

PROTEÇÃO DE DIREITO DE PROPRIEDADE INTELECTUAL

MEMORANDO DE ENTENDIMENTO (MdE) FIRMADO ENTRE O CONSELHO NACIONAL DE COMBATE À PIRATARIA E AOS DELITOS CONTRA A PROPRIEDADE INTELECTUAL – CNCP/SENACON E A ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ANUNCIANTES – ABA, A ASSOCIAÇÃO DE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE – ABAP, O CONSELHO NACIONAL DE AUTORREGULAÇÃO PUBLICITÁRIA – CONAR, A ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TV POR ASSINATURA – ABTA, O CONSELHO EXECUTIVO DE NORMAS-PADRÃO – CENP, MOTION PICTURE ASSOCIATION – MPA, INTERACTIVE ADVERTISING BUREAU – IAB BRASIL, SOBRE PUBLICIDADE ONLINE E DIREITOS DE PROPRIEDADE INTELECTUAL

PREÂMBULO

Sites da Internet e aplicativos móveis que fornecem acesso a conteúdo, bens ou serviços que violem direitos de propriedade intelectual (DPI) em escala comercial têm a venda de espaço publicitário como uma das suas fontes de receita.

A presença de publicidade para marcas domésticas e a presença de serviços de pagamento bem conhecidos em sites e aplicativos móveis que infringem DPI podem confundir os consumidores, levando-os a acreditarem erroneamente que o site ou o aplicativo que estão acessando fornece acesso a conteúdo, produtos ou serviços legais.

Note-se que a violação de DPI prejudica a sociedade da seguinte forma: danos ao patrimônio das marcas; erosão da confiança do consumidor; receita perdida; custos elevados de fiscalização e menor incentivo para inovar. Em geral, a violação de DPI reduz o crescimento econômico, prejudica a competitividade e dificulta a criação de empregos.

Para fortalecer a proteção dos direitos de propriedade intelectual e reduzir os danos causados pelos atos infratores, os signatários concordam com este Memorando de Entendimento (MdE). Os signatários do MdE representam partes envolvidas na colocação, compra, venda e / ou facilitação de publicidade. Eles também representam outras partes interessadas em combater a violação de direitos de propriedade intelectual. Estes signatários associações do setor, empresas com atividade econômica do ramo de publicidade online, editores e proprietários de direitos de propriedade intelectual. Os signatários visam minimizar a colocação de publicidade em sites e aplicativos móveis que infringem direitos autorais ou que disseminam produtos falsificados, em escala comercial. Eles pretendem fazê-lo preservando e protegendo os usos legítimos dos direitos de propriedade intelectual e

reconhecendo outros direitos fundamentais, em particular a liberdade de expressão e informação e a liberdade de conduzir um negócio. Eles também visam fazer isso sem impedir a liberdade de comunicação comercial e concorrência em todos os níveis de comércio, incluindo a compra e venda de publicidade.

Os signatários visam minimizar a colocação de publicidade em sites e aplicativos móveis que infringem direitos autorais ou que disseminam produtos falsificados, em escala comercial. Eles pretendem fazê-lo preservando e protegendo os usos legítimos dos direitos de propriedade intelectual e reconhecendo outros direitos fundamentais, em particular a liberdade de expressão e informação e a liberdade de conduzir um negócio. Eles também visam fazer isso sem impedir a liberdade de comunicação comercial e concorrência em todos os níveis de comércio, incluindo a compra e venda de publicidade.

Este MdE esforça-se por operar de uma forma que apoie e complemente iniciativas em conformidade com a legislação nacional, incluindo o direito da concorrência.

O MdE é acordado de boa fé entre os signatários, com base numa representação justa e honesta das suas intenções. Os signatários reconhecem que as associações comerciais que assinaram o MdE não estão assumindo obrigações em nome de seus membros. No entanto, essas associações se comprometem a tornar seus membros plenamente conscientes do MdE e incentivá-los a aderir ou respeitar seus princípios, conforme apropriado.

