

Brasília, 08 de julho de 2026

Seleção

Sumário

CNN Brasil Online

Quarta-feira, 08 de julho de 2026 | Propriedade Intelectual

Como a China construiu um ecossistema industrial sem precedentes 4

InfoMoney - Online

Terça-feira, 07 de julho de 2026 | ABPI

Em audiência sobre tarifas, exportadores brasileiros destacam riscos para EUA 6

Jornal de Brasília Online

Terça-feira, 07 de julho de 2026 | Propriedade Intelectual

Treta milionária: como Benedito Ruy Barbosa processou o SBT por 20 anos 10

Migalhas

Terça-feira, 07 de julho de 2026 | Marco regulatório | INPI

De Neymar a Virginia: Estratégias de marca que fazem diferença 12

Terça-feira, 07 de julho de 2026 | Marco regulatório | INPI

Desenho industrial como estratégia competitiva empresarial 16

Terça-feira, 07 de julho de 2026 | Propriedade Intelectual

Marketing de emboscada ou livre concorrência? O caso Heineken x Ambev 17

MSN Notícias

Terça-feira, 07 de julho de 2026 | Propriedade Intelectual

Shineray pagou mais de R\$ 9 milhões à Honda após disputa por cópia de motos qu... 22

Segunda-feira, 06 de julho de 2026 | Propriedade Intelectual

Momento decisivo para o agro na relação Brasil-EUA 24

Economia & Negócios - Estadão

Terça-feira, 07 de julho de 2026 | Propriedade Intelectual

Setor privado vê Flávio deslocado do debate nos EUA e com atuação constringed... 26

O Estado de S. Paulo

Quarta-feira, 08 de julho de 2026 | Propriedade Intelectual

Tesla, Coca-Cola, eBay, Faber-Castell e Nestlé são contra tarifas ao Brasil 27

Carta Capital Online

Terça-feira, 07 de julho de 2026 | Propriedade Intelectual

Brasil vê avanço com os EUA, mas mantém etanol fora da negociação 29

G1 - Globo

Terça-feira, 07 de julho de 2026 | Marco regulatório | INPI

Tarifaço: Flávio Bolsonaro não trata de etanol e de desmatamento em audiência, al... 31

Consultor Jurídico

Terça-feira, 07 de julho de 2026 | Marco regulatório | INPI

Tirzepatida: objetividade para distinguir manipulação de fabricação 34

Sumário

Extra Online

Terça-feira, 07 de julho de 2026 | ABPI

Em audiência sobre tarifas, exportadores brasileiros destacam riscos para econom... .. 37

Gazeta de Vargem Grande

Terça-feira, 07 de julho de 2026 | Marco regulatório | INPI

Agricultura de São Paulo soma 11 Indicações Geográficas 41

Como a China construiu um ecossistema industrial sem precedentes



Mesmo diante da desaceleração econômica recente, imposta pela crise no setor imobiliário, a demanda elétrica chinesa continua expandindo a taxas que superam o resto do mundo somado

Por muito tempo, o debate sobre a ascensão econômica da China ancorou-se em clichês conhecidos, como a mão de obra barata, o câmbio artificialmente desvalorizado e a cópia de **propriedade intelectual**. Embora essas premissas carreguem fatias de verdade histórica, elas já não explicam a complexidade do cenário atual.

Um relatório recente do Rhodium Group, publicado em março de 2026, oferece uma leitura muito mais sofisticada e, por isso mesmo, inquietante. Pequim estruturou o que analistas conveniaram chamar de "electro-state", ou Estado elétrico, um ecossistema cujas implicações globais o Ocidente ainda custa a decifrar.

A tese central do documento é de uma simplicidade elegante, mas de desdobramentos vertiginosos. A China integrou, em uma cadeia única e autorreforçável, três pilares fundamentais: a geração de energia elétrica barata, o processamento de metais industriais e a fabricação de tecnologias verdes.

Cada elo atua como catalisador do próximo, de modo que a eletricidade abundante reduz o custo de refino do alumínio, do cobre e do lítio. Esses metais baratos, por sua vez, barateiam a produção de painéis solares, turbinas eólicas e baterias, enquanto as fontes renováveis injetam ainda mais energia de

baixo custo na rede. O ciclo se retroalimenta em um redemoinho industrial que o resto do mundo observa com uma mistura de admiração e impotência.

Os dados apresentados pelo Rhodium Group impressionam e desconfortam qualquer planejador estratégico ocidental pela escala que desafia a compreensão.

Em 2025, a geração combinada das energias solar e eólica na China superou o consumo industrial total dos Estados Unidos. Em 2026, esta mesma produção limpa ultrapassará a somatória dos consumos doméstico e industrial americanos.

No campo da eletrificação da frota, os veículos elétricos em circulação na China já poupam o equivalente a 1,76 milhão de barris de petróleo por dia, blindando progressivamente o país contra choques geopolíticos no mercado de combustíveis fósseis.

Desde a virada do milênio, o país asiático respondeu por 60% de todo o crescimento do consumo global de eletricidade. Mesmo diante da desaceleração econômica recente, imposta pela crise no setor imobiliário, a demanda elétrica chinesa continua expandindo a taxas que superam o resto do mundo somado. Trata-se de uma anomalia estatística que desafia os modelos econômicos tradicionais, nos quais o consumo energético costuma flutuar em estrita simetria com o Produto Interno Bruto.

Seria tentador envelopar essa trajetória como uma narrativa puramente verde e triunfante, mas o relatório é cirúrgico ao expor suas contradições. A espinha dorsal desse ecossistema não repousa no sol ou no vento, mas sim no carvão.

A China expandiu a maior frota de termelétricas do planeta porque o mineral é um recurso doméstico abundante e porque a metalurgia de base, envolvendo aço, alumínio e cobre, exige energia firme, contínua e previsível, algo que a intermitência das fontes renováveis ainda não consegue assegurar de forma isolada.

A lógica é estritamente geopolítica e de segurança nacional. Ao contrário do petróleo e do gás, altamente dependentes de rotas de importação vulneráveis, o carvão é extraído, transportado e consumido dentro das fronteiras chinesas. Além disso, gigantes estatais controlam toda a cadeia produtiva, o que

permite o subsídio cruzado de custos em cada etapa.

Apenas em 2024, foram adicionados 88 gigawatts de capacidade térmica a carvão à rede chinesa, o suficiente para abastecer uma nação europeia de médio porte. Isso não anula o avanço das renováveis; pela primeira vez, quase a totalidade do crescimento marginal da geração elétrica chinesa veio de fontes limpas. O carvão, contudo, funciona como a âncora que garante que nenhuma oscilação climática paralise as fundições de alumínio ou as gigafábricas de baterias.

Para nações que buscam estruturar cadeias de suprimentos próprias em minerais críticos, incluindo os Estados Unidos e a União Europeia, a China tornou-se um paradigma quase inalcançável. Os chamados efeitos de rede do Estado elétrico chinês foram lapidados ao longo de décadas, amparados por crédito estatal subsidiado, metas rígidas de longo prazo e uma tolerância hercúlea a margens de lucro quase nulas.

De acordo com o Rhodium Group, a combinação de processamento de metais, infraestrutura energética e manufatura avançada que a China consolidou é quase impossível de ser replicada integralmente em qualquer outro mercado de forma isolada.

Para as economias ocidentais, o desacoplamento exigirá tarifas protecionistas severas, cujo preço político e econômico será repassado ao consumidor final na forma de produtos mais caros. É um dilema

clássico de ação coletiva, no qual é preciso ponderar se o valor estratégico da autonomia justifica o custo inflacionário da independência.

O Brasil assiste a esse xadrez de uma posição de vulnerabilidade confortável, mas perigosa. Somos grandes exportadores de minério de ferro, alumínio, nióbio e lítio, mas continuamos a figurar como importadores dos produtos manufaturados de alto valor agregado, muitas vezes produzidos em solo chinês com os nossos próprios insumos. Embora o relatório não cite o Brasil nominalmente, o diagnóstico é claro ao apontar que a janela de oportunidade para verticalizar essa produção está se estreitando rapidamente.

O país possui credenciais únicas para o jogo, ostentando uma das matrizes elétricas mais limpas do planeta e um potencial solar e eólico vastíssimo. Todavia, vantagens comparativas não se traduzem automaticamente em densidade industrial. O que nos falta não é recurso natural ou energia limpa, mas coordenação de política industrial, crédito de longo prazo direcionado e a coragem política para definir quais apostas estratégicas o país sustentará nas próximas décadas.

A China não forjou seu Estado elétrico por acaso ou por forças cegas de mercado; fez isso com planejamento central obstinado, paciência histórica e resiliência financeira. O alerta definitivo está dado: o tempo para o resto do mundo aprender essa lição está se esgotando.

Em audiência sobre tarifas, exportadores brasileiros destacam riscos para EUA



Ferramenta do InfoMoney

Representantes de entidades empresariais e da sociedade civil do Brasil e dos Estados Unidos participaram, em Washington, de uma audiência pública que foi realizada pelo Escritório do Representante de Comércio dos Estados Unidos (USTR, na sigla em inglês) para discutir a proposta de aplicação de tarifas e outras medidas comerciais sobre produtos brasileiros exportados para a maior economia do mundo.

