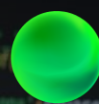
**Exclusividade e Proteção:** o registro do nome de domínio confere exclusividade do uso de determinado termo no ambiente digital, seja para um site institucional ou e-commerce. Diferentemente do registro de marca, que garante exclusividade em um segmento específico, o domínio é concedido sem distinção de áreas para o primeiro que solicitar o registro.

**Credibilidade:** o domínio próprio registrado transmite confiança e gera credibilidade à organização e sua marca.

**Visibilidade e Estratégia:** domínios registrados contribuem para estratégias de SEO (Search Engine Optimization), otimizando o posicionamento de termos estratégicos nos mecanismos de busca e aumentando a visibilidade no ambiente digital.

**Branding e Reconhecimento:** o domínio próprio personalizado contribui para o fortalecimento da identidade da organização e marca, facilitando a associação do nome ao negócio e sua localização no ambiente digital, fator essencial em mercados cada vez mais competitivos.

**Extensões e subdomínios:** o domínio próprio possibilita a criação de subdomínios e a instalação de plug-ins e outras ferramentas que agregam funcionalidades ao site.



# Software

## Introdução

O software é um ativo estratégico, que impulsiona a inovação e a competitividade no mercado global. Sujeito à proteção por direitos autorais e, a depender do país, por direitos de patentes, o software permite às empresas desenvolverem soluções customizadas, otimizarem processos, criarem produtos e serviços, além de se posicionarem de forma diferenciada em um cenário econômico cada vez mais digital, competitivo e dinâmico.

A proteção de um software, porém, exige a adoção de um conjunto de medidas legais, técnicas e práticas destinadas a assegurar os direitos de propriedade intelectual de seu titular e prevenir usos indevidos, cópias não autorizadas e atos de concorrência desleal.

Pensando nisso, preparamos esta cartilha contendo dicas para proteção desse importante ativo.

## Regulamentação específica



Lei de Software  
(Lei nº 9.609/98)



Lei de Direitos Autorais  
(Lei nº 9.610/98)

# Boas práticas



## Registre o software junto ao INPI

Embora opcional no Brasil, o registro de software é altamente recomendado e pode ser realizado junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). Esse registro constitui um importante instrumento para reforçar a proteção jurídica do software e facilitar a comprovação de sua titularidade. O processo é inteiramente eletrônico, e o INPI costuma levar, em média, dez dias úteis para a análise e emissão do certificado de registro. Importante destacar que o código-fonte do software não é compartilhado com o INPI, garantindo a confidencialidade das informações do programa.

---



## Documente o histórico do processo de desenvolvimento do software

Mantenha um registro interno detalhado sobre o histórico do desenvolvimento do software próprio. Recomenda-se, por exemplo, elaborar planilha ou relatório interno que contenham os nomes dos desenvolvedores de cada software, acompanhados de um breve descritivo do vínculo (como sócio, prestador de serviços, pessoa jurídica, pessoa física ou empregado contratado) e das funções exercidas.

---



## Formalização de contratos e transferência de direitos autorais

Formalize contratos com todas as partes envolvidas no desenvolvimento do software, sejam colaboradores, prestadores de serviços ou sócios. Esses contratos devem conter cláusulas específicas que tratem da cessão de direitos autorais e de propriedade intelectual, garantindo que a titularidade do software seja devidamente transferida. Além disso, inclua disposições claras sobre confidencialidade, responsabilidades e eventuais restrições ao uso do software por terceiros.

---



## Proteção do código-fonte

Adote medidas para proteger o código-fonte do software. Dentre elas, as principais são: a implementação de restrições de acesso por meio de sistemas de controle de permissões, o uso de ferramentas de controle de versão com auditorias regulares e a assinatura de acordos de confidencialidade (NDAs) com todos os envolvidos no desenvolvimento. Também é recomendável armazenar o código-fonte em repositórios seguros e monitorar possíveis acessos não autorizados, garantindo a integridade e a confidencialidade das informações.



## Revise a documentação de licenciamento do software

Analise cuidadosamente todos os documentos utilizados para licenciar o software com terceiros. É fundamental que tais documentos estabeleçam, de forma clara e precisa, o período, os termos e as condições de uso da licença. Por exemplo, a licença deve especificar ao usuário o prazo de validade da versão comercializada, as limitações de uso, as condições para renovação ou rescisão, e, se aplicável, prever a oferta de suporte técnico, incluindo prazos, responsabilidades e eventuais custos associados.

Também é recomendável verificar se as cláusulas atendem às legislações vigentes e aos direitos do consumidor, especialmente no caso de licenças voltadas ao mercado de consumo final. Essa revisão contribui para evitar ambiguidades contratuais e garantir maior segurança jurídica.



## Assegure a conformidade com a LGPD e implemente boas práticas de IA

Se o software realizar o tratamento de dados pessoais, é imprescindível garantir a conformidade com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), assegurando a proteção dos direitos dos titulares e a adequação às normas vigentes. Além disso, caso o software utilize Inteligência Artificial (IA), recomenda-se a adoção de práticas voltadas à gestão de riscos, como a realização de auditorias periódicas dos algoritmos para identificar e mitigar vieses discriminatórios, a garantia da explicabilidade das decisões tomadas pelo sistema para promover maior confiança e previsibilidade, e a transparência em todas as etapas do desenvolvimento e da utilização da IA, com informações claras sobre finalidades e limitações. Essas medidas fortalecem a segurança jurídica, a confiabilidade do software e a adesão aos princípios éticos e legais.

# Principais benefícios

**Titularidade e transparência:** Registrar um software no INPI gera uma prova de titularidade, reduzindo custos com a resolução de eventuais conflitos ou dúvidas envolvendo a propriedade do software. Além disso, adotar boas práticas na proteção do software não somente tende a aumentar o valor do ativo, como proporciona maior segurança jurídica à organização e transparência com terceiros, como investidores, parceiros comerciais, entre outros.

**Auditorias e compliance:** Manter boas práticas de segurança e de documentação do software tendem a diminuir os custos operacionais, facilitando auditorias internas e externas. Isso também contribui para a confiança de clientes e parceiros, além de oferecer maior visibilidade em relação à conformidade do sistema com normas e regulamentos.

**Cessão de direitos de PI e propriedade:** Incluir cláusulas claras de cessão de direitos de propriedade intelectual nos contratos com desenvolvedores assegura a propriedade do titular sobre os direitos sobre o software criado, reduzindo custos em eventuais disputas judiciais e/ou extrajudiciais.

