

Brasília, 03 de julho de 2026

Seleção

Sumário

Capital News

Quinta-feira, 02 de julho de 2026 | Pirataria | Biopirataria

Vamos conversar sobre biodiversidades e bioeconomias do Brasil? 3

CNBC Brasil Online

Quinta-feira, 02 de julho de 2026 | Marcas

Marketing de emboscada, naming rights e criatividade: o que a Copa de 2026 ensino... 6

CNN Brasil Online

Quinta-feira, 02 de julho de 2026 | Propriedade Intelectual

Presidente da CropLife defende marco regulatório e segurança jurídica 8

Metrópoles Online

Sexta-feira, 03 de julho de 2026 | Propriedade Intelectual

Governo Lula levou aos EUA "mapa" de compensações para evitar tarifaço 9

Migalhas

Quinta-feira, 02 de julho de 2026 | ABPI | Câmara de Mediação

Mediação na prática: A experiência da Câmara de Mediação da OAB/RJ 11

Estadão.com.br - Últimas Notícias

Quinta-feira, 02 de julho de 2026 | Marcas

A monetização da identidade na era da IA 13

Folha.com

Quinta-feira, 02 de julho de 2026 | Patentes

Como o meme 'Six Seven' gerou disputa judicial entre empresas de nuggets 15

G1 - Globo

Quinta-feira, 02 de julho de 2026 | Inovação

Como a indústria farmacêutica de alta tecnologia está mudando em Manaus 17

O Globo Online

Sexta-feira, 03 de julho de 2026 | Propriedade Intelectual

Governo brasileiro sugere medidas para contemplar americanos em negociação pa... 19

Agência Senado

Quinta-feira, 02 de julho de 2026 | Propriedade Intelectual

CCS debate segurança de jornalistas e analisa projetos sobre comunicação 21

Vamos conversar sobre biodiversidades e bioeconomias do Brasil?

Por Antônio Márcio Buainain*

Nos dias 2-4 de junho participei da FAPESP Week, em Londres, um encontro que reuniu pesquisadores brasileiros e britânicos de diferentes áreas do conhecimento para discutir temas que vão da saúde pública à inteligência artificial, da agricultura à energia, das mudanças climáticas à biodiversidade, e promover as relações entre pesquisadores/instituições brasileiras e britânicas. Uma das experiências mais enriquecedoras do evento foi justamente ouvir apresentações sobre assuntos que pouco têm a ver com minha área de pesquisa - e, em alguns casos, sequer figuram entre meus interesses habituais.

Em tempos de agendas sobrecarregadas, pressão por produtividade e crescente especialização, tendemos a circular cada vez mais dentro de territórios intelectuais familiares. Ganhamos profundidade, mas frequentemente perdemos amplitude. Sem perceber, passamos a enxergar o mundo através de lentes cada vez mais estreitas. Eventos como a FAPESP lembram-nos de que os grandes desafios contemporâneos raramente respeitam fronteiras disciplinares e que, muitas vezes, as perguntas mais interessantes surgem justamente nos espaços de interseção entre diferentes áreas do conhecimento.

Foi nesse contexto que participei das conversas sobre biodiversidade, bioeconomia e economia circular. As discussões reforçaram a percepção de que estamos diante de temas complexos, que exigem diálogo entre diferentes áreas do conhecimento e dificilmente se acomodam em explicações simples.

Esticando a conversa para além da Amazônia Quem acompanha esta coluna sabe que temos conversados -e questionado- nossa tendência de transformar fenômenos complexos em narrativas simples. Fazemos isso na política, na economia, na educação, na agricultura e, naturalmente, também nos debates sobre biodiversidade e bioeconomia.

No debate internacional, biodiversidade brasileira tornou-se sinônimo de Amazônia. Da mesma forma, bioeconomia costuma ser associada quase exclusivamente a produtos florestais, cadeias da so-

ciobiodiversidade e atividades desenvolvidas em

comunidades tradicionais. A Amazônia é, sem dúvida, um patrimônio ambiental extraordinário e as cadeias da sociobiodiversidade possuem enorme relevância econômica, social, cultural e ambiental. Mas reduzir a biodiversidade brasileira à Amazônia é tão inadequado quanto tentar compreender a economia britânica observando apenas a City de Londres ou a americana pelo Vale do Silício. A City e o Vale são importantes, mas não esgotam a diversidade econômica do Reino Unido e dos Estados Unidos.

O Brasil abriga seis grandes biomas, cada um com características ecológicas próprias, histórias de ocupação distintas, diferentes formas de uso dos recursos naturais, desafios específicos de conservação e oportunidades particulares de desenvolvimento. Cerrado, Mata Atlântica, Caatinga, Pantanal e Pampas também concentram biodiversidade valiosa, conhecimentos tradicionais, **recursos genéticos** e potencial econômico frequentemente subestimado.

As implicações dessa constatação são profundas. Diferentes biomas demandam estratégias próprias de conservação e desenvolvimento, ampliando a diversidade de trajetórias possíveis para a bioeconomia brasileira.

O Brasil já era bioeconomia antes da bioeconomia. A própria ideia de bioeconomia merece um olhar mais cuidadoso. Nos últimos anos, o termo ganhou enorme popularidade e, muitas vezes, transmite a impressão de que estamos diante de uma fronteira recém-descoberta do desenvolvimento econômico. No caso brasileiro, porém, a história é mais complexa.

Muito antes de a expressão entrar no vocabulário das políticas públicas, o país já construía riqueza, empregos, exportações e capacidades produtivas a partir do uso de recursos biológicos. Foi também nesse processo que se formaram algumas das contradições que permanecem até hoje: desigualdades sociais, conflitos fundiários, formas predatórias de exploração dos recursos naturais e tensões recorrentes

tes entre conservação e desenvolvimento.

Do pau-brasil ao açúcar, do café à borracha, das florestas plantadas ao etanol, da soja às proteínas animais, a história econômica brasileira está profundamente associada ao uso de recursos biológicos. Em alguns momentos predominou a extração direta; em outros, atividades que exigiram investimentos, organização produtiva, conhecimento técnico e inovação.

Não se trata de romantizar essa trajetória nem de tomá-la como modelo para o futuro. Trata-se de reconhecer que a relação entre biodiversidade e desenvolvimento acompanha a própria formação histórica do país, combinando oportunidades, inovação, conflitos e contradições.

Existem bioeconomias associadas à floresta em pé, à agricultura moderna, à indústria, à energia e à saúde. Existem atividades intensivas em tecnologia e outras fortemente apoiadas em conhecimentos tradicionais. Não existe uma única biodiversidade e, por isso, faz mais sentido falar em bioeconomias brasileiras do que em uma única bioeconomia.

Biodiversidade como infraestrutura essencial para o desenvolvimento Um dos pontos que procurei destacar nas discussões realizadas em Londres foi a necessidade de mudar a forma como pensamos a biodiversidade. Frequentemente ela é apresentada como patrimônio natural a ser conservado ou como fonte de novos produtos e oportunidades econômicas. Ambas as perspectivas são importantes, mas insuficientes. Precisamos compreendê-la também como ativo estratégico para o desenvolvimento.