A aplicação do MdE não é juridicamente vinculante e não cria quaisquer obrigações contratuais ou pré-contratuais ao abrigo da lei. Nada no MdE pode ser interpretado como criação de qualquer responsabilidade, direito, renúncia a qualquer direito ou obrigação para quaisquer partes ou como liberação de quaisquer partes de suas obrigações legais. O MdE não deve ser interpretado como substituto ou interpretação da estrutura legal existente. O MdE não pode ser usado como parte de provas em nenhum processo judicial.

Os signatários, incluindo associações signatárias, comprometem-se a empreender as ações previstas pelo MdE de uma forma que garanta o total cumprimento do direito da concorrência nacional. Os signatários apoiam a abordagem de 'seguir o dinheiro' nas violações de DPIs, buscando privar infratores de DPI em escala comercial dos fluxos de receita que tornam suas atividades lucrativas.

I. OBJETIVO

1. O objetivo do MdE é minimizar a colocação de publicidade em sites e aplicativos móveis que não têm uso legítimo substancial, sempre que houver informação disponível de que tais sites ou aplicativos móveis foram classificados por autoridades judiciais, administrativas ou outras autoridades como responsáveis por violar direitos autorais, ou para disseminar produtos falsificados, em escala comercial, quando for tecnicamente possível, minimizando assim a receita de que tais sites dispõem.

2. O CNCP/SENACON (Conselho Nacional de Combate à Pirataria e aos Delitos contra a Propriedade Intelectual) poderá divulgar periodicamente uma lista de sites e aplicativos suspeitos e/ou que estejam sendo investigados por violações de propriedade intelectual de terceiros, com o objetivo de orientar o mercado a evitar que seja inserida publicidade nessas aplicações.

3. Adicionalmente à lista de sites e aplicativos acima qualificada, os signatários poderão, com base em suas próprias políticas individuais e critérios de avaliação, adotar práticas para limitar a colocação de publicidade em outros sites e/ou aplicativos móveis, que não têm uso legítimo substancial e para os quais os anunciantes têm evidências razoavelmente disponíveis de que esses sites e aplicativos são violação de direitos autorais ou divulgação de produtos falsificados, em escala comercial.

4. O MdE não prejudica outras iniciativas que visam minimizar a colocação de publicidade em sites e/ou aplicativos que violam direitos de propriedade intelectual.

II. COMPROMISSOS

II.A. Signatários individuais

5 Os signatários envolvidos com a veiculação de publicidade ("**Anunciantes e Agências**") comprometem-se a tomar medidas razoáveis para minimizar a colocação de sua publicidade

em sites ou aplicativos móveis descritos no Parágrafo 1. Comprometem-se, ainda, a tomar medidas para não contratar espaços publicitários em sites e aplicativos incluídos na lista prevista no Parágrafo 2 supra. Os signatários também se comprometem a, em conformidade com a legislação brasileira, envidar os esforços necessários para garantir que, se notificados de que sua publicidade está aparecendo nesses sites e / ou aplicativos móveis, a publicidade será removida, observado o item 8 adiante.

6 Anunciantes também devem, com base em suas próprias políticas e critérios de avaliação individuais, limitar a veiculação de sua publicidade em sites e aplicativos móveis descritos no Parágrafo 1. Inclusive com base em evidências fornecidas por titulares de direitos de que seus DPI estão sendo violados em escala comercial.

7. Os anunciantes se comprometem a envidar todos os esforços para que sejam adotadas políticas de DPI. Tais políticas podem incluir, mas não se limitam, a informações gerais sobre as medidas antipirataria, guias, ferramentas e salvaguardas, inclusive contratuais, que tenham por escopo minimizar a colocação de sua publicidade em sites e aplicativos móveis mencionados na Seção I, sem prejuízo da proteção de informações confidenciais. Os anunciantes são livres para escolher qualquer medida razoável para implementar sua política de DPI.