**Proteção e confidencialidade de informações:** A proteção do código-fonte garante a integridade e confidencialidade do software, prevenindo o uso não autorizado, a reprodução indevida e o vazamento de informações. Essas medidas reduzem o risco de plágio e uso indevido da propriedade intelectual, assegurando maior controle sobre o desenvolvimento e uso do software, e sobre os segredos comerciais e as informações estratégicas relacionadas ao software.

**Conformidade Legal e Regulatória:** Estar em conformidade com a legislação aplicável contribui para evitar a imposição de sanções e multas por parte das autoridades competentes, além de assegurar que as informações dos usuários e clientes sejam tratadas de acordo com os direitos previstos na legislação, o que aumenta a confiança do público.

## Etapas do registro



### 1ª Etapa: Providencie a documentação necessária

- Nome do titular do software
- Nome dos desenvolvedores do software
- Datas de criação e de publicação do software
- Realizar a transformação da documentação técnica (código-fonte) em resumo digital hash
- Informações gerais sobre o software, como campo de aplicação, linguagem e tipo de programa
- Declaração de veracidade e procuração assinadas via certificado eletrônico
- Taxa oficial do INPI e comprovante de pagamento



### 2ª Etapa: Deposite o pedido de registro no INPI

- Apresente os documentos e informações ao INPI para análise
- O processo é inteiramente eletrônico e realizado via plataforma e-software
- O código-fonte do software não é compartilhado com o INPI, garantindo a confidencialidade das informações do programa



### 3ª Etapa: Análise e emissão do certificado de registro

- O pedido será analisado pelo INPI
- O processo leva, em média, dez dias úteis para ser concluído
- O certificado de registro é válido pelo prazo de 50 anos contados do dia 1º de janeiro da data de criação informada no depósito



# Inteligência Artificial e Publicidade

## Introdução

A ascensão do uso da inteligência artificial em anúncios publicitários tem levantado uma série de questões éticas e jurídicas ainda pouco exploradas. Embora a tecnologia ofereça novas oportunidades criativas, ela também evoca desafios éticos e jurídicos, como a desinformação, a manipulação da percepção do público e o uso indevido de imagem. Apesar da falta de regulamentação específica, normas gerais, como as previstas no Código Civil e no Código de Defesa do Consumidor, oferecem diretrizes para a análise de casos que envolvem a tecnologia.

Com o avanço da tecnologia, o debate sobre o assunto se torna essencial para garantir transparência e respeito aos direitos individuais.

## Regulamentação específica



Atualmente, não há legislação específica que regule o uso de Inteligência Artificial (IA) na publicidade, tornando fundamental a interpretação das normas existentes e o acompanhamento de propostas legislativas, diretrizes de boas práticas e decisões de órgãos relevantes do setor, como o CONAR. Embora não seja proibido, o uso de IA em peças publicitárias exige cuidados para garantir conformidade e responsabilidade na comunicação.

# Boas práticas



## Programas de Governança sobre Inteligência Artificial

Empresas que utilizam IA (não apenas para fins publicitários) devem adotar abordagens preventivas e transparentes, antecipando-se a possíveis regulamentações. Para isso, é importante implementar um programa de governança abrangente, que englobe, entre outras medidas, a capacitação de seus colaboradores.

---



## Transparência

Informar ao consumidor, de maneira clara e precisa, que o conteúdo foi gerado por IA, garantindo transparência e prevenindo indução ao erro.

---



## Direito de Imagem

Obter consentimento expresso para uso da imagem de pessoas reais, observando-se os limites de tal autorização. No caso de figuras fictícias, verificar as condições de uso da plataforma em que foram obtidas.

---



## Veracidade

Evitar o uso de imagens geradas por IA para ilustrar produtos reais, prevenindo questionamentos sobre a autenticidade da imagem.

---



## Plataformas confiáveis

Utilizar plataformas de IA de reconhecidas, que ofereçam proteção contra violações de direitos autorais e de imagem.

---



## Revisão Humana

Assegurar que todo conteúdo passe por revisão humana para verificar a precisão de informações.

# Caso de Destaque

## Caso Volkswagen – Elis Regina

Em agosto de 2023, o CONAR se deparou com seu primeiro (e único, até o momento publicado) caso envolvendo o uso de inteligência artificial na produção de um anúncio publicitário: A campanha "VW Brasil 70: o novo veio de novo", da Volkswagen do Brasil. O anunciante utilizou IA para recriar a imagem da cantora Elis Regina, falecida em 1982, cantando a música "Como nossos pais" ao lado de sua filha, Maria Rita.

A decisão adotou uma abordagem cautelosa em relação à tecnologia, especialmente no que diz respeito ao uso da técnica de *deepfake*, focando na questão mais ampla da utilização da imagem de pessoas falecidas para fins comerciais. O CONAR entendeu que a legislação civil vigente já oferece parâmetros para esses casos e, considerando que os herdeiros haviam consentido com o uso da imagem, não identificou irregularidades.

Outro fator avaliado foi a forma como a pessoa falecida foi representada na campanha. O CONAR considerou que a abordagem respeitava sua memória e a percepção pública sobre sua figura, destacando que sua participação se limitava a interpretar uma de suas canções. Apesar de não identificar ilegalidades, o CONAR recomendou que os anunciantes informem, de maneira clara, quando aplicarem a tecnologia de IA em anúncios publicitários, visando evitar possíveis equívocos na compreensão do público.



# Transferência de Tecnologia

## Introdução

A transferência de tecnologia permite que empresas explorem seus ativos intangíveis com segurança, gerando receita e impulsionando o crescimento de seus negócios. Os contratos que viabilizam essa transferência podem ser celebrados com titulares no Brasil ou no exterior.

A escolha da modalidade contratual é uma decisão estratégica, pois cada modalidade apresenta particularidades que impactam a proteção jurídica e as condições para exploração comercial da tecnologia, exigindo cautela na definição do modelo adequado.

Pensando nisso, elaboramos esta cartilha contendo os principais aspectos jurídicos dos contratos de transferência de tecnologia no Brasil, suas modalidades e boas práticas para negociações seguras e eficientes.

## Regulamentação específica



- Lei de Propriedade Industrial (Lei nº 9.279/1996)
- Lei de Software (Lei 9.609/1998)
- Lei de Franquia (Lei 13.966/2019)
- Lei de Topografia de Circuito Integrado (Lei nº 11.484/2007)



- Portaria INPI nº 26/2023
- Portaria INPI nº 27/2023

# Contratos que o INPI registra ou averba

**Licença de Direitos:** autoriza terceiros a exploração, temporariamente, de marcas, patentes, desenhos industriais e topografias de circuitos integrados registrados ou concedidos no Brasil.