A comparação pode parecer estranha. Quando falamos em infraestrutura, normalmente pensamos em estradas, portos, energia, telecomunicações ou saneamento. Mas a biodiversidade é uma infraestrutura que desempenha funções cada vez mais essenciais para o desenvolvimento: a regulação dos ciclos hidrológicos, a proteção dos solos, a polinização, a manutenção da qualidade da água, a regulação climática e a própria resiliência dos sistemas produtivos dependem, em maior ou menor grau, da integridade dos ecossistemas. Sua importância vai muito além da agricultura e afeta, ainda que desigualmente, todas as atividades, espaços e grupos sociais.

A diferença é que percebemos imediatamente o impacto da queda de uma ponte ou da falta de

energia elétrica. Já a degradação dos sistemas naturais costuma ser gradual e silenciosa. Quando seus efeitos se tornam evidentes, os custos econômicos, sociais e ambientais geralmente já são elevados.

O Brasil já começa a experimentar algumas dessas consequências. Secas prolongadas, eventos climáticos extremos mais frequentes, alterações nos regimes de chuva e maior vulnerabilidade de atividades produtivas mostram que os serviços prestados pelos ecossistemas não podem ser tratados como garantidos. Embora seja simplista atribuir esses fenômenos a uma única causa, torna-se cada vez mais difícil ignorar a relação entre degradação ambiental, mudanças climáticas e perda de resiliência dos sistemas naturais.

Essa mudança de perspectiva ajuda a superar uma falsa oposição que frequentemente domina o debate público: a ideia de que conservação e desenvolvimento seriam objetivos incompatíveis. Se a biodiversidade constitui parte da infraestrutura que sustenta a produção, a inovação e o bem-estar, a questão deixa de ser quanto desenvolvimento estamos dispostos a sacrificar para conservá-la e passa a ser quanto desenvolvimento conseguiremos sustentar se continuarmos degradando os sistemas naturais dos quais dependemos.

Talvez essa seja uma das conversas mais importantes do nosso tempo. Não para opor conservação e desenvolvimento, mas para compreendê-los como dimensões complementares de uma mesma estratégia de longo prazo.

Oportunidades, desafios e contradições Ouvimos muito que a biodiversidade representa uma oportunidade extraordinária para o desenvolvimento do Brasil. A afirmação é verdadeira. Novos alimentos, medicamentos, cosméticos, biomateriais, fontes de energia e inúmeras outras aplicações podem gerar riqueza, empregos e inovação. Mas existe uma diferença importante entre potencial e realidade.

Decretos, discursos e boas intenções não geram desenvolvimento. Entre o potencial biológico e os benefícios econômicos e sociais existe um longo caminho que envolve pesquisa, inovação, investimentos, instituições e governança. Produzir conhecimento é indispensável - e a FAPESP tem dado contribuição importante nesse campo -, mas não suficiente. É preciso criar condições para transformar conhecimento em produtos, processos, negócios e oportunidades concretas para as populações dos di-

ferentes territórios.

Essa dimensão é particularmente importante porque a biodiversidade não é apenas patrimônio ambiental. Para milhões de pessoas, ela também constitui a base de seus meios de vida. O desafio não é apenas conservar a biodiversidade, mas fazê-la contribuir para melhorar as condições de vida das populações que dela dependem. É justamente aí que surgem algumas das tensões mais difíceis do debate contemporâneo, e a questão passa a ser conciliar proteção ambiental e geração de renda, interesses locais e preocupações globais, conhecimento tradicional e ciência moderna, uso econômico e preservação dos recursos naturais.

A realidade costuma ser menos confortável do que os slogans. O desenvolvimento pode gerar pressões ambientais. A conservação pode criar oportunidades econômicas, mas também impor restrições. A inovação pode reduzir impactos ambientais ou ampliá-los. Os resultados dependem menos de soluções universais e mais da capacidade de construir instituições capazes de administrar interesses legítimos, mas frequentemente conflitantes.

Construindo as bioeconomias do futuro As discussões realizadas em Londres reforçaram uma percepção importante: embora o interesse pela biodiversidade brasileira seja enorme, ainda existem muitas perguntas em aberto. A boa notícia é que uma agenda de pesquisa robusta já está em construção, envolvendo universidades, centros de pesquisa, agências de fomento e organizações internacionais. Mas a complexidade do tema exige avanços adicionais, mobilizando mais grupos, instituições, estados e o governo federal.

Ainda precisamos desenvolver melhores formas de medir o valor econômico, social e ambiental da biodiversidade; compreender os fatores que determinam o sucesso ou fracasso das diferentes bioecono-

mias; avaliar impactos, distribuir benefícios de forma mais equilibrada e construir mecanismos de governança capazes de conciliar conservação, inovação e desenvolvimento.

O Brasil possui condições excepcionais para contribuir para essa agenda. Não apenas por sua riqueza biológica e competência científica e institucional acumulada, mas pela oportunidade de ajudar a responder uma das questões centrais do século XXI: como transformar a extraordinária **diversidade biológica** do país em múltiplas trajetórias de desenvolvimento, sem comprometer os sistemas naturais que as tornam possíveis?

Não posso encerrar esta conversa sem agradecer à FAPESP pela iniciativa e pelo convite, e às professoras Camila Veneo C. Fonseca (IE/Unicamp), Maria Beatriz Machado Bonacelli (IG/Unicamp) e Maria Sylvia Macchione Saes (FEA/USP), cujas contribuições enriqueceram minha participação no evento e esta reflexão.

*Antônio Márcio Buainain

Membro do Conselho Científico Agro Sustentável (CCAS), Professor Titular do Instituto de Economia da Unicamp, pesquisador do Centro de Economia Aplicada, Agrícola e Meio Ambiente (CEA/IE/Unicamp) e do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento (INCT/PPED)

A veracidade dos dados, opiniões e conteúdo deste artigo é de integral responsabilidade dos autores e não reflete, necessariamente, a opinião do Portal Capital News

Marketing de emboscada, naming rights e criatividade: o que a Copa de 2026 ensinou às marcas



A Copa do Mundo de 2026 deixou lições importantes para o mercado esportivo, tanto para patrocinadores oficiais quanto para marcas sem vínculo com a FIFA que tentaram aproveitar a visibilidade do torneio.

Em uma edição marcada por campanhas criativas, restrições comerciais e disputas por atenção nas redes e nos estádios, o Mundial reforçou a força do chamado **marketing de emboscada** e expôs os desafios envolvendo naming rights e a operação das arenas nos Estados Unidos.

Em entrevista ao Times Brasil - Licenciado Exclusivo CNBC, o professor de gestão e marketing esportivo Nicolas Caballero afirmou que a prática de associar marcas a grandes eventos sem fazer parte do quadro oficial de patrocinadores já é conhecida no setor, mas ganhou novos contornos nesta edição da Copa.

"O **marketing de emboscada** já vem há um bom tempo sendo praticado nos grandes eventos esportivos. As marcas buscam se aproveitar da atenção do público, mesmo sem participação comercial oficial no evento", afirmou.

Segundo Caballero, "Não é permitido citar o nome Copa do Mundo, usar mascotes ou determinados elementos que remetam ao evento oficial quando a empresa não faz parte da operação comercial".