8. Os signatários envolvidos na distribuição, compra, venda ou intermediação da venda ou compra de espaço publicitário ("**Intermediários de Publicidade**") comprometem-se a permitir, em seus acordos contratuais, que Anunciantes ou outros compradores de mídia utilizem e/ou exijam o uso de ferramentas e salvaguardas com o objetivo de que a publicidade feita através ou com o suporte dos serviços de Intermediários de Publicidade não seja colocada em sites e aplicativos móveis descritos no Parágrafo 1. Por exemplo, essas ferramentas podem incluir mecanismos para verificação de conteúdo, entrega de publicidade e relatórios de publicidade.

9. Na medida prevista pela legislação aplicável no Brasil, os Intermediários de Publicidade signatários também se comprometem a adotar medidas adequadas, razoáveis e proporcionais para garantir que, ao serem notificados (na forma da legislação aplicável) acerca de publicidade veiculada por meio de seus serviços que apareça nesses sites e/ou aplicativos móveis descritos no parágrafo 1, que essa publicidade será removida, respeitada

a liberdade de expressão e os demais fundamentos, princípios e garantias para a disciplina do uso da Internet no Brasil.

10. Os Intermediários de Publicidade signatários também podem individualmente permitir que os Anunciantes usem e/ou exijam o uso de ferramentas e proteções com o objetivo de que a publicidade feita através dos serviços dos Intermediários da Publicidade - ou com o suporte deles - não seja colocada em sites ou aplicativos móveis que tenham sido identificados pelos Anunciantes em suas políticas de veiculação de publicidade (conforme descrito no Parágrafo 6) ou com o objetivo de que a publicidade seja removida de tais sites quando detectada.

11. Os Intermediários de Publicidade signatários se comprometem envidar esforços para que sejam adotadas política de DPI. Essa política deve incluir, mas não se limitar a, informações gerais sobre as medidas, ferramentas e salvaguardas, inclusive contratuais, que utilizam para cumprir seus compromissos no âmbito do MdE (Parágrafos 7 e 8), sem prejuízo da proteção de informações confidenciais. Os intermediários de publicidade podem escolher qualquer medida razoável para implementar sua política de DPI.

II.B. ASSOCIAÇÕES

12. As associações de signatárias comprometem-se a envidar seus melhores esforços para encorajar seus membros a:

- a. Não oferecer para venda, recomendar ou comprar espaço publicitário em sites ou aplicativos móveis descritos nos Parágrafos 1, 2 e 3;
- b. Não permitir que seus serviços sejam usados para a colocação de publicidade em tal espaço publicitário, em conformidade com os princípios do MdE e sujeito às leis aplicáveis.
- c. Sempre que tiverem conhecimento, atualizarem o CNCP de outras listas de sites e aplicativos denunciados por violações de propriedade intelectual.

13. As associações signatárias comprometem-se a encorajar seus membros, quando apropriado, a assinar o MdE individualmente.

II.C. OUTROS

14. Anunciantes e intermediários de publicidade devem garantir que, nas relações com suas partes contratantes, para os serviços que se enquadram no escopo do MdE, estes ajam de forma a manter o espírito de seus compromissos no âmbito do MdE.

15. Ao exercer seus compromissos sob o MdE, os signatários não devem entrar em nenhuma discussão, atividade ou conduta que viole, por sua parte ou por parte de seus membros, qualquer lei de concorrência aplicável. A título de exemplo, os signatários não devem discutir, comunicar ou trocar informações comercialmente sensíveis. Isso inclui informações não públicas sobre: preços; estratégia de marketing e publicidade; custos e receitas; negociação de termos e condições com terceiros (incluindo estratégia de compra); termos de fornecimento; programas de comércio ou estratégia de distribuição. Isso se aplica não apenas a discussões em reuniões formais, mas também a discussões informais antes, durante e depois das reuniões.

16. Para os fins do MdE, os signatários não devem compartilhar ou discutir com outros participantes do mercado, ou entre si, listas ou catálogos que possam incluir e/ou excluir sites, URLs ou aplicativos usados em dispositivos móveis que sejam considerados inapropriados ou inadequados. Os signatários também não devem se envolver em nenhum tipo de ação coletiva que possa ter o objetivo ou o efeito de prejudicar outros participantes do mercado por motivos que não sejam o seu envolvimento em relação a violações de DPI.