**Cessão de Direitos:** transfere, em caráter definitivo, a titularidade de patentes, marcas, desenhos industriais ou topografias de circuitos integrados registrados ou concedidos no Brasil.

**Fornecimento de Tecnologia:** define condições para aquisição definitiva ou licenciamento temporário de conhecimentos e técnicas (*know-how*), incluindo cessão de software com código-fonte e fornecimento de informações tecnológicas para produção de bens e serviços.

**Prestação de Serviços de Assistência Técnica e Científica:** obtenção de técnicas, métodos de planejamento, pesquisas, estudos e projetos para execução ou prestação de serviços especializados.

**Franquia:** concede, temporariamente, um modelo de negócio com uso de marcas, exploração de patentes e/ou prestação de assistência técnica, podendo incluir outras formas de transferência de tecnologia.

## Boas práticas



### Licença de Direitos

Verifique se os ativos licenciados estão registrados ou possuem pedidos válidos no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) e se a parte licenciante detém os poderes necessários para realizar o licenciamento. Além disso, o contrato deve incluir: **(a)** o número do registro ou pedido no INPI; **(b)** as condições relacionadas à exclusividade ou não da licença e se existe permissão para sublicenciamento; **(c)** os valores e forma de pagamento negociadas (percentual sobre venda líquida, valor por unidade ou fixo); **(d)** o prazo, que não pode exceder a vigência dos ativos licenciados.

Com relação a ativos envolvendo patentes, desenhos industriais e topografia de circuito integrado, os pedidos ainda não concedidos terão a remuneração suspensa até registro/concessão pelo INPI. Quando registrado/concedido, a empresa deverá solicitar ao INPI alteração do Certificado de Averbação, retroagindo a remuneração à data do início do prazo do contrato ou do aditivo no INPI.



## Cessão de Direitos

Confirme a disponibilidade e validade dos ativos no INPI, bem como a legitimidade e poderes do cedente para realizar a cessão. A cessão transfere, em caráter definitivo, marcas, patentes, desenhos industriais ou topografias de circuitos integrados. Por isso, é fundamental verificar se há ônus, pendências ou restrições que possam impedir ou prejudicar a transferência.

Além da assinatura do instrumento de cessão pelas partes, deverá o cessionário requerer ao INPI a anotação da transferência de titularidade do ativo. Para requerer a anotação da cessão é necessário que o ativo esteja regularmente depositado ou registrado/concedido no INPI.

No caso de marcas, a cessão deve incluir todos os registros ou pedidos de marcas iguais ou semelhantes para produtos ou serviços relacionados, sob pena de cancelamento ou arquivamento dos pedidos ou registros não cedidos.



## Fornecimento de Tecnologia

O contrato deve descrever detalhadamente os conhecimentos e dados técnicos para garantir a absorção eficiente do *know-how* e sua correta implementação.

A remuneração pode ser baseada em percentual sobre a venda líquida do produto resultante da tecnologia ou em valor fixo por unidade ou montante fixo. Se houver pagamento adicional por assistência técnica, o contrato deve indicar o número de técnicos e suas diárias.

O contrato de fornecimento de tecnologia poderá prever a licença ou fornecimento definitivo dos conhecimentos e técnicas (*know-how*).



## Prestação de Serviços de Assistência Técnica e Científica

Define claramente o escopo, etapas, prazos e entregas. O contrato deve detalhar custos conforme o número de técnicos, suas qualificações, horas/dias trabalhados, taxa por hora ou dia e o valor total estimado.

Por não caracterizarem transferência de tecnologia, alguns serviços técnicos estão dispensados de registro pelo INPI, como: **(a)** agenciamento de compras/logística; **(b)** serviços no exterior sem técnicos brasileiros; **(c)** manutenção, reparo e supervisão de equipamentos; **(d)** homologação e certificação de produtos; **(e)** consultorias financeiras, comerciais, jurídicas e remotas sem geração de documentos; **(f)** suporte, personalização, treinamento, licenciamento, distribuição e aquisição de software.



## Franquia

O contrato deverá indicar os pedidos e/ou registros no INPI, além da descrição detalhada da franquia e do modelo de negócio, incluindo condições de exclusividade e subfranqueamento. O contrato deve ser acompanhado da Circular de Oferta de Franquia (COF) ou declaração de recebimento da COF.

A COF deve ser entregue ao franqueado pelo menos dez dias antes da assinatura do contrato e conter, dentre outras informações: histórico da empresa, balanços financeiros, perfil do franqueado ideal e situação das marcas e patentes no INPI.

A remuneração pode incluir taxa de franquia (valor fixo inicial), *royalties* (percentual sobre vendas líquidas), taxa de publicidade (percentual sobre vendas) e outras taxas.

## Principais benefícios

**Exploração econômica:** Os contratos de transferência de tecnologia possibilitam a exploração econômica de ativos intangíveis, tornando-se uma fonte estratégica de renda. Ao permitir a aquisição ou o uso de *know-how* e ativos de propriedade industrial, a transferência de tecnologia contribui para o desenvolvimento econômico e o acesso de empresas a novos mercados.

**Combate à concorrência desleal:** Os contratos de transferência de tecnologia permitem que as partes definam claramente seus direitos e deveres sobre o uso da tecnologia, bem como estabeleçam cláusulas específicas que restrinjam o receptor da tecnologia de utilizá-la para fins não autorizados e/ou impeçam as partes contratantes de repassar informações confidenciais a terceiros. Isso assegura maior controle sobre ativos estratégicos, como *know-how*, marcas e patentes, protegendo o diferencial competitivo das empresas e garantindo que uso dos ativos seja benéfico às partes.

**Mitigação de riscos:** Um contrato bem elaborado reduz o risco de conflitos entre as partes, tornando as condições de uso da tecnologia mais claras. Além disso, as partes podem definir o foro competente ou optar por métodos alternativos de resolução de disputas, como a arbitragem, garantindo uma solução mais célere e eficiente para eventuais controvérsias.

**Segurança jurídica:** Registrar ou averbar um contrato de transferência de tecnologia no INPI assegura às partes o reconhecimento da operação pelo INPI, oferecendo uma prova concreta das condições básicas acordadas entre elas, o que pode ser crucial no contexto de disputas legais, negociações e/ou até mesmo para a obtenção de incentivos fiscais e benefícios relacionados à inovação e ao uso de tecnologia. Além disso, o registro/averbação é essencial para garantir a eficácia do contrato perante terceiros, conferindo maior segurança jurídica às partes envolvidas.