O governo brasileiro enviou observadores. Empresários brasileiros que participaram da reunião de hoje - a primeira de duas (a segunda está marcada para amanhã) - e falaram em nome de setores econômicos brasileiros atingidos pelas medidas disseram ao GLOBO que estão moderadamente otimistas sobre possível mudança de postura dos americanos, dado o tom técnico adotado pelas autoridades.

Neste primeiro dia de audiências, os depoimentos dos representantes de exportadores brasileiros se concentraram em mostrar principalmente como a decisão de Trump de tariffar adicionalmente importações do Brasil pode acabar ampliando custos para a indústria americana e para a sua cadeia de fornecedores, o que levaria a alta de preços para empresas e consumidores.

No Brasil, o ministro de Relações Exteriores, Mauro Vieira, classificou como "arbitrária" a decisão dos EUA, anunciada em junho, de aplicar um novo tarifaço contra o país após a conclusão de

uma investigação comercial do USTR, contestada pelo Brasil.

O USTR também publicou manifestações feitas por escrito por empresas. Com data de 1º de julho, empresas americanas, como a gigante de bebidas Coca-Cola, a montadora de Elon Musk Tesla e o site de vendas de usados eBay recomendaram que os Estados Unidos não adotem tarifas sobre produtos brasileiros, sob pena de serem prejudicados o fornecimento, a produção e o comércio de seus itens em solo americano.

A audiência de hoje faz parte da investigação aberta com base na Lei de Comércio dos EUA, de 1974, que permite ao governo daquele país retaliar nações cujas políticas sejam consideradas injustificadas, discriminatórias ou prejudiciais ao comércio americano.

Nesta etapa, o USTR ouve empresas, especialistas e associações antes de elaborar sua recomendação final sobre a adoção das medidas propostas. Não é a primeira vez que empresários brasileiros participam desse tipo de reunião nos EUA. No ano passado, audiências públicas também foram realizadas em Washington após o presidente dos EUA, Donald Trump, decretar os primeiros tarifaços sobre produtos brasileiros.

Durante a reunião, cada participante teve cinco minutos para sua manifestação. Em seguida, respondiam perguntas do USTR.

O diretor-geral do Conselho dos Exportadores de Café do Brasil (Cecafé), Marcos Matos, um dos que falaram na reunião, avaliou que a audiência teve um ambiente mais técnico e favorável ao Brasil do que o observado em setembro do ano passado. Segundo ele, representantes de áreas como agricultura, comércio, Tesouro, trabalho e saúde participaram da sessão, elevando o nível das discussões.

- O ambiente foi muito diferente daquele que enfrentamos em setembro do ano passado. As perguntas foram mais técnicas, mais específicas e mais aprofundadas - afirmou.

Matos diz que o Brasil foi amplamente defendido por entidades nacionais e por representantes da indústria americana, que estão entre os importadores de produtos do Brasil, o que ele atribuiu a um resultado do trabalho realizado ao longo dos últimos meses para aproximar empreendedores dos dois países.

Na audiência, o Cecafé defendeu a manutenção da isenção tarifária para o café verde e para o café torrado e moído, além da inclusão do café solúvel na lista de exceções. A entidade argumentou que o produto é um insumo importante para a indústria americana, que o utiliza na fabricação de bebidas prontas para consumo e outros produtos de maior valor agregado.

- A gente mostrou que o café solúvel brasileiro gera valor para a indústria americana, ajuda a manter a estabilidade de preços ao consumidor e beneficia diferentes segmentos do mercado nos Estados Unidos.

Na avaliação de Matos, a postura dos integrantes do USTR indicou maior abertura para compreender os impactos econômicos das medidas propostas, especialmente sobre a cadeia produtiva americana.

- Existe uma janela de oportunidade. É um otimismo com moderação, mas hoje há um contexto que não existia no ano passado.

O professor de Economia e Finanças da FGV Gustavo Pessoa, que participou do sexto painel da audiência como representante da sociedade civil, também avaliou que boa parte das manifestações foi favorável ao Brasil.

Ao lado de Vinícius Nunes Pinto, executivo brasileiro com experiência no setor de pagamentos, Pessoa fez uma defesa do Pix como um meio de pagamento democrático no Brasil que não ameaça os negócios das bandeiras de cartões americanas. Um representante do Departamento do Tesouro dos EUA perguntou como os EUA poderiam se beneficiar de eventual integração como o Pix.

- Respondi que o Pix não é o maior sistema de pagamentos instantâneos do mundo, porque o sistema indiano é quatro vezes maior que o nosso (em volume transacionado), mas que o caso brasileiro é o de maior sucesso, dada a adesão da população e das empresas. Eu disse que a tecnologia veio para ficar, assim como os pagamentos digitais, e que seria interessante para os EUA, que são a maior po-

tência financeira do Ocidente, aprenderem e se adaptarem, se integrarem - afirmou o professor da FGV.

Pinto diz ter sugerido uma integração entre o Pix e o Fed Now, que está sendo desenvolvido pelo Federal Reserve, o BC dos EUA, que segundo ele são sistemas muito parecidos.

- Eles são parecidos, baseados na mesma tecnologia, no mesmo padrão de mensageria, então existe a possibilidade de criar pontes entre os dois, fortalecendo ainda mais o comércio entre os dois países.

Algumas falas de americanos na audiência em favor de novas tarifas sobre produtos brasileiros, especialmente durante o segundo painel - que reuniu entidades relevantes do agronegócio dos dois países - chamaram a atenção de Pessoa:

- Durante os depoimentos, muitos representantes usaram como justificativa para a aplicação de medidas com base na um suposto aumento do desmatamento no Brasil. O que me chamou a atenção é que praticamente todos utilizaram dados com recorte até 2022, sem apresentar números mais atualizados.



Após a audiência, as entidades terão cinco dias para enviar documentos complementares, caso considerem necessário reforçar algum ponto apresentado. Em seguida, o USTR dará sequência à elaboração da recomendação final da investigação da à Casa Branca.

A Câmara de Comércio Americana (Amcham Brasil) teve sua fala conduzida pela representante da entidade em Washington, Kristina Rosales. Ela centrou sua argumentação na perspectiva dos EUA.

- O ponto central foi mostrar que a eventual aplicação de sobretaxas sobre importações brasileiras vai ter efeitos negativos para a própria economia americana em relação a aumento de custos e perda de competitividade do setor produtivo, que usa insu-

mos, máquinas e equipamentos e produtos exportados pelo Brasil - contou Abrão Neto, presidente da Amcham Brasil, que esteve diretamente em contato com Kristina, após sua fala no início da tarde.

Outro ponto destacado, segundo ele, é que tornar a importação do Brasil mais cara abriria mercado para concorrentes asiáticos, como a China, mercados com os quais os EUA já mantêm um déficit em comércio exterior, enquanto com o Brasil o resultado é superavitário. Ou seja, o Brasil importa mais do que exporta para os EUA.

- A China exporta mais de 90% dos produtos que seriam afetados. E está entre os principais fornecedores de mais de 52% das categorias que podem ser alvo da taxa adicional - ponderou Neto. - Outra coisa é que reduz a influência econômica dos EUA no Brasil. De janeiro a maio deste ano, a participação do país no comércio exterior brasileiro caiu ao menor patamar histórico.

Kristina foi questionada pelas autoridades americanas sobre que alternativas seriam adequadas em alternativa à aplicação de tarifas ao Brasil. De largada, ela reforçou que há tempo para um esforço de negociação entre os governos dos dois países para alcançar um acordo que evite a tarifa adicional. O governo do presidente Lula já tem equipes em negociações com técnicos da gestão de Trump.

Entre possibilidades sugeridas pela Amcham estão discutir maior acesso a mercados de alguns setores no Brasil, como de componentes para indústria e infraestrutura digital; elaborar um acordo bilateral em minerais críticos, além de, no comércio digital, mirar na prorrogação de longo prazo da moratória da Organização Mundial do Comércio (OMC) sobre a cobrança de tarifas alfandegárias sobre transmissões eletrônicas.

Na vez da Associação Brasileira da Indústria de Arroz (Abiarroz), o questionamento dos americanos foi outro, conta Andressa Silva, diretora-executiva da entidade.

- A pergunta feita pelo comitê foi por que o arroz produzido nos EUA não substitui o brasileiro. Explicamos que isso ocorre em função da preferência e do perfil dos consumidores atendidos - explicou ela. - Falamos sobre os potenciais impactos sobre pequenas e médias empresas americanas que atendem a comunidade latina, além de toda a cadeia de valor envolvida e do potencial aumento de custo

para o consumidor americano.

A defesa da inclusão do arroz brasileiro na lista de exceções à nova tarifa feita pela associação também sublinhou que as relações comerciais no setor entre os dois países são bem estabelecidas e não poderia ser substituídas de forma imediata, pontuou a executiva:

- Foi um ambiente receptivo, oportunidade importante de esclarecimento por parte dos setores privados. Esperamos ter uma avaliação cuidadosa, no sentido de manter as exportações brasileiras de arroz sem a incidência de tarifa adicional.