Essas restrições fazem parte dos contratos firmados entre a FIFA e seus patrocinadores, justamente para impedir a exposição gratuita de concorrentes.

Para o professor, um dos temas mais emblemáticos desta edição foi a situação dos naming rights nos estádios americanos. Como grande parte das arenas já possui contratos de nome vinculados a marcas, a FIFA precisou intervir para adequar os espaços às regras comerciais do torneio.

Siga o Times | CNBC no Google e receba as principais notícias do Brasil e do Mundo.

Siga o Times | CNBC

Onda de calor ameaça jogos da Copa nos EUA e pode gerar prejuízos bilionários à economia

"Quando a FIFA assume a operação do estádio, a arena deixa de ser gerida pelo clube ou pelo operador local e passa a ser controlada pelo comitê organizador. Nesse período, marcas que não participam financeiramente do evento precisam ser ofuscadas, tapadas ou retiradas da exibição", disse.

Foi nesse contexto que surgiram alguns dos casos mais comentados do torneio. Um deles envolveu a Levi's Stadium, arena que teve a marca encoberta por exigência da FIFA. Em vez de simplesmente esconder o nome, a solução encontrada transformou a restrição em oportunidade de comunicação.

"Aí entra a criatividade dos profissionais de marketing. A marca foi tapada, mas de uma forma que preservava a silhueta e a identidade visual da Levi's, transformando a limitação em ação de branding", afirmou Caballero.

A campanha fez tanto sucesso que a marca resolveu transformá-la em produto. Na quarta-feira (1), a companhia lançou uma camiseta de edição limitada "Nobody's Gonna Know Logo Tee".

Situação semelhante aconteceu com a Gillette, que também encontrou uma forma de explorar visualmente a restrição sem citar diretamente a competição. Na ação, a marca optou por esconder o próprio logo sob uma camada de espuma de barbear.

Na avaliação do professor, a principal lição da Copa de 2026 para o mercado é que a disputa por atenção em grandes eventos esportivos vai muito além do patrocínio oficial. Ao mesmo tempo em

Continuação: ■

Marketing de emboscada, naming rights e criatividade: o que a Copa de 2026 ensinou às marcas

que a FIFA reforça a proteção comercial de seus parceiros, empresas de fora do ecossistema do torneio continuam encontrando brechas criativas para participar da conversa global.

Presidente da CropLife defende marco regulatório e segurança jurídica



O valor de mercado do setor de biológicos no Brasil chegou a US\$ 6,2 bilhões em 2026, com crescimento superior a 10% ao ano nos últimos anos;

O valor de mercado do setor de biológicos no Brasil chegou a US\$ 6,2 bilhões em 2026, com crescimento superior a 10% ao ano nos últimos anos, tendência que deve se manter nos próximos períodos.

Em entrevista ao CNN Agro News desta quinta-feira (2), a presidente da CropLife Brasil, Ana Repezza destacou o protagonismo do Brasil na adoção desses insumos na produção agrícola tropical e a necessidade de aprovação de leis para garantir a expansão da produção nacional.

À CNN, ela defendeu que, para esse modelo avançar no Brasil, é preciso de modernização do amparo legal para a produção e uso de bioinsumos e biotecnologia no campo.

"As empresas do setor investem muito em pesquisa e inovação e, para que elas possam continuar todo esse trabalho, é necessário que a gente tenha um ambiente de negócio e um marco regulatório favorável, que garanta segurança jurídica a esses processos dentro do Brasil", afirmou.

Desafios regulatórios e agenda legislativa

Entre as prioridades elencadas por Repezza está a regulamentação da lei dos bioinsumos, aprovada em 2024, o novo marco regulatório dos defensivos químicos e a lei de proteção de cultivares, que trata de sementes e **propriedade intelectual**.

Segundo ela, o avanço dessas pautas é fundamental para garantir competitividade ao setor e atrair novos investimentos em pesquisa e desenvolvimento no país.

Repezza também destacou um projeto desenvolvido em parceria com a Apex Brasil voltado ao posicionamento internacional do país no segmento de biológicos. A iniciativa foca especialmente em mercados com clima e solo semelhantes aos do Brasil.

"O que a gente trabalha na CropLife é para que a gente posicione o Brasil internacionalmente como um país realmente líder na produção, no desenvolvimento, na pesquisa e na inovação de produtos biológicos", explicou.

Crescimento do setor e adoção de tecnologias

Ela ressaltou que o objetivo não é substituir uma tecnologia por outra, mas oferecer ao produtor uma combinação de soluções.

"A gente não se preocupa tanto se vai ser o biológico ou o defensivo químico, mas a gente se preocupa em oferecer uma solução que muitas vezes é essa combinação das quatro tecnologias que nós dispomos", afirmou.

Pesquisas recentes da entidade indicam que mais de 79% dos produtores brasileiros já adotam uma ou mais dessas tecnologias.

Para Ana Repezza, esse dado evidencia o alto nível de tecnificação da agricultura nacional. "É por isso que a gente tem esses níveis de competitividade internacional que a gente consegue alcançar", concluiu.

Governo Lula levou aos EUA "mapa" de compensações para evitar tarifaço



Sem clareza sobre os interesses da gestão Trump na negociação, Brasil sinalizou alternativas de concessões para evitar taxaço de 25%

O governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) apresentou à equipe econômica do presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, um "mapa do caminho" com alternativas de compensações que podem ser adotadas pelo Brasil para evitar a imposição de um novo tarifaço de 25% sobre produtos brasileiros importados.

O documento foi compartilhado com a gestão norte-americana durante mais uma rodada de negociações entre os dois países, realizada nessa quinta-feira (2/7).

O representante de comércio exterior dos Estados Unidos, Jamieson Greer, participou do encontro. Do lado brasileiro, estiveram presentes o ministro do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços, Márcio Elias Rosa, acompanhado de integrantes do Ministério das Relações Exteriores, da Assessoria Especial da Presidência da República e de outros membros do MDIC.

Até esta etapa das negociações, as autoridades norte-americanas ainda não haviam esclarecido quais pontos poderiam ser discutidos em troca de uma eventual suspensão das tarifas.

Diante disso, o governo Lula decidiu elaborar uma proposta que prevê o reforço de mecanismos de controle em áreas que vêm sendo questionadas pelos Estados Unidos com base na Seção 301 da

Lei de Comércio de 1974 - comércio digital, tarifas preferenciais, combate à corrupção, proteção à **propriedade intelectual**, etanol e desmatamento ilegal.

Receba no seu email as notícias de Boletim Metrópoles Frequência de envio: Diário Ver todas Assinar Ver todas as newsletters

Pix

O governo brasileiro também busca sinalizar disposição para adotar medidas adicionais em cada uma das seis áreas investigadas, reforçando o caráter neutro dessas políticas. Parte dessas iniciativas já estava em desenvolvimento. O Pix, no entanto, segundo integrantes do governo, é considerado inegociável e não integra o documento.

Três setores principais podem entrar na mesa de negociação, com possibilidade de redução de tarifas de importação de produtos norte-americanos: máquinas, equipamentos na área da saúde e tecnologia da informação, que somam cerca de 300 linhas tarifárias.