17. De qualquer forma, para que fique claro, os signatários podem, sobretudo no âmbito associativo e à luz dos melhores *standards* de governança, estabelecer grupos de trabalho regulares, seminários e colóquios para discussão e troca de experiências sobre melhores práticas de combate à pirataria, gerando, sempre que possível, relatórios e recomendações gerais à coletividade com vistas a incrementar o cumprimento dos termos do presente MdE.

III. MEDIÇÃO DA EFICÁCIA DO MdE

18. Conforme estabelecido abaixo, os signatários concordam igualmente sobre a importância de se medir, sempre que possível, a eficácia do MdE, informando a sociedade sobre seus esforços para aplicar seus compromissos.

19. Os anunciantes, agências e intermediários de publicidade se comprometem a envidar esforços para informar anualmente a outros signatários e ao CNCP:

a) os meios concretos que eles têm adotado para cumprir os compromissos estabelecidos na Seção II do MdE e;

b) a eficácia estimada de tais meios, sempre que sua medição se mostrar factível.

20. As informações de que trata o item acima poderão ser divulgadas diretamente pelo anunciante e/ou intermediário de publicidade signatário do MdE e/ou através das associações também signatárias do MdE, as quais poderão consolidar as informações recebidas. As associações poderão buscar ativamente, juntos aos seus associados, um feedback sobre as questões cobertas pelo Memorando de Entendimento e informar os outros signatários, anualmente, sobre esse feedback.

21. Os signatários comprometem-se a envidar esforços para participar de iniciativas capitaneadas por órgãos públicos ou privados, inclusive a academia, para coletar e discutir informações que analisam o mercado de publicidade on-line e o MdE, contribuindo para sua difusão à sociedade.

IV. PERÍODO DE AVALIAÇÃO

22. A assinatura do MdE será seguida por um período de avaliação de 12 meses, durante o qual os signatários devem se reunir trimestralmente para analisar seu progresso, implementação e funcionamento.

23. Os signatários envidarão esforços para se reunir no final do período de avaliação para avaliar a eficácia do MdE sob quatro títulos: fortalecimento da proteção dos direitos de propriedade intelectual; redução dos danos causados pela violação dos DPI; defesa dos direitos fundamentais e garantia de concorrência leal. Eles discutirão a continuação do MdE e, se apropriado, discutirão e proporão ações de acompanhamento. Essas ações de acompanhamento podem incluir mudanças em como os esforços dos signatários no MdE e o impacto do MdE no mercado são monitorados. Eles também podem incluir a extensão do MdE para cobrir aplicativos que não sejam aqueles usados em dispositivos móveis.

24. Após o período de avaliação, os signatários reunir-se-ão para discutir o funcionamento do MdE. Relatórios podem ser elaborados para fazer um balanço do funcionamento e eficácia do MdE.

25. Os signatários concordam em cooperar na avaliação e elaboração de relatórios sobre o funcionamento do MdE.

Todos os signatários devem ser consultados através de suas respectivas associações acerca de qualquer relatório que avalie o funcionamento e a eficácia do MdE.

V. REGIMES EXISTENTES

26. Sujeitos aos limites previstos no MdE, os signatários poderão compartilhar, para fins de informação, detalhes de programas em outras partes do mundo, incluindo memorandos de entendimento, declarações de intenções, melhores práticas ou outras iniciativas relevantes. Os signatários não são obrigados a cumprir tais programas, mas podem considerá-los na determinação de medidas, ferramentas e salvaguardas apropriadas estabelecidas na Seção II.

VI. SIGNATÁRIOS

27. O MdE aplica-se apenas aos seus signatários. Signatários adicionais podem assinar o MdE em qualquer momento após o período de avaliação. Os signatários candidatos devem apresentar suas atividades aos signatários existentes e indicar como pretendem cumprir os compromissos do MdE.

28. Um signatário pode retirar-se do MdE a qualquer momento, notificando os outros signatários. Tal retirada não terá o efeito de terminar o MdE entre os outros signatários.