Segundo Pessoa, um dos discursos mais contundentes foi o de Jenna Stanton, diretora de Política e Assuntos Públicos da Associação de Pecuaristas dos Estados Unidos (USCA, na sigla em inglês). Em sua apresentação, ela associou produtos brasileiros ao desmatamento, à corrupção e ao trabalho ilegal e defendeu que a carne brasileira deixasse a lista de exceções e passasse a ser tarifada.

Pessoa participou da audiência por iniciativa própria e levou uma defesa técnica do Pix, um dos temas citados na investigação do USTR. O órgão americano sustenta que como o sistema foi estruturado pelo Banco Central pode conferir uma vantagem competitiva considerada injusta em relação a empresas americanas de pagamentos eletrônicos.

Na apresentação, o economista argumentou que o Pix não deve ser tratado apenas como um meio de pagamento, mas como uma infraestrutura financeira estratégica, essencial para o funcionamento da economia brasileira. Segundo ele, a discussão deveria se concentrar em aspectos como transparência, governança, interoperabilidade e acesso ao sistema, em vez da adoção de tarifas comerciais.

- O Pix deixou de ser apenas um meio de pagamento. Hoje ele é uma infraestrutura crítica para o funcionamento da economia brasileira. Em vez de enxergá-lo apenas como um problema comercial, os Estados Unidos poderiam aprender com essa experiência e buscar formas de cooperação nessa área - disse.

João Marcello Varrichio Messas, representante da Associação Brasileira de Exportadores de Mel (Abemel), saiu otimista deste primeiro dia de audiências:

- Tivemos uma visão 360 graus. Falamos do mel orgânico brasileiro e da importância no atendimento

da demanda dos EUA, uma vez que eles não produzem esse mel e consomem muito, tendo sua demanda atendida em 95% pelo Brasil - destacou: - E em outro painel, tivemos os dois maiores importadores e o maior engarrafador de mel orgânico americanos, mostrando que cada US\$ 1 de mel orgânico importado se transforma em US\$ 5,50 para a economia do país.

Segundo ele, o Brasil reúne condições únicas para a produção de mel orgânico, contando com uma mescla entre abelha europeia e abelha africana. Com a forte resistência a doenças, dispensam o uso de antibióticos e medicamentos, como exige a regulação, com coleta de pólen e mel diretamente de florestas naturais nos maiores biomas brasileiros, distantes e fontes de contaminação. Todas características que buscou destacar nos EUA.

Messas respondeu ao comitê que não é possível atender o mercado americano com outras fontes de produção por falta de escala comparável à do Brasil. Incentivar essa produção nos EUA, acrescentou, também não é viável pelo clima do país, do tipo de abelha e outros fatores. O risco é a escassez levar a aumento de preços ao consumidor americano.

Já Rodrigo Ouro Preto Santos, vice-presidente da **Associação Brasileira de Propriedade Intelectual (ABPI)**, reforçou que a área pode fazer aprimoramentos contínuos, mas que o país conta com legislação atualizada de proteção de marcas e produtos e que cumpre as determinações de proteção de **propriedade intelectual** determinadas em acordos com o de Paris e os no âmbito da OMC.

- Eles reclamam que há práticas discriminatórias a empresas americanas, mas isso não é verdade. Temos mecanismos de combate à violação de marcas e patentes inclusive no judiciário - disse ele.

Santos citou mudanças como o plano de combate ao estoque de pedidos de patentes **INPI**, que normatiza o setor. A fila, destaca ele, encolheu de mais de 147 mil pedidos, em 2019, para 527 no início deste ano, quando o contador de solicitações em estoque foi desativado.

Outra medida destacada é a regra que permite à Receita Federal, nas aduanas do país, reter e apreender produtos identificados como falsificados após consulta ao titular do direito de marca e **propriedade intelectual**.

Questionado pelos americanos sobre como seria possível contornar a taxa, ele afirmou que o caminho é a colaboração entre entidades do setor dos dois países.

Treta milionária: como Benedito Ruy Barbosa processou o SBT por 20 anos



A morte do autor de "Pantanal" reabriu o dossiê mais suculento do mercado de dramaturgia brasileira: um contrato rasgado, um processo de vinte anos e uma indenização que quase chegou aos R\$ 23 milhões. Fiquei sabendo de tudo antes de desfazer a mala.

Cheguei de NY morta, gente. Aquela Copa me consumiu a alma, o fígado e o cartão de crédito, e eu juro que se alguém mencionar pênalti perto de mim essa semana eu processo a pessoa por dano moral. Larguei a mala na entrada de casa, aqui no Cosme Velho, liguei a cafeteira torcendo pra ela cooperar depois de 05 dias de abandono, e o celular já vibrava. Era meu contato do mundo do entretenimento jurídico, aquele que só me liga quando o assunto envolve dinheiro grosso e ego ferido. E olha, ele escolheu bem o dia, porque eu precisava de uma treta que não tivesse bandeira nenhuma envolvida.

A notícia era a morte de Benedito Ruy Barbosa, e junto com a saudade de "Pantanal" veio o capítulo mais delicioso da carreira dele, que não foi escrito pra televisão, foi escrito pelo Judiciário. Nos anos 1990, Silvio Santos decidiu montar o elenco dos sonhos pra brigar de igual com a Globo na dramaturgia e contratou grandes nomes da televisão, como Benedito Ruy Barbosa, Gloria Perez e Walter Negrão. Foi um IPO de talentos, todo mundo assinando contrato de olho no prêmio, só que a Globo apareceu com uma contraproposta e o elenco desistiu antes da estreia. Silvio não era homem de engolir cancelamento de contrato calado, então fez o que qualquer investidor magoado faria: processou todo mundo.

A parte boa é que essa treta tem camadas de holding. Anos depois, o SBT reexibiu "Pantanal", em 2008, entendendo que havia adquirido os direitos da antiga TV Manchete, emissora responsável pela exibição original da novela em 1990. Benedito, porém, sustentava que os direitos pertenciam à Globo, e não ao SBT. É tipo descobrir que o apartamento que você comprou na planta já tinha outro dono registrado. Um imbróglio de **propriedade intelectual** digno de M&A; mal auditado.

E o climão não ficou só no papel. Em 1998, com o processo em andamento, Benedito Ruy Barbosa foi ao SBT receber o Troféu Imprensa por "O Rei do Gado". No palco, Silvio Santos aproveitou para lembrar da desistência do autor em assinar com a emissora. Há relatos de que Benedito se emocionou durante o programa e que parte daquele momento nunca chegou a ser exibida. Isso não é climão, minha filha. Isso é assembleia de acionista com faca nas costas embaixo da mesa.

Agora, o desfecho financeiro, que é onde eu realmente me delicieei. O SBT acabou condenado por litigância de má-fé, porque a Justiça entendeu que a emissora utilizou recursos considerados protelatórios ao longo do processo. A decisão determinou o depósito de mais de R\$ 10 milhões. A defesa de Benedito, no entanto, sustentava que, com juros e correções, o valor devido ultrapassava R\$ 23 milhões. Foi um daqueles impasses de auditoria em que cada lado apresenta uma planilha diferente para o mesmo balanço. No fim, o STJ bateu o martelo e decidiu que o valor já depositado encerrava a disputa, colocando um ponto final em uma batalha judicial que atravessou cerca de duas décadas.

Fecho esse capítulo pensando que Benedito Ruy Barbosa deixou um legado que nem processo consegue arranhar. Ele criou rio, terra e drama em "Pantanal", escreveu novelas que marcaram gerações e protagonizou também um dos litígios mais emblemáticos da história da dramaturgia brasileira. Se existisse um índice de bolsa para brigas de bastidor, essa aqui teria fechado em alta histórica.

Continuação: Treta milionária: como Benedito Ruy Barbosa processou o SBT por 20 anos

FacebookWhatsAppLinkedInTwitterXTelegramShare

De Neymar a Virginia: Estratégias de marca que fazem diferença



De Neymar a Virginia: Estratégias de marca que fazem diferença Leandro Oziel e André Santa Cruz
A marca registrada é muito mais do que um símbolo de identidade. Entenda como protegê-la, usá-la contra violações digitais e contabilizá-la corretamente na saída de sócios. terça-feira, 7 de julho de 2026

Atualizado em 6 de julho de 2026 19:14

1. Registrei minha empresa na Junta: O nome da "marca" já está protegido?

Essa é uma das perguntas mais recorrentes no ambiente empresarial e, ao mesmo tempo, uma das mais perigosas de responder com um simples "sim". O registro na Junta Comercial cria uma pessoa jurídica. Ele define a razão social, o CNPJ e a existência legal da empresa perante o Estado. O que ele não faz é proteger a marca.

A proteção marcária no Brasil é competência exclusiva do **INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial**. É somente por meio do registro junto ao **INPI** que uma marca passa a ter proteção legal no território nacional, garantindo ao seu titular o uso exclusivo do sinal dentro dos segmentos de mercado em que atua.