Com as propostas, o governo brasileiro tenta evitar que a gestão Trump alegue falta de engajamento nas negociações para impedir a aplicação da tarifa.

Apesar de o "mapa do caminho" ter sido bem recebido pela equipe norte-americana, de acordo com fontes a par das negociações, auxiliares do governo brasileiro avaliam que a alíquota deve ser implementada.

7 imagens Fechar modal. 1 de 7 Trump x Lula: cúpula do G7 amplia tensão diplomática entre líderes Arte Metrôpoles 2 de 7 Lula e Trum encontro na Casa Branca Ricardo Stuckert/Presidência da República 3 de 7 Presidente Lula em reunião com o presidente dos EUA, Donald Trump Ricardo Stuckert / PR 4 de 7 Lula e Trum foto oficial na Casa Branca Ricardo Stuckert/PR 5 de 7 Lula e Trump se encontram nesta quinta nos EUA Ricardo Stuckert/PR 6 de 7 Lula e Trum encontro na Casa Branca Ricardo Stuckert/Presidência da República 7 de 7 Presidentes se reuniram na Casa Branca

Ricardo Stuckert/PR

Corrida contra o tempo

Após o encontro, o ministro Márcio Elias Rosa admitiu que o tempo para as negociações é curto e que questões políticas têm dificultado o avanço das discussões.

O governo norte-americano tem até 15 de julho para decidir se adotará ou não a recomendação do Escritório do Representante de Comércio dos Estados Unidos (USTR, na sigla em inglês) de aplicar a sobretaxa sobre importações brasileiras.

"Estamos tentando construir um consenso. O tempo corre contra, não corre a favor, porque o prazo é 15 de julho. São muitas as questões postas. E infelizmente algumas questões que não deveriam estar na mesa, elas são trazidas eventualmente para o debate. Isso dificulta, polui o diálogo. Todas as vezes que nós caminhamos positivamente, parece que surge algum empecilho, um atropelo, e nós precisamos superar", relatou o titular do MDIC.

Esta foi a quarta reunião técnica para discutir uma solução para a questão tarifária entre os países. Em maio, Lula e Trump se reuniram e estabeleceram um prazo de 30 dias para que as equipes encontrassem uma saída para as taxas remanescentes de sanções impostas no ano passado. O prazo se encerrou, mas as negociações continuam.

Técnicos dos dois países devem se reunir novamente no início da próxima semana, em preparação para um encontro de alto nível antes de 15 de julho.

Audiência em 6 de julho

Na próxima segunda-feira (6/7), o USTR realizará uma audiência pública para discutir a proposta de taxaço.

Como mostrou o Metrôpoles, ao menos 13 inscritos pretendem discursar a favor das tarifas. A sessão é aberta a empresários e membros da sociedade civil e, até o momento, conta com 84 inscritos.

, ao menos 13 inscritos pretendem discursar a favor das tarifas. A sessão é aberta a empresários e membros da sociedade civil e, até o momento, conta com 84 inscritos. Entre eles, estão o senador e

pré-candidato à Presidência da República Flávio Bolsonaro (PL) e o influenciador bolsonarista Paulo Figueiredo, ambos com participação individual no processo.

O grupo de pessoas que pretende defender a taxaço é composto por empresas e associações norte-americanas que alegam sofrer prejuízo com o mercado brasileiro. Eles representam segmentos variados, como o etanol, proteína bovina e produção de aço.

Novo tarifaço

A tarifa de 25% foi recomendada pelo USTR no âmbito de uma investigação conduzida com base na Seção 301 da Lei de Comércio de 1974. A gestão Trump acusa o Brasil de adotar práticas comerciais desleais e discriminatórias contra empresas norte-americanas.

Entre as políticas questionadas estão o uso do Pix, o desmatamento ilegal e regras de **propriedade intelectual**, que, segundo os EUA, restringem ou encarecem as transações.

O governo brasileiro contesta as acusações. Em documento enviado ao USTR, o Itamaraty argumenta que a investigação mistura divergências políticas com "temas internos e domésticos do Brasil" para sustentar que "o comércio dos EUA é prejudicado ou restringido".

Sobre o Pix, o governo nega que o sistema de pagamento tenha limitado o acesso de outras empresas ao mercado brasileiro.

"O Google Pay Brasil era o maior iniciador de pagamentos na época e que a Visa também obteve autorização para operar dentro do ecossistema Pix. Esses fatos contradizem diretamente a sugestão de que a Pix opera como um campeão nacional fechado, do qual as empresas americanas são excluídas ou às quais são submetidas em termos discriminatórios", diz um dos trechos.

Mediação na prática: A experiência da Câmara de Mediação da OAB/RJ



Mediação na prática: A experiência da **Câmara de Mediação** da OAB/RJ Bárbara Bueno Brandão quinta-feira, 2 de julho de 2026

Atualizado em 1 de julho de 2026 09:44

A **Câmara de Mediação** da Ordem dos Advogados do Brasil Seção Rio de Janeiro caminha para o seu 16º ano de existência, consolidando-se como importante instrumento de promoção da cultura do consenso e disseminação do instituto da Mediação de Conflitos.

Ao revisitar essa trajetória, é impossível não prestar homenagem à Dra. Ana Tereza Basílio, idealizadora da então **Câmara de Mediação** e Arbitragem da OAB/RJ. Em um momento em que os métodos adequados de resolução de conflitos ainda buscavam maior espaço institucional, a iniciativa revelou-se visionária. Com o amadurecimento e a expansão desses mecanismos, tornou-se necessária a separação entre Mediação e Arbitragem, permitindo maior especialização e conferindo identidade própria a cada instituto, ainda que ambos permaneçam, em muitos momentos, complementares em sua atuação.

Também merece destaque a relevante contribuição da Dra. Samantha Pelajo que, ao lado de um expressivo grupo de mediadores do Rio de Janeiro, impulsionou o desenvolvimento da Câmara e contribuiu decisivamente para o fortalecimento do instituto da Mediação. Na sequência, a gestão da Dra. Juliana Loss e, atualmente, da Dra. Samantha Longo, deram continuidade a esse trabalho de aprimoramento institucional, diálogo interinstitucional e expansão da Mediação como instrumento efetivo de tratamento adequado de conflitos.

Hoje, como vice-presidente da Comissão de Mediação da OAB/RJ - e tendo integrado anteriormente as gestões conduzidas pelas Dras. Samantha Pelajo e Juliana Loss - pude acompanhar de perto essa trajetória de desenvolvimento da **Câmara de Mediação** da OAB/RJ. Essa vivência prática e institucional me permite observar, de forma concreta, a consolidação da Mediação como instrumento efetivo de resolução de conflitos e de fortalecimento da consensualidade no âmbito da advocacia.

Ao longo desses anos, a **Câmara de Mediação** da OAB/RJ soube construir pontes com diversos atores: câmaras privadas, instituições de ensino, Tribunais, órgãos públicos e operadores do Direito comprometidos com a consensualidade. Esse movimento colaborativo contribuiu significativamente para a difusão da Mediação e para a consolidação de uma cultura de diálogo no ambiente jurídico.