# Etapas do registro ou averbação perante o INPI

O procedimento de registro ou averbação perante o INPI é totalmente eletrônico e leva em média 30 dias corridos para ser concluído. A documentação apresentada não será divulgada pelo INPI ao público, garantindo a confidencialidade sobre o contrato e anexos. Em resumo, o procedimento é composto pelas seguintes etapas:

1

## Providencie a documentação obrigatória

- Informações básicas
  - Partes contratantes
  - Modalidade de transferência
  - Objeto do contrato
  - Valor do contrato
  - Prazo de vigência do contrato
- Cópia do contrato, aditivos e/ou faturas
- Procuração
- GRU e comprovante de pagamento

2

## Deposite o pedido de registro no INPI

- Apresente a documentação obrigatória ao INPI
- O processo é inteiramente eletrônico
- Guarde uma cópia do comprovante de protocolo emitido pelo sistema do INPI

3

## Aguarde o exame do INPI

- A documentação será examinada pelo INPI em até 30 dias corridos
- O certificado de averbação ou registro conterá as informações básicas do contrato e será válido conforme prazo/regras de vigência do contrato
- A documentação (exemplo: cópia do contrato e seus anexos) é mantida em sigilo pelo INPI durante e após o processo de registro ou averbação

## Com a publicação das Portarias INPI nº 26 e 27 de 2023, deixaram de ser obrigatórias as seguintes exigências

- Rubrica em todas as páginas dos contratos e seus anexos.
- Apresentação do Contrato/Estatuto Social das partes envolvidas.
- Apresentação de Ficha Cadastro.
- Notarização e apostilamento/consularização de documentos assinados digitalmente no exterior.
- Assinatura da documentação enviada ao INPI via Certificado ICP-Brasil (passam a ser aceitos documentos assinados digitalmente sem ICP-Brasil).
- Subscrição de duas testemunhas em contratos assinados no Brasil.



# Direitos Autorais

## Introdução

Você já parou para pensar no que garante que um autor receba os créditos – e os ganhos – por sua criação? É aí que entra o **Direito Autoral**. Sua missão é proteger obras intelectuais dentro de um território específico, assegurando aos autores dois pilares fundamentais: os direitos patrimoniais, que garantem retorno financeiro, e os direitos morais, que reconhecem a autoria e a integridade da obra.

Mais do que uma proteção jurídica, o Direito Autoral é um incentivo à criatividade. Ele valoriza quem cria, estimula a produção cultural, artística e científica, e assegura que cada obra chegue ao mundo com o devido reconhecimento ao seu criador.

No contexto dos setores criativos, a observância aos direitos autorais não apenas contribui para evitar litígios, como também assegura solidez contratual, viabilidade de exploração econômica e valorização da obra no mercado.

Pensando nisso, preparamos esta cartilha com os principais aspectos jurídicos relacionados aos direitos autorais no Brasil, incluindo dicas de boas práticas de proteção e gestão de obras em diferentes setores da economia criativa.

## Regulamentação específica



- Lei de Direitos Autorais (Lei 9.610/1998)
- Lei de Software (Lei 9.609/1998)

# Diretrizes Gerais no Brasil

**Proteção Automática:** não há necessidade de registro formal. A obra já nasce protegida por lei assim que criada.

**Direitos Patrimoniais:** são os direitos econômicos sobre a obra. Os direitos patrimoniais podem ser cedidos ou licenciados para terceiros.

**Direitos Morais:** são os direitos do autor relativos à autoria e integridade de sua obra. Os direitos morais não podem ser transferidos ou renunciados pelo autor.

**Domínio Público:** situação em que uma obra intelectual ou criação de propriedade industrial pode ser livremente utilizada por qualquer pessoa, sem necessidade de autorização ou pagamento de direito.

**Prazo de Proteção:** como regra geral, os direitos patrimoniais sobre uma obra (ex. textos escritos, discursos, peças teatrais, composições musicais, pinturas, esculturas etc.) perdurarão por 70 anos após a morte do autor, contados a partir de 1º de janeiro do ano seguinte à sua morte. Existem, contudo, exceções a essa regra, por exemplo, programas de computador, cuja autoria é protegida por 50 anos a partir da morte. Findo o prazo, a obra se torna de domínio público.

## Boas práticas



### Cinema e Televisão

Formalize contratos e/ou termos de cessão com todos os profissionais envolvidos na produção da obra audiovisual. Os instrumentos de cessão devem estipular de forma clara e detalhada: **(a)** o regime de titularidade dos direitos sobre a obra final (por exemplo, titularidade exclusiva ou cotitularidade); **(b)** as modalidades de exploração autorizadas; **(c)** os meios de exploração (físicos e/ou digitais); **(d)** a gratuidade ou onerosidade da cessão; e **(e)** o território abrangido pela cessão dos direitos.

Além disso, certifique-se de que toda e qualquer obra de terceiros (imagens, músicas, trechos de filmes, cenas de outras obras audiovisuais, áudios, fotografias, obras de arte, trechos de livros ou roteiros etc.) utilizada na produção esteja devidamente licenciada, de modo a prevenir infrações aos direitos de seus respectivos titulares. Os contratos de licenciamento deverão definir, de maneira expressa: **(a)** a natureza do licenciamento (exclusivo ou não exclusivo); **(b)** a gratuidade ou onerosidade do uso; **(c)** a duração do licenciamento, além dos **(d)** territórios, meios e modalidades de uso autorizados.



## Compositores e Gravadoras

Certifique-se de que os contratos de produções musicais definam de maneira clara e expressa: **(a)** os direitos e deveres das partes, **(b)** o regime de titularidade dos direitos sobre as obras musicais; **(c)** os limites para exploração das obras, **(d)** os percentuais de participação de cada parte sobre a exploração das obras, **(e)** os direitos cedidos, licenciados e/ou compartilhados (ex. reprodução, edição e distribuição), e **(f)** a forma como serão realizados os pagamentos de royalties pela exploração das obras.

---



## Escritores e Editoras

Contratos assinados entre editoras e autores devem estipular de forma clara e detalhada, por exemplo: **(a)** os direitos e obrigações das partes; **(b)** a cessão dos direitos autorais; e **(c)** o cronograma para entrega da obra.