A relevância estratégica desse registro pode ser medida por um dado revelador: o **INPI** divulgou em maio de 2026 que, entre todos os depositantes

residentes de marcas no Brasil em 2025, a empresa Neymar Sport e Marketing ocupou o segundo lugar no ranking, com 278 depósitos ao longo do ano. O jogador de futebol registrou mais marcas do que partidas disputadas no período, incluindo expressões populares, logotipos e linhas de produtos em segmentos que vão de vestuário a jogos eletrônicos. O movimento não é acidental: é a expressão prática de que uma marca é um ativo econômico que precisa ser formalmente protegido para gerar retorno.

A distinção do local de registro pode parecer técnica, mas suas consequências são concretas. Uma empresa pode operar durante anos com um nome fantasia, construir reputação e clientela, e então descobrir que outra empresa registrou aquela mesma marca junto ao **INPI**. Nesse cenário, o titular do registro marcário tem o direito de exigir que o concorrente deixe de usar o sinal, inclusive judicialmente, independentemente de quem começou a usá-lo primeiro.

O que a lei brasileira admite, a título de exceção, é o chamado direito de precedência, pelo qual quem usa uma marca de forma ininterrupta e notória pode alegar prioridade no registro. Mas provar esse uso é custoso, litigioso e incerto. O ônus recai sobre quem não registrou, e não sobre quem registrou.

Registrar a marca é o primeiro e mais importante passo para transformá-la em um ativo empresarial protegido. Sem esse registro, o que o empresário tem é uma expectativa, não um direito. A postura de Neymar diante da **propriedade intelectual** de sua marca pessoal ilustra, com clareza pouco usual, o que significa tratar a marca como patrimônio: não basta usar, é preciso registrar, proteger e expandir o portfólio de forma sistemática.

2. Como a marca registrada pode ser usada e protegida

Com o registro obtido junto ao **INPI**, o titular da marca passa a ter instrumentos jurídicos concretos para defender seu sinal no mercado. E no cenário atual, em que boa parte da atividade comercial

migrou para ambientes digitais, a proteção da marca na internet tornou-se um dos campos mais relevantes e mais disputados do direito marcário.



André Santa Cruz title=

O uso indevido de marcas em plataformas digitais assume diversas formas. A mais evidente é o registro de domínios idênticos ou similares ao nome da marca por terceiros, prática conhecida como cybersquatting. O objetivo, em geral, é vender o domínio ao titular legítimo por um valor elevado ou redirecionar usuários para produtos e serviços concorrentes. Em outro formato, concorrentes utilizam a marca alheia como palavra-chave em campanhas de anúncios patrocinados no Google, de modo que quem pesquisa a marca de uma empresa acaba sendo direcionado para o site de outra.

Nas redes sociais, o problema aparece na criação de perfis ou páginas que copiam o nome, a identidade visual e os produtos de marcas alheias, seja para enganar consumidores, seja para vender produtos falsificados. Esse tipo de uso gera prejuízo direto ao titular, tanto em termos de reputação quanto em volume de vendas. A preocupação com esse risco é tão concreta que, conforme amplamente noticiado em maio de 2026, a influenciadora e empresária Virginia Fonseca registrou, desde 2021, 28 pedidos junto ao **INPI** para proteger os nomes dos próprios filhos como marcas comerciais, chegando a protocolar o primeiro registro do nome de sua filha mais velha, Maria Alice, ainda antes do nascimento da criança. A estratégia declarada era impedir que terceiros explorassem comercialmente os nomes das crianças sem autorização, protegendo o patrimônio que suas imagens já representavam.

Para enfrentar essas situações de uso indevido, o titular de uma marca registrada tem caminhos bem definidos. No campo extrajudicial, pode acionar diretamente as plataformas digitais por meio de notificações formais com base nas políticas de proteção à **propriedade intelectual** do Facebook, Instagram, Google e outras. No campo judicial, pode ajuizar ações inibitórias para cessar o uso irregular e pleitear indenização por danos materiais e morais.

Um ponto que muitas vezes passa despercebido: a proteção só é exigível se a marca estiver efetivamente registrada e o registro estiver ativo e regular. Plataformas como Instagram e Facebook exigem que o titular comprove a titularidade do registro ao protocolar uma denúncia formal de violação. Sem o número do processo ou o certificado emitido pelo **INPI**, a solicitação de remoção de conteúdo simplesmente não avança.

A conclusão prática é direta: o registro da marca é a chave que abre o acesso a todos esses mecanismos de proteção. Sem ele, o empresário depende de providências mais lentas, mais caras e menos eficazes.

3. A marca como ativo na apuração de haveres: Um tema que os contratos societários precisam enfrentar

Quando um sócio se retira de uma empresa, voluntariamente ou por exclusão, a lei determina que ele receba a parte que lhe cabe sobre o patrimônio social. Esse processo, chamado de apuração de haveres, considera todos os ativos da empresa: bens imóveis, equipamentos, carteira de clientes, contratos vigentes e, inevitavelmente, a marca registrada.

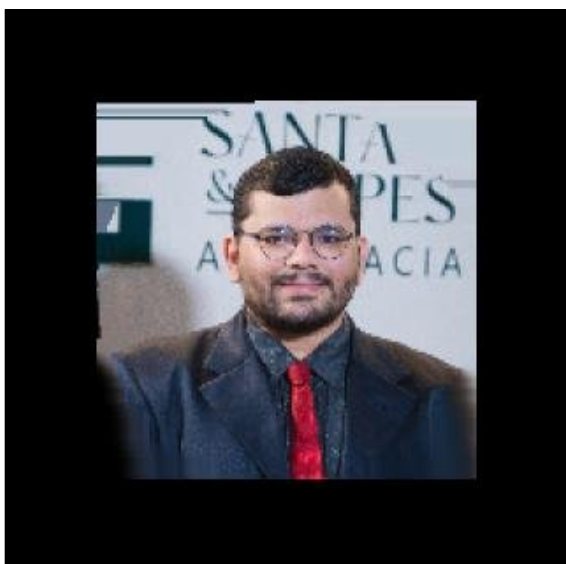
Uma marca com expressão no mercado tem valor econômico mensurável. Ela representa a reputação acumulada, a confiança dos consumidores e o diferencial competitivo da empresa. Por isso, a legislação e a doutrina contábil já consolidaram o entendimento de que a marca é um ativo intangível que integra o patrimônio empresarial e deve ser incluída na base de cálculo dos haveres.

Exemplificativamente, o processo de divórcio entre Virginia Fonseca e Zé Felipe, iniciado em 2025 após cinco anos de casamento, oferece um exemplo concreto e de ampla repercussão: a WePink, marca de cosméticos registrada e controlada pela influenciadora, foi apontada como o principal ativo a ser avaliado na partilha de bens do casal, com estimativas de valuation que chegam a R\$ 3 bilhões. A

complexidade de determinar o valor dessa marca, construída sobre a imagem pessoal de Virginia, mas com existência jurídica e comercial própria, tornou-se o centro de uma disputa judicial que ilustra, na prática, os riscos de não se estabelecer previamente como o intangível será avaliado em caso de dissolução societária ou conjugal.

O problema é que quantificar o montante financeiro representativo da marca não é uma tarefa simples. Existem diferentes metodologias de avaliação, como o fluxo de caixa descontado atribuído à marca, o método de royalties e os laudos baseados em critérios de mercado. Cada método pode chegar a valores substancialmente diferentes para o mesmo ativo. Quando não há previsão contratual sobre qual metodologia será adotada, o processo de apuração de haveres torna-se um campo fértil para disputas prolongadas e custosas.

O contrato social ou o acordo de sócios é o instrumento adequado para prevenir esses conflitos. Quando os sócios, em momento de harmonia, estabelecem de antemão os critérios de avaliação do patrimônio intangível, a saída de um deles deixa de ser um evento traumático e passa a ser uma transição gerenciável.



Leandro Ozziel Leandro Ozziel

Há, contudo, um segundo problema que se apresenta especialmente nas empresas de serviços, onde a marca está intimamente ligada à atuação pessoal dos sócios. Em um escritório de advocacia, uma clínica médica ou uma consultoria, parte considerável do valor da marca deriva da reputação individual dos profissionais que a compõem. Quando um sócio se retira, parte do valor atribuído à marca

pode ter origem na sua atuação personalíssima, e não no ativo empresarial em si. O caso de Virginia Fonseca é emblemático nesse aspecto: parte expressiva do valor comercial da WePink deriva diretamente da imagem e da audiência da própria sócia fundadora. Separar o que pertence à marca enquanto ativo empresarial e o que decorre da presença pessoal da influenciadora é, juridicamente, uma das questões mais complexas envolvidas na disputa. Para empresas de menor porte, o desafio é o mesmo, ainda que as cifras sejam diferentes.

Separar esses dois componentes, o valor da marca enquanto ativo da empresa e o valor proveniente da contribuição pessoal de cada sócio, é um dos desafios mais complexos da apuração de haveres nesse segmento. Na ausência de uma definição prévia, ambas as partes tendem a defender interpretações opostas: o sócio que sai quer incluir o máximo possível na base de cálculo, enquanto a empresa tem interesse em minimizar o valor atribuído ao intangível.