Em sua origem, a Câmara possuía atuação voltada especialmente ao recebimento de casos encaminhados pelo Tribunal de Ética e Disciplina da OAB/RJ. Tratavam-se, em sua maioria, de questões relacionadas à atuação profissional do advogado, envolvendo conflitos entre advogado e cliente, honorários, falhas de comunicação e situações de natureza ético-disciplinar.

Na prática, quando o relator identificava que determinada demanda possuía perfil compatível com a autocomposição, o caso era encaminhado para tentativa de Mediação. Os resultados positivos foram tão expressivos que, posteriormente, foi desenvolvido um projeto que funcionava praticamente como um "pré-TED", permitindo que determinadas situações fossem encaminhadas previamente à Mediação antes mesmo da instauração formal de uma representação ético-disciplinar.

A experiência prática demonstrou algo que os mediadores conhecem bem: muitos conflitos não decorrem propriamente de má-fé ou de infrações graves, mas de falhas de comunicação, ruídos de percepção, expectativas desalinhadas e ausência de escuta qualificada. Em inúmeras situações, a oportunidade de sentar, ouvir e ser ouvido mostra-se su-

ficiente para reconstruir pontes e permitir soluções mais adequadas e humanizadas.

Naturalmente, eventuais condutas incompatíveis com os deveres éticos da advocacia permanecem sujeitas à análise e competência do Tribunal de Ética e Disciplina. Contudo, em muitos casos, a Mediação revela-se mecanismo mais eficiente para restaurar a comunicação e permitir que as próprias partes construam soluções específicas para a controvérsia vivenciada.

Foi justamente nesse contexto que se consolidou a vertente institucional da **Câmara de Mediação** da OAB/RJ, destinada ao tratamento desses conflitos ético-disciplinares, sem qualquer custo para os envolvidos. Trata-se de importante instrumento de acesso à consensualidade, especialmente em situações nas quais o restabelecimento do diálogo pode produzir resultados mais efetivos do que uma solução exclusivamente sancionatória.

O êxito da experiência institucional levou, posteriormente, ao desenvolvimento da vertente privada da **Câmara de Mediação** da OAB/RJ. Nessa modalidade, a Câmara passou a atuar de forma semelhante às câmaras privadas existentes no mercado, possibilitando que advogados, estagiários e sociedades de advogados regularmente inscritos na Ordem possam utilizar a Mediação para solucionar conflitos de natureza diversa, com mediadores qualificados e condições diferenciadas.

Questões familiares, sucessórias, societárias, condominiais e empresariais podem ser conduzidas perante a Câmara da OAB/RJ em sua vertente privada, permitindo que os inscritos na OAB/RJ tenham acesso a um procedimento técnico e especializado, voltado à construção consensual de soluções e que, ao final, é concluído com um Termo de Mediação que possui força de título executivo.

Mais do que um benefício institucional, essa iniciativa também se revelou importante mecanismo de difusão da cultura da Mediação. Isso porque o ad-

vogado que vivencia, na prática, um procedimento de Mediação bem conduzido passa a compreender com maior profundidade o potencial transformador do método e tende a indicar esse caminho também aos seus clientes.

Os números da Câmara reforçam essa percepção. Até o momento, as vertentes institucional e privada já receberam conjuntamente mais de 2.200 pedidos de instauração de procedimentos de Mediação, com percentual aproximado de 48% de acordos celebrados.

Outro marco relevante ocorreu durante a pandemia da Covid-19, quando a Comissão de Mediação rapidamente adaptou a atuação da Câmara ao formato virtual, garantindo continuidade ao atendimento em um período em que os tribunais permaneciam fechados. A experiência foi bem-sucedida e, atualmente, os procedimentos podem ocorrer tanto presencialmente quanto virtualmente, conforme a preferência das partes.

Importante registrar, ainda, o pioneirismo da OAB/RJ nesse modelo institucional, que se tornou referência para diversas subseções e seccionais da Ordem em outros Estados, interessadas em compreender a experiência fluminense para implementação de iniciativas semelhantes.

A trajetória da **Câmara de Mediação** da OAB/RJ demonstra, na prática, que a Mediação não representa apenas um mecanismo alternativo de resolução de disputas, mas sobretudo uma ferramenta adequada de reconstrução do diálogo, fortalecimento das relações e promoção de soluções mais adequadas, participativas e sustentáveis.

Em tempos de crescente judicialização e intensificação dos conflitos sociais, investir em comunicação, escuta qualificada e consensualidade talvez não seja apenas desejável, mas um verdadeiro compromisso institucional com uma Justiça mais eficiente, humanizada e adequada às complexidades das relações contemporâneas.

A monetização da identidade na era da IA



Quando escrevi sobre deepfakes e a exploração econômica da imagem alheia, o questionamento era, por quanto tempo atributos pessoais continuariam sendo utilizados gratuitamente em um ambiente digital cada vez mais sofisticado.

Agora, a recente decisão da cantora Taylor Swift, de buscar o registro de sua própria voz como marca perante o Escritório de Patentes e **Marcas** dos EUA (USPTO) em reação ao avanço da inteligência artificial generativa, extrapola o universo do entretenimento e impõe reflexões jurídicas mais amplas, com efeitos econômicos, regulatórios e institucionais relevantes.

Se antes o debate girava em torno do uso indevido da imagem, agora avançamos para um estágio mais complexo, qual seja, a tentativa de transformar elementos da identidade em ativos juridicamente organizados, passíveis de controle, exclusividade e monetização sistemática e a diferença aqui não é trivial.

No caso dos deepfakes, o problema central é a apropriação indevida e, muitas vezes, descentralizada e de difícil repressão de imagem e voz, sendo que a resposta jurídica tradicional, com fundamento nos direitos da personalidade previstos nos artigos 11 a 21 do Código Civil, tem se mostrado frequentemente insuficiente diante da velocidade e da escala das violações.

No entanto, com o movimento da cantora, que se ampara na aprovação de registro semelhante concedido pelo USPTO ao ator Matthew McConaughey, a situação se coloca de outra maneira, em vez de apenas reagir ao uso indevido, busca-se antecipar o

problema, estruturando a proteção sob a lógica da **propriedade intelectual**.

É nesse ponto que a tentativa de registro da voz como marca ganha relevância, trazendo o problema para a legislação brasileira, temos que a Lei de **Propriedade Industrial** (Lei n. 9.279/1996), ao exigir que a marca seja "visualmente perceptível" em seu artigo 122, afasta sinais sonoros do sistema registral brasileiro. Ainda assim, a iniciativa revela uma estratégia sofisticada de migrar da tutela defensiva da personalidade para o regime ativo da **propriedade industrial**.

Na prática, isso significa sair de um modelo baseado em indenização posterior para um modelo de controle prévio e exploração econômica organizada.

Essa mudança de comportamento comprova o fato de que há uma assimetria crescente entre quem gera valor, ou seja, a cantora, o ator, o titular da imagem, da voz e da identidade e quem captura esse valor, as plataformas, desenvolvedores de IA e agentes econômicos diversos, a novidade agora é que alguns titulares começaram a agir não apenas de maneira posterior acionando o Poder Judiciário, mas de maneira preventiva e estruturada.