Para contratos editorais, é recomendável também estabelecer **(a)** as diretrizes para tiragem da obra; **(b)** os prazos estipulados para entrega e publicação da obra; **(c)** as normas aplicáveis à publicação e/ou distribuição da obra em meios digitais, incluindo plataformas e formatos autorizados; **(d)** os direitos relacionados à adaptação da obra para outros formatos (ex. cinema, televisão, teatro, músicas e jogos eletrônicos).

---

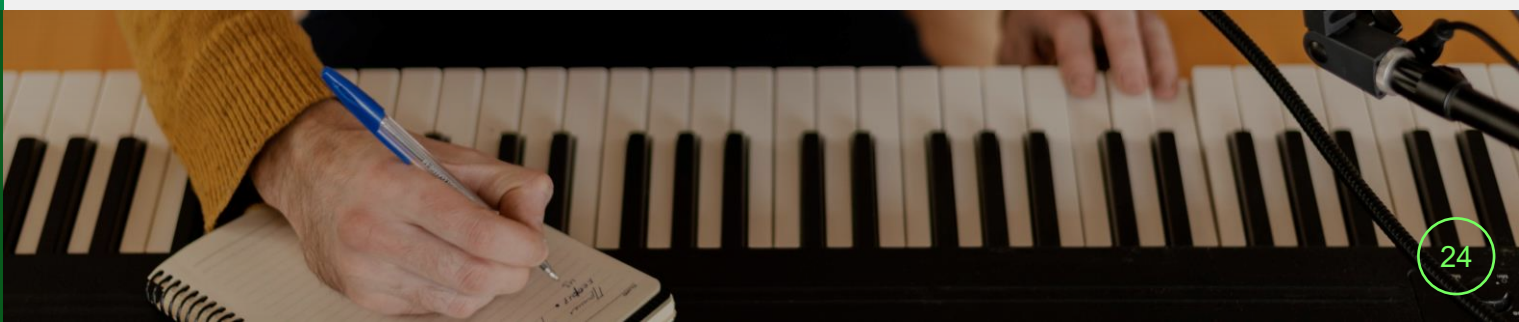


## Publicidade e Marketing

Confirme se as imagens, músicas, textos e outros materiais protegidos por direito autoral utilizados em campanhas publicitárias de marketing estão devidamente licenciadas, obtendo por escrito as autorizações necessárias dos titulares dos materiais utilizados. Se forem contratados fotógrafos, redatores, designers ou influenciadores, certifique-se de que os direitos patrimoniais estão transferidos ou licenciados adequadamente para sua organização.

Nos casos em que a criação for terceirizada, é essencial que os contratos com colaboradores e/ou prestadores de serviços (ex. agências) possuam cláusulas de cessão expressa dos direitos de propriedade intelectual sobre o conteúdo produzido.

---





## Desenvolvimento de Softwares

Verifique se os contratos de trabalho ou de prestação de serviços celebrados com todos os desenvolvedores e designers apresentam cláusula de cessão expressa dos direitos autorais, a fim de assegurar a cessão de toda e qualquer obra desenvolvida no âmbito dos contratos. Além disso, embora não seja obrigatório, é aconselhável o registro dos softwares junto ao INPI, pois facilita a defesa de seus direitos. Para mais informações sobre a proteção de softwares, consulte a cartilha específica [disponível aqui](#).



## Educação e Conteúdo Digital

Certifique-se de que todos os materiais didáticos e de conteúdo digital utilizados em ambientes educacionais estejam devidamente licenciados, obtendo as autorizações necessárias por escrito dos titulares dos direitos autorais. Caso haja a contratação de autores, designers, desenvolvedores de conteúdo ou influenciadores para a criação de materiais, assegure-se de que os direitos patrimoniais sobre o conteúdo sejam transferidos ou licenciados corretamente para a instituição de ensino ou plataforma.



## Moda

Documente o processo criativo para fins de constituição de provas de autoria e/ou titularidade. Além disso, inclua cláusulas de confidencialidade e cessão de direitos em contratos assinados com estilistas, modelistas, designers, a fim de assegurar a titularidade dos direitos autorais das peças, bem como cláusulas de não concorrência em contratos com fornecedores e fabricantes.

# Conclusão

**A adequada proteção dos direitos autorais é essencial para garantir segurança jurídica, valorização das criações e retorno econômico justo aos seus titulares.**

No entanto, para que essa proteção se traduza em benefícios concretos (como a possibilidade de explorar comercialmente uma obra, atrair investimentos, ampliar parcerias ou mesmo evitar litígios) é fundamental contar com contratos bem estruturados, claros e alinhados às particularidades de cada setor.



# Direitos de Imagem

## Introdução

A presença da imagem pessoal no ambiente digital deixou de depender apenas de escolhas conscientes. Ela surge em registros feitos por terceiros, se espalha em publicações nas redes sociais e integra sistemas de monitoramento urbano. Atualmente, fazer parte do fluxo constante de informações que circulam por telas e servidores tornou-se praticamente inevitável.

Nem sempre há má-fé nesse processo. A cultura do compartilhamento (com memes, figurinhas, reels e republicações) está profundamente enraizada nas interações on-line. Ainda assim, o uso aparentemente inofensivo da imagem de alguém pode gerar implicações jurídicas relevantes, tanto para quem tem sua identidade exposta sem autorização quanto para quem realiza o compartilhamento sem se atentar aos limites legais.

É nesse cenário que os direitos de imagem se impõem como proteção fundamental. Trata-se de uma salvaguarda jurídica que reconhece a cada pessoa o controle sobre a própria representação visual, sonora ou identificável, independentemente da finalidade do uso ou da intenção por trás da exposição. O Direito de Imagem é uma garantia de respeito à dignidade, à privacidade e, em muitos casos, ao valor econômico vinculado à identidade individual. Num ecossistema moldado por redes sociais, publicidade digital e produção constante de conteúdo, compreender esses direitos e deveres deixou de ser uma preocupação restrita a especialistas.

Para contribuir com esse entendimento, esta cartilha apresenta os principais fundamentos jurídicos sobre os Direitos de Imagem no Brasil, além de orientações práticas voltadas a empresas, criadores de conteúdo, agências, veículos de mídia e profissionais que lidam com imagens de terceiros em suas atividades cotidianas.

# Regulamentação específica



## **Constituição Federal:**

Reconhece a imagem como um direito fundamental, vinculado à honra, dignidade, vida privada e intimidade. A proteção está prevista no art. 5º, X, que garante o direito à indenização por dano material ou moral decorrente de sua violação, especialmente em casos de uso indevido da imagem.