A solução passa necessariamente por uma cláusula contratual expressa e previamente ajustada, elaborada com o apoio de profissionais da área jurídica, que defina os parâmetros de avaliação do intangível e, se possível, estabeleça mecanismos de revisão periódica desses parâmetros ao longo da vida societária.

4. Registro e contratos: Os dois pilares de uma marca protegida

A marca não é apenas um símbolo de identidade comercial. Ela é um ativo patrimonial que pode ser protegido, licenciado, cedido e valorado. Para que o empresário usufrua plenamente desses benefícios, dois caminhos precisam ser percorridos com a devida atenção.

O primeiro é o registro junto ao **INPI**. Sem ele, a marca não tem proteção jurídica efetiva, e o empresário fica exposto a riscos que vão desde a usurpação do nome por terceiros até a impossibilidade de agir contra o uso indevido nas plataformas digitais.

O segundo é a estruturação adequada dos instrumentos societários. O contrato social e o acordo de sócios precisam enfrentar, com perceptibilidade e antecipação, as questões relativas ao valor da marca e aos critérios que serão aplicados em caso de dissolução parcial da sociedade. Ignorar esse tema enquanto a empresa cresce é transferir para o futuro

um problema que, quando chega, costuma ser muito mais difícil e mais caro de resolver.

A combinação entre registro marcário e contratos societários bem elaborados é o que transforma a marca de um nome em um patrimônio protegido e gerenciável. Tanto o registro quanto a revisão periódica dos instrumentos societários são tarefas que demandam orientação jurídica especializada, porque é justamente na qualidade técnica desse trabalho preventivo que reside a diferença entre uma marca segura e uma marca vulnerável.

Os exemplos de Neymar e Virginia Fonseca, que figuram entre os maiores depositantes e mais ativos usuários do sistema marcário brasileiro, não são fenômenos restritos ao universo das celebridades: são o reflexo de uma compreensão sofisticada de que marca é patrimônio, e patrimônio precisa de proteção.

Leandro Oziel Advogado. Pós-graduado pela Escola Superior da Advocacia/FTM. Expertise em

direito bancário, empresarial e cooperativismo. Ex-assessor jurídico em cooperativa de crédito. Profissional ANBIMA CPA-20.

André Santa Cruz Doutor em Direito Comercial pela PUC-SP e professor do IESB-DF. Ex procurador Federal e ex-diretor do DREI. Coordenador do Núcleo Empresarial do escritório e autor de diversas obras jurídicas.

Desenho industrial como estratégia competitiva empresarial



O artigo explica o desenho industrial como proteção estratégica, rápida e complementar à marca e patente, fortalecendo ativos empresariais.

Desenho industrial ganha espaço como estratégia competitiva nas empresas Rodrigo Moraes Costa O artigo explica o desenho industrial como proteção estratégica, rápida e complementar à marca e patente, fortalecendo ativos empresariais.

terça-feira, 7 de julho de 2026

Atualizado em 6 de julho de 2026 17:07

Os desenhos industriais, conforme definidos na lei da **propriedade industrial**, são um tipo de proteção voltada para os aspectos ornamentais de um objeto. Seu emprego na construção de um portfólio de ativos de **propriedade industrial** é estratégico, podendo ser utilizado em complemento a outras formas de proteção, como marcas e patentes.

A proteção conferida por um registro de desenho industrial é voltada exclusivamente para os aspectos ornamentais de um objeto, ou seja, para as características externas visualmente perceptíveis. Aspectos técnicos e funcionais de um objeto não são protegidos pelo registro de desenho industrial, mas sim por uma patente. Sendo assim, um mesmo objeto pode ter seu lado ornamental e seu lado funcional protegidos concomitantemente.

Um diferencial na obtenção de um registro de desenho industrial está na celeridade de sua tramitação no **INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial**. Em 2024, o tempo médio para a decisão de um pedido a partir de seu depósito foi de 9,5 meses, ao passo que os tempos médios para a decisão de um pedido de registro de marca e de um pedido de patente desde seus depósitos foram, respectivamente, de 15,8 meses e de 4,4 anos, de acordo com os dados divulgados pelo **INPI** em seu relatório de gestão de 2024.

Uma vez concedido o registro, seu titular tem assegurado o direito de impedir que terceiros produzam, usem, coloquem à venda, vendam ou importem o objeto protegido por até 25 anos. Para reforçar este direito, o titular pode ainda solicitar o exame de mérito do registro a fim de atestar a novidade e originalidade do mesmo.

Diversas empresas de diferentes tamanhos e em diferentes campos de atuação optam por proteger seus ativos por registros de desenho industrial. Uma destas empresas é a fabricante de blocos de montar LEGO, que atualmente possui mais de 300 processos de desenhos industriais depositados no **INPI**. Este portfólio abrangente é utilizado pelo titular de maneira estratégica para assegurar que concorrentes não reproduzam indevidamente seus produtos e se aproveitem de sua posição proeminente no mercado.

Em conclusão, os registros de desenho industrial podem atuar como um complemento importante na formação de um portfólio robusto de ativos de **propriedade industrial**, principalmente considerando a rapidez em sua análise e a longevidade do registro.

Rodrigo Moraes Costa Engenheiro e sócio do escritório Montauray Pimenta, Machado & Vieira de Mello.

Montauray Pimenta, Machado & Vieira de Mello Advogados

Marketing de emboscada ou livre concorrência? O caso Heineken x Ambev



Marketing de emboscada ou livre concorrência? O caso Heineken x Ambev no The Town Lyvia Carvalho Domingues Marketing de emboscada volta ao debate após decisão do TJ/SP que delimita os limites entre publicidade criativa, patrocínio e concorrência leal. terça-feira, 7 de julho de 2026

Atualizado às 10:57

Recentemente, ganhou repercussão na mídia uma campanha publicitária lançada pela 99 Tecnologia Ltda. que teria caracterizado suposta prática de marketing de emboscada, ao fazer referências ao atacante Endrick, da seleção brasileira.

O ápice da divulgação da campanha ocorreu no dia do segundo jogo da seleção brasileira na Copa do Mundo, contra o HAITI, momento em que a empresa 99, segundo informações divulgadas pela Folha de S. Paulo¹, teria oferecido cupons de desconto para pedidos entregues por profissionais chamados "Endrick", ou variações do nome, em alusão ao atacante da seleção brasileira.

A campanha, contudo, não resistiu à notificação extrajudicial encaminhada pela CBF - Confederação Brasileira de Futebol, e foi paralisada. E não por acaso: o iFood, concorrente da 99 Food, figura como patrocinador oficial da seleção brasileira.

Fato é que, sempre que grandes eventos esportivos ou culturais mobilizam a atenção do público, o

debate entre os limites da publicidade lícita e da configuração do marketing de emboscada retorna ao centro das discussões.

O marketing de emboscada é bastante comum nesses eventos esportivos de grande porte e há casos emblemáticos² de grandes marcas que despertaram interesse da imprensa internacional³.

O maior desafio é delimitar a fronteira entre a publicidade criativa e o marketing de emboscada. Em muitas situações as marcas flertam com os riscos de uma disputa concorrencial que, a se confirmar, poderá resultar na imposição de vultosas indenizações.

Caso amplamente noticiado ocorreu com a marca BAVARIA, de uma cervejaria holandesa, durante o jogo da Holanda x Dinamarca, na copa do Mundo de 2010 na África do Sul. Aproximadamente 36 modelos jovens e loiras, vestidas com a cor laranja, chamaram a atenção durante a transmissão do jogo. E o pior: a patrocinadora oficial do evento era a Budweiser.

Outro exemplo é do jogador dinamarquês Nicklas Bendtner, que exibiu a marca "Paddy Power", de uma casa de apostas irlandesa, ao comemorar o segundo gol na partida contra Portugal durante a EUROCOPIA em 2012.

Publiquei no Informativo Migalhas um outro texto que também abordava o marketing de emboscada no período que precedia a Copa do Mundo realizada no Brasil.⁴

Embora o tema seja recorrente nessas ocasiões, o ordenamento jurídico brasileiro não dispõe de normas específicas sobre o marketing de emboscada, ressalvadas as legislações especiais e temporárias, como a lei Geral da Copa, editada para atender às ocorrências daquele evento.

É nesse contexto que merece destaque acórdão proferido, em outubro de 2025, pela 2ª câmara reservada de Direito Empresarial do TJ/SP, no julgamento da apelação cível 1124546-04.2023.8.26.0100.

A decisão enfrentou importante controvérsia envolvendo duas gigantes do segmento de bebidas: a Heineken e a Ambev, e versava acerca da alegada prática do marketing de emboscada durante o festival de música The Town, realizado na cidade de São Paulo.

A HEINEKEN Brasil, autora da ação, se intitulou patrocinadora master do evento e detentora exclusiva de todos os direitos de associação de suas marcas ao The Town.