E com essa transformação surgem novos dilemas, se por um lado, a propriedade da voz pode funcionar como instrumento eficaz de proteção contra usos indevidos, por outro, amplia-se a lógica de apropriação privada sobre atributos existenciais, fazendo com que a identidade deixe de ser apenas protegida contra abusos e passe a ser organizada como portfólio de ativos.

Isso vai de encontro com os próprios fundamentos dos direitos da personalidade que foram tradicionalmente concebidos como intransmissíveis, irrenunciáveis e extrapatrimoniais.

Ainda que a exploração econômica desses direitos seja admitida há tempos, a sua conversão em estruturas típicas de propriedade privada levanta o questionamento de até que ponto é desejável ou juridicamente sustentável tratar elementos da identidade

como monopólio explorável?

O tema também se conecta à Lei Geral de Proteção de Dados (Lei n. 13.709/2018), tendo em conta que padrões vocais podem ser enquadrados como dados biométricos, ampliando o debate para além da propriedade e alcançando o campo da privacidade, da autodeterminação informativa e da segurança digital.

Essa ausência de respostas coordenadas pode gerar um cenário paradoxal, na medida em que a tecnologia avança rapidamente na replicação da identidade, enquanto o Direito oscila entre instrumentos tradi-

cionais e soluções improvisadas.

A tentativa de Taylor Swift não resolve o problema, mas expõe que, se a voz pode ser capturada, clonada e monetizada por máquinas, o Direito precisará decidir se continuará tratando esse atributo apenas como expressão da pessoa ou se reconhecerá, de forma mais explícita, sua natureza híbrida, ou seja, pessoal, econômica e tecnológica.

Como o meme 'Six Seven' gerou disputa judicial entre empresas de nuggets



Perdue Foods acusa Soules Foods de copiar embalagem com os números 6 e 7, mãos balançando e rabiscos

Empresas aproveitam meme 'Six Seven' que virou febre entre jovens do mundo todo

As origens e o verdadeiro significado do meme "Six Seven" permanecem obscuros para a maioria das pessoas com mais de 18 anos, mas os dois dígitos agora estão no centro de uma batalha judicial bem adulta sobre qual fabricante de nuggets de frango pode lucrar com a tendência.

A gigante de carnes e aves Perdue Foods está processando a Soules Foods em um tribunal federal na Virgínia, alegando que a Soules copiou o conceito visual de seus "6 7 Chicken Nuggets" este ano.

Os nuggets congelados e empanados da Perdue, em formato dos números 6 e 7, foram lançados em abril e estavam sendo vendidos em lojas Walmart de todo o país em maio. A embalagem colorida mostra os nuggets com um par de mãos em concha abaixo deles, contra um fundo divertido cheio de rabiscos e, para completar, uma carinha feliz.

Para os não iniciados, o design é baseado no meme "6 7", que consiste em pouco mais do que repetir os dois números, frequentemente enquanto se faz um movimento de malabarismo com as mãos. O meme, muitas vezes atribuído à música "Doot Doot (6 7)" do rapper Skrilla, chegou até o primeiro-ministro britânico Kier Starmer e o papa Leão 14, sendo repetido pelo jogador brasileiro Casemiro.

A Perdue encontrou concorrência na Soules Foods, que anunciou em 7 de junho (que no formato norte-americano se escreve 6/7) que também venderia nuggets de frango empanados nos formatos de 6 e 7, em embalagens que mostram os nuggets sustentados por mãos de desenho animado contra um fundo divertido cheio de rabiscos, além de uma variedade de emojis de carinhas felizes próprios.

Em um processo movido na semana passada, a Perdue afirmou que o uso desses elementos centrais pela Soules - a designação do produto "6 7", nuggets empanados em formato de números, mãos de desenho animado sob os números, estrelas em estilo de rabisco e carinhas felizes- foi copiado intencionalmente.

Um porta-voz da Soules disse esta semana que a empresa discorda das alegações da Perdue. A Soules contratou um advogado e afirmou que seus nuggets estarão disponíveis nas lojas Kroger e Aldi de todo o país em julho.

Os pedidos de registro de marca da Perdue para "6 7" e mãos posicionadas abaixo dos formatos empanados de 6 e 7 estão pendentes no Escritório de Patentes e Marcas dos EUA. O processo da empresa busca uma liminar preliminar e permanente para impedir a Soules de fabricar, comercializar ou vender nuggets de frango usando o nome "6 7", ou a arte dos números empanados com mãos de desenho animado. A empresa também quer forçar a Soules a recolher e destruir todo esse material de embalagem e publicidade.

Mas reivindicar direitos de marca para nuggets em formato de números não é um caso fácil de defender, afirmou Alexandra Roberts, diretora acadêmica do Centro de Direito, Informação e Criatividade da Faculdade de Direito da Northeastern University.

"Você não pode ser o único produtor de nuggets no formato de '6 7', assim como não pode ser o único produtor de dinos de frango, ou macarrão com queijo de unicórnio, ou palitos de peixe em formato de peixe", avaliou.

Os pedidos de registro de marca dos designs de embalagem incluindo um par de mãos têm "boas chances de sucesso", mas o "6 7" não, disse Roberts. A Soules também anunciou uma parceria com Maverick Trevillian, um adolescente que costuma ser apontado por popularizar o "6 7" no ano passado.

"Então isso pode ajudar a diferenciá-los", comentou Roberts sobre a parceria. "Há um argumento a ser feito de que, quando os consumidores virem os produtos da marca Soules, eles vão dizer: 'Ah, sim, é esse cara. Então essa é a marca que estou procurando', ou algo assim", apontou.

Mas a Perdue diz que o produto da Soules já causou confusão entre os consumidores. O processo cita um exemplo, apontando para uma publicação no Instagram sobre o lançamento dos "6 7" Chicken Nuggets da Soules, na qual outro usuário comentou: "Eu vi nuggets 67 no walmart 3 semanas atrás."

Roberts disse que não achou o exemplo persuasivo. O design similar das mãos pode ser o argumento mais forte para uma liminar, segundo ela, mas mesmo assim, as mãos fazem parte do meme, e a Soules poderia argumentar que essas também não deveriam ser protegíveis.

"Se um tribunal encontrasse probabilidade de confusão e concedesse uma liminar aqui, eu acho que a liminar seria apenas: Redesenhe a embalagem sem as mãos ou faça as mãos parecerem bem diferentes", declarou Roberts.

Embora ninguém possa ser dono absoluto de um meme, muitos são baseados em trabalhos que foram protegidos por **direitos autorais** e têm algumas proteções. O meme "6 7" não é um deles.

Quando um meme está intimamente associado a uma pessoa, segundo Roberts, isso pode dar a ela uma maior capacidade de reivindicar direitos exclusivos. Mas o meme "6 7" é anterior ao garoto com quem a Soules fez parceria e não está associado exclusivamente a ele.

No geral, Roberts se mostrou cética quanto às chances da Perdue de vencer no tribunal. "Isso seria um grande tipo de monopólio sobre toda essa categoria de produto", analisou. "A lei de **propriedade intelectual** concede monopólios, mas isso é com **patentes**. Não é para isso que servem as marcas registradas."