## **Código Civil (Lei nº 10.406/2002):**

Trata o direito à imagem como um dos Direitos da Personalidade, conforme o art. 20. Protege contra a utilização da imagem sem autorização e prevê medidas jurídicas como a cessação da exposição indevida e a reparação por danos morais e materiais. A proteção independe de prejuízo econômico e se aplica tanto à exposição vexatória quanto ao uso comercial não autorizado. No caso de pessoas falecidas, cabe ao cônjuge sobrevivente, aos ascendentes ou aos descendentes autorizar o uso da imagem ou tomar medidas para impedir sua utilização indevida.



## **Lei de Direitos Autorais (Lei 9.610/1998):**

Ainda que não trate diretamente do direito de imagem, aplica-se quando a imagem de uma pessoa integra uma obra autoral, como fotografias, vídeos, filmes ou ilustrações. Nesses casos, há sobreposição entre o direito autoral do criador da obra (arts. 7º, VII, e 79) e o direito de imagem da pessoa retratada, exigindo autorização de ambos para o uso da obra que exponha a imagem de alguém de forma identificável.



## **Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014):**

Protege a imagem no ambiente digital e prevê regras distintas conforme o tipo de exposição. O artigo 19 exige ordem judicial para responsabilizar plataformas pela não remoção de conteúdo com imagem indevida. Já o artigo 21 permite a exclusão imediata, mediante notificação, quando se trata de imagem de nudez ou ato sexual divulgado sem consentimento.



### **LGPD (Lei nº 13.709/2018):**

Considera a imagem um dado pessoal, nos termos do art. 5º, I, podendo inclusive ser classificada como dado sensível dependendo do contexto de uso (art. 5º, II). A LGPD impõe obrigações específicas quanto à coleta, tratamento e compartilhamento de imagens que permitam identificar uma pessoa, exigindo base legal adequada e respeito aos princípios da lei, como finalidade, necessidade e transparência (art. 6º).

## Boas práticas



### **Formalização por escrito**

A autorização para uso de imagem deve ser documentada por meio de contrato ou termo específico, com indicação clara da finalidade, meios de divulgação (impresso, on-line, redes sociais, TV, entre outros), abrangência temporal e territorial, bem como a existência ou não de remuneração.



### **Uso de IA e tecnologias similares**

O uso de ferramentas de inteligência artificial deve ser acompanhado de mecanismos de controle, especialmente nos casos de geração ou manipulação de imagens que reproduzam rostos ou traços de pessoas reais.



### **Revisão periódica**

Contratos e autorizações devem ser revisados e atualizados com regularidade, sobretudo diante de alterações nos canais de comunicação ou nas estratégias de divulgação.



### **Exposição em espaços públicos**

A utilização de imagens captadas em ambientes públicos pode demandar autorização nos casos em que haja identificação de pessoas, especialmente em materiais com finalidade comercial ou promocional.

# Aplicabilidades por setor



## Ambientes corporativos

Aplica-se à captação e uso de imagem de colaboradores, parceiros e visitantes em eventos internos, treinamentos, campanhas institucionais e materiais promocionais.



## Entretenimento ao vivo (shows, espetáculos e eventos esportivos ou culturais)

Aplica-se à captação e uso de imagem de artistas, público, equipe técnica e convidados durante apresentações, festivais e outros eventos.



## Ambientes digitais e plataformas on-line

Aplica-se ao uso de imagem de usuários, participantes e colaboradores em redes sociais, transmissões ao vivo, vídeos sob demanda, plataformas educacionais, ambientes imersivos e jogos digitais.



## Publicidade, propaganda e marketing

Aplica-se ao uso de imagem de modelos, consumidores, influenciadores e colaboradores em campanhas publicitárias, peças promocionais, conteúdos patrocinados e ações de branding.



## Produções audiovisuais

Aplica-se à captação e uso de imagem de atores, figurantes, equipe técnica, público e personagens reais em filmes, séries, documentários e vídeos institucionais.



## Educação

Aplica-se ao uso de imagem de docentes, alunos, palestrantes e participantes em gravações de aulas, eventos acadêmicos, apresentações e cursos on-line.



## Jornalismo

Aplica-se à captação e uso de imagem de pessoas envolvidas em fatos jornalísticos, incluindo entrevistados, público e autoridades.

# Conclusão

O uso de imagens pode impulsionar projetos, reforçar identidades e ampliar conexões. Quando feito sem os devidos cuidados, porém, também pode gerar conflitos, desgastes e prejuízos. Garantir autorizações, definir limites com precisão e contar com orientação jurídica alinhada à realidade de cada atividade são medidas essenciais para quem valoriza segurança, consistência e reputação. A atenção a esses detalhes protege não só quem aparece na imagem, mas também quem decide usá-la.





# Games

## Introdução

A indústria de *games* já não é apenas uma forma de entretenimento. Trata-se de um setor complexo, inovador e altamente lucrativo, que envolve uma cadeia diversa de agentes e uma gama crescente de questões jurídicas. Em meio a narrativas envolventes, gráficos sofisticados, trilhas sonoras e experiências imersivas, surgem também desafios relacionados à propriedade intelectual e à proteção de dados pessoais, especialmente em ambientes interativos e conectados.

Embora o setor avance em ritmo acelerado, o ordenamento jurídico já oferece ferramentas para lidar com boa parte dessas questões. Identificar riscos, interpretar corretamente as normas e estruturar contratos com clareza são passos fundamentais para que a criatividade e a inovação ocorram dentro de limites seguros e juridicamente sólidos. Nesta cartilha, reunimos os principais pontos de atenção que os agentes da indústria de games devem considerar para alinhar suas práticas às exigências legais.

# Regulamentação relevante

Embora o Brasil ainda não conte com uma legislação feita sob medida para a indústria de *games*, o setor é fortemente impactado por um mosaico de normas. Navegar com segurança por esse cenário exige compreensão sólida desses marcos legais e uma abordagem jurídica interdisciplinar, capaz de dialogar com os diversos perfis de agentes e modelos de negócio que compõem esse ecossistema em constante evolução. Abaixo, listamos alguns dos principais marcos legais que impactam o setor:



## **Lei de Direitos Autorais (Lei nº 9.610/1998):**

Protege os elementos criativos dos jogos, como roteiros, personagens, trilhas sonoras, ilustrações e demais expressões artísticas.



## **Lei de Software (Lei nº 9.609/1998):**

Protege o código-fonte por trás dos jogos online, considerando-o uma criação intelectual protegida. É especialmente relevante para desenvolvedores e estúdios, tanto no contexto de titularidade quanto em disputas envolvendo uso não autorizado.