Conforme narra a inicial, a ação foi motivada pelo fato de a AMBEV ter espalhado inúmeros mochi-leiros com barris de chopp BRAHMA no entorno do autódromo de Interlagos, próximos às filas de acesso ao The Town, passando a impressão de que se tratava de um patrocinador oficial.

Além disso, a HEINEKEN alegou que a AMBEV também teria distribuído gratuitamente no local a bebida mista Mike's que compõe o seu portfólio de produtos.

Antes de propor a ação, a Heineken notificou extrajudicialmente a AMBEV, que, em resposta, negou a promoção de qualquer ação publicitária associativa de suas marcas com aquela edição do evento The Town, como também afirmou que a HEINEKEN estaria tentando impor sua exclusividade em um perímetro maior do que o assegurado para o patrocinador.

A autora da ação se fundou na aplicação por analogia da lei 14.597/23 ("lei Geral do Esporte"), que na seção II - "Dos Crimes contra a **Propriedade Intelectual** das Organizações Esportivas" - em seus arts. 170 e 171, tipifica o marketing de emboscada, nas modalidades "por associação" e "por intrusão".

A inicial também apontou como fundamento o art. 31 do Código de Autorregulamentação Publicitária do CONAR, e a lei 12.663 de 5 de junho de 2012 (lei Geral da Copa), que no caput do art. 11, e em seus parágrafos 1º e 2º, prevê que a exclusividade do patrocinador será garantida não só no interior do evento, mas também em seus arredores e principais vias de acesso, num perímetro de 2km ao redor dos locais oficiais da competição.

A AMBEV, em sua defesa, deduziu preliminarmente a ausência de documento essencial à ação, qual seja, o contrato de patrocínio. No mérito, alegou que a parte autora não juntou aos autos o contrato de patrocínio com a organizadora do evento, e que,

portanto, não teria comprovado a sua exclusividade. Aduziu, ainda, que o Município não concedeu à autora ou a qualquer patrocinador a exclusividade comercial e publicitária em espaços públicos externos ao local do evento. E mais: defendeu que a ausência de prévia delimitação, pela Municipalidade, da área de restrição comercial impede o reconhecimento da alegada exclusividade. Negou a prática das condutas descritas pela HEINEKEN, pugnando pela improcedência da ação.

A ação foi julgada improcedente em 1ª instância. Segundo o magistrado, a autora não comprovou o direito de exclusividade no qual se funda a demanda, na medida em que não juntou aos autos o contrato de patrocínio, tampouco forneceu outros documentos capazes de propiciar a análise da exclusividade.

Em relação à alegação da parte autora de que a ausência do contrato de patrocínio não comprometeria a sua pretensão, pois é "fato notório que a HEINEKEN Brasil foi patrocinadora master do THE TOWN", o juiz entendeu que não se controverte propriamente o fato de ter sido patrocinadora, mas sim a própria existência do direito de exclusividade, bem como seus termos e condições, em especial o limite territorial e respectivos produtos abrangidos pelo contrato.

A HEINEKEN interpôs recurso de apelação ao TJ/SP, julgado pela 2ª câmara reservada de Direito Empresarial do TJ/SP, que por votação unânime negou provimento ao recurso.

A íntegra do acórdão, proferido em outubro de 2025, pode ser acessado no link indicado ao final deste texto.

As principais questões submetidas à apreciação do Tribunal consistiam em verificar a alegada nulidade da sentença por cerceamento de defesa e apurar se a AMBEV teria praticado marketing de emboscada, de modo a justificar sua condenação ao pagamento de indenização por danos materiais e morais.

O Colegiado afastou a alegação de cerceamento de defesa, assentando que a Heineken "teve oportunidade de requerer todas as provas pertinentes e necessárias à controvérsia; teve, também, oportunidade de produzi-las sob o crivo judicial até porque é o juízo o destinatário da prova".

Mantida a sentença de improcedência, o Tribunal também consignou que a apresentação do contrato

de patrocínio se mostrava imprescindível à solução da controvérsia.

Confira-se trecho do acórdão proferido pelo Tribunal:

"A exibição do contrato de patrocínio foi requerida em diversas oportunidades pela apelada (fls. 150/206, 433/468 e 495/506), nas quais e em razão das quais a apelante teve a oportunidade de manifestar-se e de apresentá-lo.

No entanto, a apelante deixou de fazê-lo, sob a alegação de que a apresentação era desnecessária diante da existência de outros documentos que, segundo ela, eram suficientes para analisar e solucionar a controvérsia e de que o contrato contém dados confidenciais."

Quanto à confidencialidade do contrato de patrocínio, consignou o Relator que tal documento era passível de ser juntado nos autos com a tarja do sigilo constante do sistema eletrônico, reforçando que a sua apresentação era necessária para demonstrar a abrangência e a extensão do direito de exclusividade alegado na inicial da ação.

De acordo com o Tribunal: "Ainda que o patrocínio do festival seja notório, a controvérsia residuiu na atuação da apelada nos arredores do local onde se realizou o evento, sendo certo que a mera alegação da apelante de ser patrocinadora não comprova, por si só, a existência, os termos, as condições e a abrangência do direito de exclusividade".

O Tribunal também fundamentou a manutenção da sentença de improcedência no fato de que a pretensão recursal da Heineken implicava, em última análise, a privatização do espaço público, ao buscar impor restrições à publicidade e à atividade empresarial sem a indispensável intervenção e participação da autoridade competente.

Segundo o acórdão, a pretensão da apelante de estender os efeitos de um contrato privado para além dos limites pactuados, produzindo reflexos sobre terceiros e sobre o uso de espaço público, não encontra respaldo jurídico. Ao contrário, conforme consignado pelo Tribunal, tal pretensão afronta o princípio da livre iniciativa e compromete a função social da concorrência, que visa assegurar um ambiente econômico plural, competitivo e acessível.

O Tribunal também concluiu que não houve marketing de emboscada, nem ilicitude dos atos publicitários atribuídos à AMBEV. Isso porque a comercia-

lização de produtos nos arredores do evento, desacompanhada do uso de imagens ou outros elementos que estabeleçam associação direta com o evento, não configuraria essa prática.

A esse respeito, merece destaque o seguinte trecho do acórdão:

"O marketing de emboscada envolve uma tentativa intencional de associar o nome do anunciante a um determinado evento, com o objetivo de levar o público a acreditar que existe uma ligação oficial entre ambos.

A conduta da apelada, quando muito, limitou-se à realização de ações comerciais em área pública, sem qualquer menção ao festival ou à marca patrocinadora; a conduta da apelada consistiu na venda

de seus produtos aos consumidores em geral, ainda que atraídos pelo festival, mesmo porque estes não são obrigados a consumir, fora das dependências em que o evento se realiza, exclusivamente os produtos dos patrocinadores; logo, a conduta da apelada não conteve ilicitude, abusividade e nem deslealdade.

O público consumidor tem discernimento suficiente para distinguir ações promocionais autônomas daquelas oficialmente vinculadas à programação oficial. Supor que a recepção de um produto gratuito ou a aquisição dele em estabelecimentos comerciais fora dos limites físicos do evento compromete essa percepção minimiza a capacidade crítica dele e oportunisticamente imputa à marca concorrente uma intenção associativa aqui revelada infundada.

A extensão dos efeitos do contrato a terceiros, sob o argumento de que a atuação deles cria "embaraços" ao patrocinador, amplia indevidamente o alcance contratual e afronta os princípios contratuais e os econômicos das livres iniciativa e concorrência.

A anunciada relação contratual da apelante com o festival não serve para limitar a atuação lícita e legítima de agentes econômicos em espaços públicos e privados outros; serve, sim, para limitar a atuação dos concorrentes dela apenas no local em que o festival se realiza, ao fundamento da alegada exclusividade da comercialização da bebida.

Em outras palavras, não se pode admitir que o patrocínio de evento privado se converta em instrumento de exclusão de competidores legítimos."

Por fim, o Tribunal afastou a aplicação analógica da lei 12.663/2012 (lei Geral da Copa), por reconhecer

tratar-se de legislação especial, excepcional e temporária, editada para disciplinar eventos específicos, não sendo possível estender seus efeitos a outros eventos privados, como o festival em questão.

Nessa linha, consignou que: "Se assim não for, a apelante auferirá vantagens atribuídas excepcional e temporariamente à FIFA, com quem ela não se confunde a qualquer título ou sob qualquer fundamento. Essas vantagens, sob qualquer aspecto em que analisadas, são indevidas, geram dano locupletamento e alijam a concorrência leal".

Contra o acórdão foram opostos embargos de declaração, posteriormente rejeitados. Na sequência, a recorrente interpôs recurso especial. A decisão do TJ/SP ainda não transitou em julgado.

Além das legislações examinadas anteriormente, cumpre destacar que a Lei da **Propriedade Industrial** (lei 9.279/1996), embora não discipline expressamente o marketing de emboscada, possibilita a tutela contra essa prática. Assim o é porque, ao prever em seu art. 209 a reparação por perdas e danos decorrentes de "atos de concorrência desleal não previstos nesta Lei", o legislador deixou claro que as hipóteses descritas no art. 195 não exaurem todas as modalidades de concorrência desleal.