Como a indústria farmacêutica de alta tecnologia está mudando em Manaus



O setor farmacêutico, antes visto como um segmento complementar dentro do PIM, passa a reunir sinais cada vez mais consistentes de protagonismo.

Durante décadas, o Polo Industrial de Manaus (PIM) construiu sua identidade apoiado em segmentos como duas rodas, eletroeletrônicos, bens de informática e linha branca. São cadeias produtivas que ajudaram a consolidar a Zona Franca de Manaus (ZFM) como um dos principais polos industriais do país. Mas, discretamente, uma nova paisagem começa a se formar pela cidade. Se, durante muitos anos, Manaus foi reconhecida mundialmente pela fabricação de motocicletas, televisores, computadores e aparelhos de ar-condicionado, começa a surgir um novo componente nessa engrenagem industrial: a indústria farmacêutica de alta tecnologia.

O setor farmacêutico, antes visto como um segmento complementar dentro do PIM, passa a reunir sinais cada vez mais consistentes de protagonismo. O que chama atenção, além do volume expressivo de investimentos, é a convergência de fatores estratégicos que normalmente caracterizam indústrias de maior intensidade tecnológica: expansão da capacidade produtiva, fortalecimento das atividades de pesquisa, desenvolvimento e inovação (PD&I), incorporação de tecnologias industriais de alto desempenho, processos altamente automatizados e a atração de empresas intensivas em conhecimento e mão de obra qualificada.

Nos últimos meses, a Superintendência da Zona Franca de Manaus (Suframa) vem intensificando sua agenda com empresas do setor, acompanhando

projetos de expansão, implantação de novas unidades e iniciativas voltadas à pesquisa, desenvolvimento e inovação. Esse posicionamento institucional sinaliza ao mercado que a autarquia enxerga o segmento farmacêutico como uma oportunidade relevante para ampliar a diversificação da matriz industrial da Zona Franca. Mais do que acompanhar investimentos já anunciados, essa estratégia contribui para fortalecer a percepção de segurança institucional junto a empresas que avaliam instalar ou ampliar operações na região. A agenda inclui reuniões com a Novamed, do Grupo EMS, além do acompanhamento da implantação da Hypera Pharma em Manaus, reforçando que o segmento passou a ocupar espaço de destaque nas prioridades da autarquia.

O caso da EMS é emblemático! A Novamed, instalada em Manaus desde 2014, responde por aproximadamente 80% da produção de medicamentos sólidos do Grupo EMS, possui capacidade instalada de 1,5 bilhão de comprimidos por mês e figura entre as maiores e mais modernas fábricas de medicamentos sólidos do planeta. Recentemente, o grupo anunciou um novo ciclo de expansão estimado em R\$ 1 bilhão, ampliando sua estrutura industrial e fortalecendo as atividades de pesquisa e desenvolvimento, justamente em um momento de forte expansão do mercado farmacêutico nacional. A unidade também se tornou referência internacional em manufatura farmacêutica, operando com processos totalmente digitais (paperless), elevado nível de automação e sistemas robotizados, características que levaram Manaus a receber executivos de algumas das maiores indústrias farmacêuticas do mundo interessados em conhecer o modelo operacional desenvolvido na fábrica.

Ao mesmo tempo, a implantação da Hypera Pharma reforça essa percepção, já que se trata da incorporação de uma das maiores empresas farmacêuticas do país em um segmento caracterizado por elevada intensidade tecnológica, inovação, rigor regulatório e geração de empregos qualificados. Para a própria Suframa, essa chegada representa mais

um passo na estratégia de diversificação da matriz industrial da Zona Franca.

Esse conjunto de movimentos pode produzir efeitos que vão além da produção de medicamentos. A consolidação de novas empresas, associada ao fortalecimento das atividades de PD&I, cria oportunidades para ampliar a interação entre indústria, universidades, institutos de pesquisa e fornecedores especializados, estabelecendo bases para a formação, no futuro, de um ecossistema, ou mesmo de um cluster farmacêutico, capaz de agregar ainda mais valor à economia regional. Caso esse movimento mantenha sua trajetória, Manaus poderá consolidar não apenas uma nova atividade industrial, mas um ambiente favorável à integração entre manufatura farmacêutica, pesquisa científica, **inovação tecnológica** e formação de profissionais especializados, características que, em diversas regiões do mundo, deram origem a ecossistemas industriais altamente competitivos.

Essa estratégia da Suframa está alinhada a uma transformação que vem ocorrendo em escala global. Segundo o IQVIA Institute, os gastos mundiais com medicamentos deverão ultrapassar US\$ 2,6 trilhões até 2030, com crescimento anual entre 5% e 8%, impulsionado principalmente pelo desenvolvimento de novos medicamentos, pelos avanços tecnológicos e pela ampliação do acesso à saúde. Os números refletem uma transformação estrutural: a indústria farmacêutica deixou de ser impulsionada apenas pelo aumento do consumo de medicamentos e passou a crescer apoiada em inovação científica, biotecnologia, inteligência artificial, medicina personalizada e novos tratamentos para doenças crônicas.

Nesse contexto, merece destaque a revolução provocada pelos medicamentos destinados ao tratamento da obesidade e do diabetes. Poucos segmentos ilustram tão bem essa transformação quanto os

medicamentos baseados em GLP-1. A expectativa é que esse mercado movimente mais de US\$ 100 bilhões por ano até o início da próxima década, impulsionado por medicamentos como Wegovy, Ozempic, Mounjaro e seus sucessores. Soma-se a isso a incorporação crescente da Inteligência Artificial (IA) na descoberta de novas moléculas, a aceleração das pesquisas clínicas, o vencimento de importantes patentes, a expansão dos medicamentos biossimilares, o envelhecimento da população mundial e a busca por terapias cada vez mais personalizadas. São fatores que vêm redefinindo a indústria farmacêutica e ampliando sua relevância econômica e tecnológica.

Apesar de ainda não ser um polo consolidado em Manaus, já é possível reconhecer que o setor deixou de representar apenas uma aposta para o futuro. Os investimentos em curso, o fortalecimento da base industrial existente e a aproximação entre indústria, inovação e pesquisa indicam que uma nova vocação começa a ganhar espaço dentro do parque industrial. Em um cenário de transformação das cadeias globais de produção é necessário garantir competitividade, resiliência e sustentabilidade ao modelo Zona Franca de Manaus.

Se, durante décadas, a identidade do PIM foi construída sobre motocicletas, televisores, computadores e eletrodomésticos, talvez estejamos começando a assistir ao surgimento de um novo capítulo dessa história. Um capítulo em que inovação em saúde, pesquisa científica e indústria farmacêutica passam a integrar, de forma cada vez mais consistente, a paisagem industrial da Amazônia.

Cristina Monte é jornalista, colunista e analista de negócios, especializada na cobertura de indústria, inovação e desenvolvimento econômico na Amazônia.

Manaus

Governo brasileiro sugere medidas para contemplar americanos em negociação para impedir tarifaço



Iniciativas são chamadas internamente de 'mapa do caminho' e contemplam redução de tarifas para maquinário importado

O governo brasileiro decidiu apresentar aos Estados Unidos um pacote de medidas que pretende adotar para contemplar os seis temas apontados na conclusão da investigação da gestão de Donald Trump com base na Seção 301 da Lei de Comércio americana com sugestão de adoção de tarifas de 25% sobre produtos do país.