29. Os signatários podem indicar em seus sites ou em comunicações comerciais ou outras que tenham assinado o MdE. Eles podem tomar todas as medidas razoáveis para tornar seus contatos comerciais conscientes da existência do MdE.

VI. ENTRADA EM VIGOR

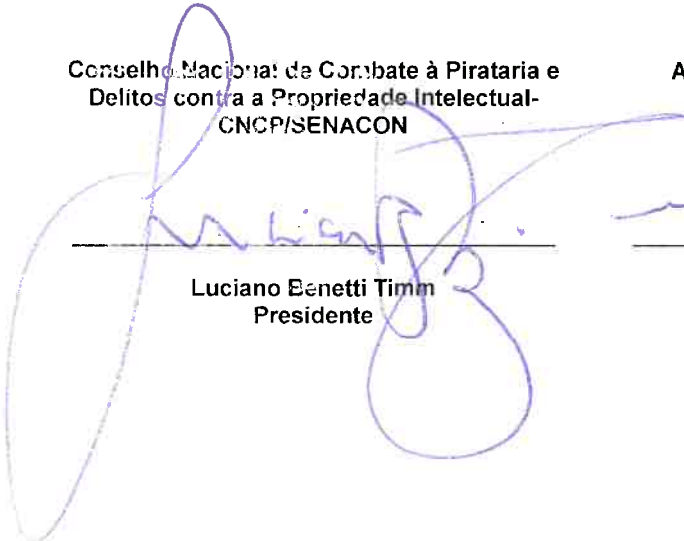
30. O MdE entrará em vigor um mês após sua assinatura.

31. Quaisquer alterações ao MdE devem ser acordadas por todos os signatários.

32. O MdE tem prazo de vigência de 12 meses, sujeito ao acordo continuado dos signatários.

Brasília-DF, 3 de dezembro de 2019.

Conselho Nacional de Combate à Pirataria e
Delitos contra a Propriedade Intelectual-
CNCP/SENACON



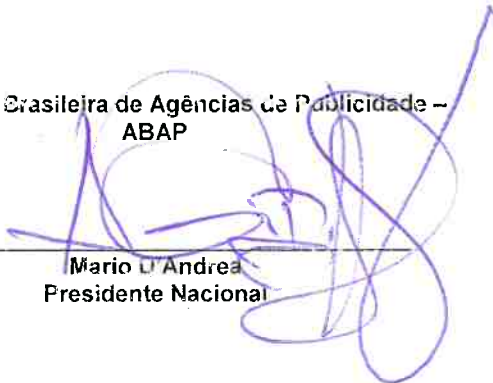
Luciano Benetti Timm
Presidente

Associação Brasileira de Anunciantes – ABA



Mariângela Sampaio
Presidente do Comitê Jurídico

Associação Brasileira de Agências de Publicidade –
ABAP



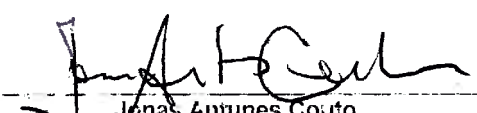
Mario D'Andrea
Presidente Nacional

Conselho Nacional de Autorregulamentação
Publicitária – CONAR



João Luiz Faria Netto
Presidente

Associação Brasileira de TV por Assinatura - ABTA




Jonas Antunes Couto
Diretor Jurídico-Regulatório

Conselho Executivo de Normas-Padrão - CENP



Expedito Carlos Barsotti
Presidente Administrador

interactive Advertising Bureau – IAB BRASIL



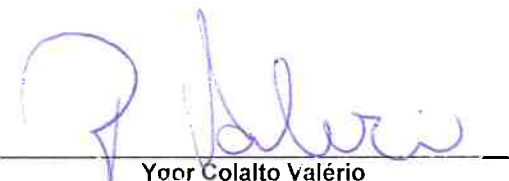
Cristiane Camargo
Diretora Executiva

Motion Picture Association - MPA



Andressa Pappas
Diretora

Motion Picture Association - MPA



Ygor Colalto Valério
Consultor