Em outras palavras, o rol do art. 195 possui natureza exemplificativa, e não é taxativo, admitindo o reconhecimento de outras práticas desleais que, embora não expressamente previstas, produzam os efeitos lesivos descritos pela própria lei.

Assim, embora o marketing de emboscada não constitua ilícito tipificado na lei da **Propriedade Industrial**, nada impede que esse ilícito seja enquadrado como ato de concorrência desleal para fins de responsabilização civil, desde que presentes os pressupostos estabelecidos no art. 209 da LPI, isto é, quando houver prejuízo à reputação ou aos negócios alheios, aí incluídos os investimentos realizados pelo legítimo patrocinador.

O art. 10 Bis, da Convenção da União de Paris, internalizado pelo decreto 75.572, de 8 de abril de 1975, também assegura aos nacionais dos países signatários a proteção efetiva contra a concorrência desleal, definindo-a como qualquer ato de concorrência contrário aos usos honestos em matéria industrial ou comercial.

Outro ponto que merece especial atenção diz respeito à necessidade de que, em casos dessa natureza, a análise dos fatos seja realizada à luz dos elementos que efetivamente caracterizam o marketing de emboscada. Sob esse prisma, observa-se que o acórdão trouxe como um de seus fundamentos a inexistência de utilização de imagens, marcas ou outros elementos que remetesse diretamente ao evento.

A propósito deste ponto específico do julgado, é importante mencionar que, ainda que inexistam referências diretas ao evento, é fundamental examinar se a estratégia adotada era apta a estabelecer, mesmo que de forma implícita, uma associação entre a marca dos produtos comercializados e o evento, especialmente em razão da realização da ação promocional nas suas imediações, bem como se poderia induzir o público a acreditar na existência de vínculo, patrocínio ou endosso daquela ativação publicitária pela entidade organizadora.

A própria expressão "marketing de emboscada" revela uma característica dessa prática, concebida para se beneficiar da notoriedade de determinado evento sem assumir, de forma ostensiva, a condição de patrocinador oficial.

Com efeito, a análise jurídica da conduta não pode limitar-se à verificação da existência de referência direta ao evento, mas deve investigar se, consideradas as circunstâncias do caso concreto, a estratégia adotada era apta a criar, no público consumidor, uma associação indevida ou a proporcionar ao agente vantagem concorrencial decorrente da reputação e da visibilidade do evento.

Confira aqui a íntegra do acórdão proferido em outubro de 2025.

-
1. <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/painelsa/2026/06/cbf-acusa-99-de-marketing-de-emboscada-e-pede-retirada-de-campanha-com-endrick.shtml>
 2. <https://exame.com/marketing/10-acoes-de-marketing-de-emboscada-em-torneios-esportivos/>
 3. <https://www.theguardian.com/media/2010/jun/17/ambush-marketing-world-cup>
 4. <https://www.migalhas.com.br/depeso/175418/lei-geral-da-copa>

Lyvia Carvalho Domingues Advogada do escritório
Newton Silveira, Wilson Silveira e Associados -
Advogados.

Newton Silveira, Wilson Silveira e Associados -
Advogados

Shineray pagou mais de R\$ 9 milhões à Honda após disputa por cópia de motos que durou 12 anos



Quer se manter informado, ter acesso a mais de 60 colunistas e reportagens exclusivas? Assine o Estadão aqui!

Uma disputa judicial que se arrastou por 12 anos terminou com a Shineray pagando mais de R\$ 9 milhões à Honda por violação de **propriedade intelectual** envolvendo duas motocicletas vendidas no Brasil. A ação, iniciada em 2012, discutia semelhanças entre os modelos SH 150 Max e 150 GY Explorer, da fabricante chinesa, e as motocicletas CG 150 Titan e NXR 150 Bros, da Honda.

Os documentos só vieram à tona este ano e obtidos com exclusividade pela reportagem do Jornal do Carro.

Segundo a fabricante japonesa, o mérito da ação (Processo nº 0068242-85.2012.8.26.0100), registrada no Tribunal de Justiça de São Paulo (TJSP), foi definitivamente julgado em 2020. Já a fase de liquidação da sentença - quando é calculado o valor da indenização - foi concluída em 2024, ano em que a Honda recebeu o pagamento superior a R\$ 9 milhões.

"A Honda atua sob o princípio de livre e justa concorrência e defende o **direito à propriedade intelectual** como forma de garantir um ambiente de negócios que favoreça a inovação, aspecto fundamental para o desenvolvimento da indústria", afirmou a empresa em nota ao Jornal do Carro. Entenda o caso

O processo foi movido pela Honda contra a Shineray, a BCI Brasil China Importadora e a FLA

Motos. A fabricante japonesa alegou que os modelos SH 150 Max e 150 GY Explorer reproduziam elementos protegidos por registros de **desenho industrial** das motocicletas CG 150 Titan e NXR 150 Bros.

Segundo a ação, não eram apenas peças isoladas semelhantes, mas um conjunto visual capaz de induzir o consumidor a associar os modelos da Shineray aos produtos da Honda.

Para comprovar a alegação, a Justiça determinou a realização de perícia técnica. Vendas de motos vão crescer 10% em 2026, com mercado rumo ao recorde CFMoto revela preços no Brasil; Ibex 450 custará R\$ 35.990 e será aposta principal da marca. Após vender 700 motos em 40 minutos, CFMOTO anuncia abertura de segundo lote O que concluiu a perícia

O laudo pericial comparou detalhadamente os modelos das duas fabricantes e concluiu que havia elevado grau de semelhança entre diversos componentes protegidos pelos registros de **desenho industrial** da Honda.

Entre os itens analisados estavam tanque, laterais, para-lamas, conjunto óptico, banco e diversas peças estruturais das motocicletas. O perito também apontou que o conjunto visual dos modelos poderia causar confusão ao consumidor, principalmente porque as diferenças existentes não seriam suficientes para descaracterizar a identidade dos produtos.

A decisão da Justiça

Em agosto de 2015, a Justiça de primeira instância julgou a ação parcialmente procedente. Na sentença, o juiz reconheceu a violação dos registros de **desenho industrial** da Honda, determinou que as motocicletas SH 150 Max e 150 GY Explorer deixassem de ser fabricadas e comercializadas após o trânsito em julgado e condenou as empresas ao pagamento de indenização por danos materiais, cujo valor seria definido posteriormente em liquidação de sentença.

Continuação: Shineray pagou mais de R\$ 9 milhões à Honda após disputa por cópia de motos que durou 12 anos

Também fixou indenização por danos morais de R\$ 31.520 para cada uma das empresas do grupo Honda que integravam a ação.

Por outro lado, a Justiça rejeitou um dos pedidos da Honda. A fabricante também alegava violação relacionada ao uso da palavra "liberdade" em materiais publicitários da Shineray. O magistrado entendeu,

porém, que o termo é genérico e frequentemente associado ao universo das motocicletas, não sendo suficiente para caracterizar infração marcária (que ocorre quando terceiro usam, sem autorização, um sinal idêntico ou similar a uma marca registrada de modo a causar confusão aos consumidores).

Por que o processo demorou tanto?

Embora a sentença tenha sido proferida em 2015, a disputa judicial continuou por vários anos. Segundo a Honda, a decisão definitiva sobre o mérito ocorreu apenas em 2020, após o encerramento dos recursos.

A partir daí, iniciou-se a fase de liquidação da sentença, destinada a calcular os danos materiais efetivamente devidos pela Shineray.

Somente em 2024 essa etapa foi concluída, quando a fabricante japonesa recebeu R\$ 9 milhões. Segundo a Honda, o montante engloba o valor da condenação acrescido de atualização monetária. Os honorários advocatícios foram pagos diretamente ao escritório que representou a empresa.

Questionada sobre o caso, a Shineray enviou nota afirmando que "o processo judicial mencionado encontra-se definitivamente encerrado há mais de dez anos" e que não faria comentários adicionais.

A cronologia, porém, diverge das informações apresentadas pela Honda. Segundo a fabricante japonesa, embora a disputa tenha começado em 2012, a decisão definitiva ocorreu apenas em 2020 e o pagamento da indenização foi realizado em 2024, quando a fase de liquidação da sentença foi encerrada.

"Nossos veículos são fabricados a partir de extensas pesquisas de desenvolvimento e testes que garan-

tem a qualidade e segurança dos usuários ao longo do tempo de vida do produto. Quando uma peça é copiada, não há garantia de que ela passou por todos os controles exigidos", afirmou a empresa.

Ainda segundo a fabricante, a proteção dos **desenhos industriais** é essencial para garantir um ambiente de concorrência leal e estimular investimentos em inovação. Como foi o processo?

2012

Honda ajuíza ação contra Shineray, BCI Brasil China Importadora e FLA Motos, alegando violação de **desenhos industriais** das motocicletas CG 150 Titan e NXR 150 Bros.

2013-2015

É realizada perícia técnica que compara as motocicletas e conclui haver elevada semelhança entre os modelos, com potencial para confundir consumidores.