## **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD (Lei nº 13.709/2018):**

Regulamenta o tratamento de dados pessoais, inclusive os coletados por jogos e plataformas digitais. Tem impacto direto sobre *games* que exigem cadastro, coletam informações de localização ou rastreiam comportamento do usuário.



## **Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA (Lei nº 8.069/1990):**

Importante para jogos voltados ou acessíveis ao público infantojuvenil.



### **Marco Civil da Internet (Lei nº 12.965/2014):**

Define princípios e garantias para o uso da internet no Brasil, inclusive no que se refere à guarda de registros de conexão e acesso. Pode impactar plataformas de distribuição de jogos e funcionalidades online.



### **Código de Defesa do Consumidor – CDC (Lei nº 8.078/1990):**

Incide nas relações entre produtores, distribuidores e jogadores. Regula temas como publicidade enganosa, responsabilidade por vícios do produto, reembolsos e cláusulas abusivas nos termos de uso.

## Propriedade Intelectual

A Propriedade Intelectual é o alicerce da indústria de *games*, responsável por garantir proteção jurídica aos elementos criativos que tornam cada jogo único: personagens, trilhas sonoras, ambientes visuais e o próprio código. Mais do que um requisito formal, a proteção desses ativos é essencial para preservar o valor econômico das criações e estruturar modelos de negócio baseados em licenciamento, comercialização e parcerias.

Na prática, porém, os desafios vão além da definição do que pode ou não ser protegido. Disputas sobre autoria entre colaboradores, ausência de contratos ou termos claros, uso indevido de conteúdos de terceiros e conflitos com obras preexistentes são questões frequentes.

Além disso, jogos que permitem a criação ou modificação de conteúdo por usuários geram dúvidas sobre a titularidade de criações derivadas. Em um setor que se movimenta com velocidade e envolve múltiplos agentes, inclusive em âmbito internacional, a falta de governança sobre ativos intelectuais pode comprometer o sucesso comercial do jogo e gerar disputas longas e custosas.

# Proteção de Dados Pessoais

A Proteção de Dados Pessoais é um dos temas mais sensíveis da indústria de games, especialmente diante da crescente sofisticação das tecnologias utilizadas e da intensidade da coleta de informações dos jogadores.

Plataformas de jogos, aplicativos e dispositivos conectados capturam uma variedade de dados, que vão desde informações cadastrais até padrões de comportamento, preferências e interações em tempo real. Quando o público-alvo inclui crianças e adolescentes, o nível de cuidado exigido se eleva ainda mais.

Entre os principais desafios jurídicos estão a definição de bases legais adequadas, a disponibilização de informações claras e acessíveis ao usuário, a obtenção de consentimento válido, o respeito aos princípios da minimização e da finalidade, além da adoção de medidas de segurança compatíveis com os riscos envolvidos.

Também ganham relevância temas como a transferência internacional de dados, o uso de cookies e rastreadores em jogos online e a responsabilização das empresas por violações decorrentes de falhas técnicas ou contratuais. Em um ambiente digital cada vez mais regulado, assegurar o cumprimento das normas de proteção de dados deixou de ser apenas uma boa prática para se tornar uma condição essencial de mercado.

## Boas práticas

A adoção de boas práticas é fundamental para mitigar riscos legais, estruturar relações contratuais com segurança e garantir conformidade com a legislação aplicável. Abaixo, destacamos medidas para orientar a atuação dos agentes da indústria de games em temas relacionados à Propriedade Intelectual e à Proteção de Dados Pessoais.



### Formalizar contratos com todos os colaboradores e parceiros

Estabeleça por escrito a titularidade das criações desenvolvidas, com cláusulas claras de cessão de direitos e deveres de confidencialidade. Isso inclui roteiristas, designers, programadores, músicos e outros profissionais envolvidos no processo.



## Mapear e documentar todos os ativos intelectuais do jogo

Faça um inventário detalhado de elementos protegidos, como personagens, trilhas, artes, nome do jogo, logotipo, interface e código-fonte. Isso facilita o registro e a defesa desses ativos em caso de disputa.

---



## Registrar marcas e direitos autorais

O registro de marcas junto ao INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial) é essencial para garantir exclusividade na identificação do jogo e sua exploração comercial. Já o registro de direitos autorais, embora não obrigatório, é altamente recomendado, pois fortalece a prova de titularidade e facilita a repressão a cópias e usos indevidos, especialmente em casos de exploração comercial do jogo em escala nacional e internacional.

---



## Evitar o uso de conteúdo de terceiros sem autorização expressa

Fontes, músicas, imagens, trechos de código e outras criações intelectuais protegidas por direitos autorais devem ser utilizadas apenas com as devidas licenças ou com comprovação de domínio público.

---



## Incluir cláusulas de PI em contratos com terceiros

Ao firmar parcerias comerciais, assegure que os direitos de exploração de Propriedade Intelectual estejam claramente definidos, incluindo prazos, territórios, modalidades de uso e eventuais limitações.

---



## Acompanhar a reputação e o uso dos ativos no mercado

Estabeleça rotinas de monitoramento para identificar usos não autorizados, cópias ou apropriações indevidas, e adote medidas rápidas quando necessário, inclusive notificações extrajudiciais ou ações judiciais.

---



## Mapear atividades de tratamento de dados pessoais

Identifique quais dados pessoais são coletados (como nome, e-mail, localização, comportamento de uso, voz, imagem ou dados de pagamento), para que servem e por quanto tempo são armazenados.

---



## Exibir avisos de privacidade claros, acessíveis e compatíveis com a faixa etária do público

O aviso de privacidade deve explicar, em linguagem simples, quais dados são coletados, por quê, com quem são compartilhados e quais são os direitos do usuário. Quando o jogo for voltado ao público infantojuvenil, é necessário redobrar a clareza e avaliar a necessidade de consentimento dos responsáveis legais.

---



## Minimizar a coleta e limitar o uso dos dados ao estritamente necessário

Evite solicitar dados irrelevantes para a experiência de jogo. Princípios como necessidade e finalidade devem orientar todo o ciclo de vida da informação.

---



## Adotar medidas técnicas e administrativas de segurança da informação

Garanta que os dados estejam protegidos contra acessos não autorizados, vazamentos ou incidentes de segurança. Isso inclui criptografia, controle de acesso, testes de vulnerabilidade e políticas internas claras.

---



## Atenção às transferências internacionais de dados

Jogos distribuídos globalmente ou hospedados em servidores estrangeiros devem observar as regras da LGPD sobre transferências internacionais, incluindo a existência de garantias adequadas ou cláusulas contratuais específicas.