As iniciativas são chamadas internamente de "mapa do caminho" e visam dar um caráter objetivo para as negociações e evitar a influência de fatores políticos. O prazo para que o governo dos Estados Unidos decida se adotará ou não as tarifas termina em 15 de julho.

De acordo com um integrante do governo brasileiro, as medidas não atendem necessariamente as demandas dos americanos. O principal argumento da gestão do presidente Luiz Inácio Lula da Silva contra o tarifaço é que os EUA possuem superávit comercial em transações comerciais com o Brasil, o que torna as sanções sem sentido.

Mesmo assim, há uma disposição de mostrar que há empenho em negociar. Um grupo de auxiliares de Lula acredita que o tarifaço será implantado porque os americanos não teriam interesse em entregar uma vitória política ao presidente brasileiro às vésperas da eleição.

A ideia de adiamento da decisão foi apresentada em documento enviado pelo senador e pré-candidato do PL a presidente, Flávio Bolsonaro, ao Escritório do Representante de Comércio dos Estados Unidos (USTR, na sigla em inglês), órgão responsável pela investigação comercial. Um cenário visto como possível seria a costergação das tarifas. Já o convencimento de que o tarifaço não deve ser implantado não é considerado viável neste momento.

Algumas medidas propostas pelo Brasil no "mapa do caminho" já vinham sendo planejadas pelo governo. Um exemplo citado hipoteticamente é a adoção de novas iniciativas para reduzir ainda mais o desmatamento. Na conclusão da investigação, o USTR diz que o país deve ser taxado porque o desmatamento aumentou, mas embasa essa afirmação em dados de 2021. A gestão atual tem apontado que depois que Lula voltou ao poder a derrubada de vegetação caiu.

A proposta brasileira mais substancial é a de redução de tarifas para a importação de produtos de setores que são dominados pelos EUA, como máquinas, equipamentos na área da saúde e tecnologia da informação. As medidas estão sendo discutidas nas reuniões entre o ministro da Indústria e Comércio, Marcio Elias Rosa, e o chefe da USTR, Jamieson Greer. Nesta quinta-feira, os dois tiveram a quinta reunião desde que o grupo de trabalho para discutir a questão tarifária entre os dois países foi criado após a visita de Lula a Trump na Casa Branca em 7 de maio.

"Na reunião de hoje, seguimos debatendo as relações econômico-comerciais entre Brasil e Estados Unidos, contemplando análise concretas para os seis temas suscitados no contexto das investigações em curso no âmbito da Seção 301: comércio digital, tarifas preferenciais, combate à corrupção, proteção à **propriedade intelectual**, etanol e desmatamento ilegal", afirma a nota divulgada pelo Ministério da Indústria e Comércio nesta quinta-feira.

Ainda segundo integrantes do governo, há pontos citados pela investigação americana, como Pix, que são inegociáveis. O USTR argumenta que o Brasil

Continuação: Governo brasileiro sugere medidas para contemplar americanos em negociação para impedir tarifaço

utiliza políticas desleais para favorecer o Pix em detrimento de empresas de serviços de pagamento eletrônico dos Estados Unidos. Os questionamento ao Pix foram feitos dentro do tema "comércio digital".

CCS debate segurança de jornalistas e analisa projetos sobre comunicação



Da Agência Senado | 02/07/2026, 18h03

O Conselho de Comunicação Social (CCS) do Congresso Nacional deve realizar duas reuniões na segunda-feira (6). Pela manhã, às 9h30, promove uma audiência pública interativa sobre a segurança dos profissionais de comunicação durante a cobertura das eleições. À tarde, a partir das 14h, o conselho se reúne em sessão ordinária para analisar relatórios sobre projetos em tramitação no Congresso relacionados à comunicação social, ambiente digital e liberdade de imprensa.

A audiência pública vai reunir especialistas e representantes de organizações voltadas à liberdade de expressão e à defesa dos direitos dos jornalistas, entre eles a secretária-executiva do Observatório da Violência contra Jornalistas e Comunicadores da Secretaria Nacional de Justiça, Cintia Sogayar, e o diretor do escritório da Repórteres sem Fronteiras para a América Latina, Artur Romeu.

Na reunião ordinária, um dos principais itens em discussão é o relatório sobre o Projeto de Lei (PL) 2.331/2022, que regulamenta os serviços de vídeo sob demanda (VoD), conhecidos como plataformas de streaming. De autoria do senador Nelsinho Trad (PSD-MS), a proposta foi aprovada pela Câmara dos Deputados e retornou ao Senado para análise final.

O relatório examina medidas para reduzir a assimetria tributária e regulatória entre as plataformas digitais e o setor audiovisual brasileiro, além de dis-

cutir formas de financiamento da produção nacional, proteção da **propriedade intelectual** e incentivo ao conteúdo brasileiro. O documento também sugere a criação de uma comissão temática para acompanhar a regulamentação do audiovisual digital.

Outros temas

Os conselheiros também devem analisar o relatório sobre a Proposta de Emenda à Constituição (PEC) 67/2023, do senador Rogério Marinho (PL-RN), que proíbe a responsabilização de veículos de comunicação por declarações ilícitas feitas por entrevistados.

A reunião ainda prevê a análise do relatório sobre o PL 1.424/2026, da deputada Tábata Amaral (PSB-SP), que propõe a adoção da definição de antissemitismo da Aliança Internacional para a Memória do Holocausto (IHRA) na legislação brasileira. Outro item é o relatório do PL 4.675/2025, encaminhado pelo governo federal, que regulamenta a atuação econômica das big techs.

Também consta na pauta a proposta de realização de uma audiência pública em agosto para discutir os impactos do PL 2.338/2023 na comunicação social. De autoria do senador Rodrigo Pacheco (PSB-MG), a proposta institui o marco legal da inteligência artificial.

CCS

O CCS é um órgão auxiliar do Congresso Nacional responsável pela elaboração de estudos, pareceres e recomendações sobre temas relacionados à comunicação social. Presidido pela conselheira Patrícia Blanco, o conselho é composto por representantes da sociedade civil, das empresas de comunicação e de categorias profissionais, como jornalistas, cineastas e outros segmentos ligados ao setor.

Vitória Clementino, sob supervisão de Dante Accioly

Como participar O evento será interativo: qualquer pessoa pode enviar perguntas e comentários pelo telefone da Ouvidoria do Senado (0800 061 2211) ou

pelo Portal e Cidadania. As mensagens podem ser lidas e respondidas pelos senadores e debatedores ao vivo. O Senado oferece uma declaração de participação, que pode ser usada como atividade complementar em curso universitário, por exemplo.

Pelo Portal e Cidadania também é possível opinar

sobre projetos e até sugerir novas leis.

Índice remissivo de assuntos

ABPI Câmara de Mediação	9,10
Direitos Autorais	13,14
Inovação	15,16
Marcas	4,5,11,12
Patentes	13,14
Pirataria Biopirataria	1,2,3
Propriedade Industrial	11,12
Propriedade Intelectual	6,7,8,11,12,13,14,17,18,19,20