---



## Firmar acordos de tratamento de dados pessoais

Quando houver compartilhamento de dados pessoais com terceiros, é essencial formalizar a relação contratualmente e garantir que também cumpram com as obrigações legais aplicáveis.

---

## Conclusão

Criar e lançar um jogo envolve muito mais do que boas ideias e linhas de código. Em um setor marcado por inovação constante e desafios regulatórios crescentes, estar atento aos aspectos jurídicos é parte essencial do jogo. **Proteger ativos, estruturar relações com clareza e garantir a conformidade com normas de propriedade intelectual e proteção de dados pode fazer toda a diferença entre um sucesso sustentável e problemas futuros.**

Para navegar com segurança nesse cenário, contar com orientação qualificada é sempre um bom caminho.





# Publicidade por Influenciadores

## Introdução

O marketing de influência transformou a forma como marcas e consumidores se relacionam. Pesquisa da Opinion Box em parceria com a Influency.me indica que 65% dos entrevistados já realizaram uma compra após recomendação de influenciadores nas redes sociais. Entre os principais motivos estão:

- o reforço de um desejo de compra já existente, agora legitimado pela experiência de outra pessoa;
- a descoberta de novos produtos ou marcas; e
- o lembrete de uma necessidade real, despertado pela demonstração prática.

Nesse cenário, a recomendação pessoal se torna mais relevante do que anúncios tradicionais, e os influenciadores passam a ocupar papel central nas estratégias de comunicação.

No entanto, a criação e divulgação de conteúdo patrocinado envolve desafios jurídicos relevantes, especialmente quanto a direitos autorais, uso de imagem, marcas e transparência publicitária. Entender esses aspectos é essencial para evitar riscos legais e proteger a reputação de todos os envolvidos.

# Regulamentação relevante



## **Lei de Direitos Autorais (Lei nº 9.610/1998)**

Os conteúdos produzidos por influenciadores, tais como vídeos, fotografias, textos e roteiros, são potencialmente obras protegidas por direitos autorais. Por isso, em campanhas por influenciadores, é importante estabelecer contratualmente limites claros quanto a titularidade da obra produzida, formatos de exploração autorizados e questões sobre remoção e manutenção de conteúdos, por exemplo.

A ausência dessas definições pode gerar disputas sobre reaproveitamento, edição, impulsionamento ou veiculação futura da peça publicitária.

Além disso, o uso de obras de terceiros — como músicas, fotos, ilustrações, áudios e outros — em regra exige autorização ou licença.



## **Lei da Propriedade Industrial (Lei nº 9.279/1996)**

O uso de marcas de terceiros em vídeos, fotos ou legendas sem autorização pode configurar infração de marca, especialmente quando houver a sugestão de associação, parceria ou endosso não existentes ou quando houver aproveitamento indevido de reputação alheia.



## **Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078/1990)**

O Código de Defesa do Consumidor determina que toda publicidade deve ser claramente identificável como publicidade. Assim, conteúdos patrocinados não podem ser apresentados de forma ambígua ou confundidos com opiniões espontâneas.

A omissão de informação sobre a natureza comercial da mensagem pode caracterizar publicidade enganosa, sujeitando as partes envolvidas à responsabilidade por eventuais danos causados ao consumidor.



### **Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária do Conselho de Autorregulamentação Publicitária (CONAR)**

O CONAR estabelece regras específicas para publicidade feita por influenciadores, com foco em transparência, autenticidade e responsabilidade. A inobservância dessas regras pode resultar em advertências, recomendações de alteração ou retirada de conteúdo e impacto reputacional tanto para os anunciantes quanto para os influenciadores envolvidos.



### **LGPD (Lei nº 13.709/2018)**

Aplica-se quando há coleta, uso ou compartilhamento de dados pessoais de seguidores, como e-mails, preferências de consumo ou informações de interação. Exige base legal, transparência e observância dos princípios da proteção de dados.

## **Boas práticas**



### **Formalização Contratual**

Defina, de forma objetiva, pontos como:

- Quantidade e formato das publicações;
- Titularidade dos direitos autorais do conteúdo;
- Possibilidade de reutilização, reedição ou impulsionamento pelo anunciante;
- Duração e território da licença;
- Obrigação (ou não) de manter ou excluir o conteúdo após o término da campanha;



### **Transparência e Identificação Publicitária**

O conteúdo pago deve ser claramente identificado. Utilize hashtags e menções que deixem evidente a natureza comercial da postagem.



## Proteção de Direitos de Terceiros

Confirme licenças de músicas, fotografias, ilustrações, áudios e marcas presentes na cena.

Conteúdos protegidos exigem autorização.

---



## Políticas das Plataformas

As regras de redes sociais sobre conteúdos pagos e direitos autorais variam — e podem resultar na exclusão de postagens ou bloqueio de contas em caso de infrações. Esteja atento a esses termos.

---



## Uso de Imagem e Voz de Terceiros

Se houver participação de terceiros, como de amigos, familiares, fãs ou filhos e crianças, a autorização de imagem deve ser expressa e prévia.

---



## Setor de atuação

Antes de iniciar a campanha, verifique normas específicas aplicáveis ao setor e à atividade envolvida. Em promoções comerciais, como sorteios ou concursos, é necessário observar as portarias do Ministério da Fazenda; se a publicidade tratar de temas de saúde, devem ser respeitadas as resoluções do Conselho Federal de Medicina; para conteúdos relacionados ao mercado financeiro e de capitais, embora não haja regulamentação legal específica, recomenda-se seguir as orientações de melhores práticas, da BSM e ANBIMA.

---

## Conclusão

A publicidade por influenciadores é **uma das formas mais eficazes de comunicação contemporânea**, mas também um terreno sensível para conflitos de Propriedade Intelectual e ética publicitária.

Ao adotar boas práticas, estabelecer contratos claros e atuar com transparência, anunciantes e criadores de conteúdo fortalecem a confiança do público e consolidam suas reputações em um mercado cada vez mais exigente.



# Contatos

## Propriedade Intelectual



**Marcos Blasi**

Sócio

[marcos.blasi@ldr.com.br](mailto:marcos.blasi@ldr.com.br) | t. +55 11 3702.7058



**Danilo Martins Braga**

Advogado

[danilo.braga@ldr.com.br](mailto:danilo.braga@ldr.com.br) | t. +55 11 3702 7304



**Carolina Vaz Martins**

Advogada

[carolina.martins@ldr.com.br](mailto:carolina.martins@ldr.com.br) | t. +55 11 3702-7065