20 de agosto de 2015

Justiça de primeira instância julga a ação parcialmente procedente, determina a retirada dos modelos do mercado após o trânsito em julgado e condena as rés ao pagamento de indenizações. O valor dos danos materiais fica para liquidação de sentença.

2020

Segundo a Honda, ocorre a decisão definitiva sobre o mérito da ação (trânsito em julgado).

2020-2024

Processo entra na fase de liquidação da sentença para definição do valor da indenização.

2024

A Shineray paga mais de R\$ 9 milhões à Honda, encerrando definitivamente o processo, segundo a fabricante japonesa.

Momento decisivo para o agro na relação Brasil-EUA



Quer se manter informado, ter acesso a mais de 60 colunistas e reportagens exclusivas? Assine o Estadão aqui!

Representantes do setor privado do Brasil estão em Washington, nos Estados Unidos, neste início de semana, para tratar das tarifas impostas pelo governo de Donald Trump.

Trata-se de uma audiência pública do Escritório do Representante Comercial dos Estados Unidos (USTR, na sigla em inglês), que vai abordar a chamada investigação da "Seção 301".

Os EUA questionam políticas e práticas brasileiras relacionadas ao comércio digital, serviços de pagamento eletrônico - em especial o Pix, tarifas preferenciais, aplicação de leis anticorrupção, **propriedade de intelectual**, acesso ao mercado de etanol e desmatamento ilegal.

O agronegócio está em alerta em relação a este importante debate, marcando presença na capital norte-americana. A Sociedade Rural Brasileira (SRB), entidade com mais de 100 anos de história e pioneira na representação de produtores rurais, está submetendo ao USTR uma resposta formal à investigação.

Um dos recados principais é lembrar que EUA e Brasil colaboram para abastecer o mundo com produtos voltados para enfrentar a insegurança alimentar e reduzir a instabilidade no suprimento global de alimentos.

O Brasil é o terceiro maior exportador mundial de produtos agrícolas e mantém relações comerciais de exportação com mais de 200 países, incluindo a mais antiga parceria comercial com os EUA.

Na relação entre os dois países, há um superávit comercial para os EUA. O Brasil é o 9º maior destino das exportações dos EUA, enquanto ocupa o 18º lugar entre os exportadores para a América do Norte.

É crucial para a economia dos EUA reconhecer que a relação comercial é necessária para manter a estabilização do poder de compra dos cidadãos americanos, para comerem melhor e com alta qualidade, através de uma parceria forte.

O Brasil exportou US\$ 12,1 bilhões em produtos agrícolas para os EUA em 2024 (soja, café, carne bovina, suco de laranja, açúcar), mantendo os preços dos alimentos acessíveis para as famílias americanas.

Já os Estados Unidos exportaram US\$ 54,38 bilhões em mercadorias para o Brasil em 2025, incluindo máquinas, fertilizantes, defensivos e tecnologia agrícola que impulsionam a produtividade das fazendas brasileiras. O Brasil é o nono maior destino das exportações americanas.

Uma narrativa de perdas comerciais não condiz com uma balança favorável a quem aplica a tarifa.

O Brasil mantém uma política comercial transparente e não discriminatória, em conformidade com as regras da Organização Mundial do Comércio (OMC) e seus compromissos internacionais.

Nossa legislação ambiental é uma das mais rigorosas do mundo, estabelecendo parâmetros para preservação e uso sustentável da terra que, em muitos casos, superam as exigências internacionais.

Aproximadamente 66% do território do país permanece coberto por vegetação nativa, e o Código Florestal Brasileiro exige a manutenção de áreas de preservação permanente e reservas legais, mesmo em propriedades privadas. Em alguns biomas, como na Amazônia, o produtor rural deve preservar

80% de sua propriedade e só utilizar os 20% restantes para a atividade agropecuária.

Estes dados de preservação foram confirmados pela Administração Nacional de Aeronáutica e Espaço (Nasa), indicando que apenas 7,6% das terras brasileiras são usadas para cultivo agrícola. Além disso, os dados recentes de monitoramento por satélite mostram que o desmatamento vem caindo por três anos consecutivos no Brasil, sem relação com o aumento da produção agrícola.

Brasil e EUA não competem. Eles completam as cadeias de suprimento um do outro.

Uma tarifa que enfraquece a agricultura brasileira enfraquece, ao mesmo tempo, os exportadores de insumos americanos, os fabricantes de máquinas americanos e os consumidores americanos.

A SRB reitera que o Brasil mantém práticas comerciais e ambientais consistentes com seus compromissos internacionais, e que quaisquer medidas restritivas unilaterais contra produtos brasileiros podem afetar o cidadão e a economia dos EUA. Tal ação, caso venha a ser adotada, representa uma barreira comercial injustificada, com impactos negativos para os consumidores e para o comércio bilateral.

Setor privado vê Flávio deslocado do debate nos EUA e com atuação constrangedora; leia bastidor



Senador e pré-candidato à Presidência apostou em discurso político e de ataques ao governo Lula durante a sua apresentação

Abrir o resumo

BRASÍLIA - A participação do senador e pré-candidato à Presidência da República Flávio Bolsonaro (PL-RJ) na audiência pública em Washington (EUA) sobre a investigação de supostas práticas desleais adotadas no comércio pelo Brasil foi "deslocada do ambiente técnico".

PUBLICIDADE A avaliação é de empresários brasileiros e representantes do setor privado que participaram dos painéis do dia, ouvidos pelo Estadão/Broadcast. Alguns interlocutores classificaram a atuação do senador como "constrangedora".

Flávio Bolsonaro apostou em um discurso político e de ataques ao governo Lula durante a sua apresentação. De acordo com interlocutores, o senador focou a fala em três temas: regulação das redes sociais, a corrupção no Brasil e a defesa do Pix.

Também acenou indiretamente para as eleições presidenciais deste ano. Flávio Bolsonaro pediu ainda a não aplicação de novas tarifas sobre os produtos importados brasileiros, alegando que favoreceriam o governo Lula.

Para interlocutores ouvidos pela reportagem, a presença do senador e pré-candidato à Presidência em oposição ao governo Lula deturpa o debate técnico. "As discussões são muito técnicas. Ele está em ambiente deslocado", afirmou um representante do setor privado, citando tom eleitoral da apresentação

do senador.

De acordo com os interlocutores, apesar do tom político adotado por Flávio Bolsonaro, as interpelações feitas pelas autoridades do governo americano mantiveram o pragmatismo e o teor comercial e econômico.

Outra ala do setor privado minimiza eventuais ruídos gerados pela participação do senador na audiência, embora avaliem que o discurso tenha desviado do ambiente técnico.

A audiência pública foi realizada no âmbito da investigação conduzida pelo Escritório do Representante Comercial dos EUA (USTR) sobre supostas práticas desleais do Brasil. Os EUA acusam o Brasil de adotar práticas ilegais em comércio digital, serviços de pagamento eletrônico - como o Pix -, tarifas preferenciais, proteção de **propriedade intelectual**, acesso ao mercado de etanol e questões ambientais, como o desmatamento ilegal. A audiência integra as etapas finais da investigação feita pelo governo americano.

O USTR deverá publicar o resultado final da apuração, após as consultas públicas. No relatório preliminar, divulgado em 1º de junho, o USTR sugeriu a aplicação de sobretaxa de 25% sobre os produtos importados brasileiros, com exceção a grande parte dos produtos agropecuários.

A consulta pública foi iniciada ontem com a participação de uma série de entidades do setor produtivo brasileiro. Nesta terça-feira, entidades que representam o setor privado brasileiro também participam da consulta pública. A audiência é vista pelos setores como a oportunidade de ampliar a lista de exceções e evitarem a aplicação da nova sobretaxa.

Em nota, o governo do presidente Lula afirmou que Flávio demonstrou "claro objetivo eleitoral" durante sua participação do debate.

Tesla, Coca-Cola, eBay, Faber-Castell e Nestlé são contra tarifas ao Brasil



Ao governo dos EUA, empresas afirmam que novas taxas para produtos brasileiros vão prejudicar a economia americana

Coca-Cola, Nestlé, eBay, Faber-Castell e Tesla se manifestaram contrárias à medida do governo dos Estados Unidos de propor uma tarifa de 25% sobre os produtos brasileiros, anunciada em junho deste ano, com base na Seção 301. O Escritório do Representante Comercial dos EUA (USTR, na sigla em inglês) abriu um espaço em seu portal para receber comentários sobre a medida e o prazo para envio das manifestações terminou em 1.º de julho.

A Seção 301 é um dispositivo legal que permite aos americanos impor tarifas coercitivas sobre mercadorias de países cujas atividades estariam supostamente prejudicando o setor comercial dos Estados Unidos.

O governo justificou a taxação em razão de "políticas e práticas relacionadas ao comércio digital e serviços de pagamento eletrônico; tarifas preferenciais injustas; combate à corrupção; proteção da **propriedade intelectual**; acesso ao mercado de etanol; e desmatamento ilegal".

As empresas contrárias à resolução alegam que o novo tarifação pode trazer ônus a curto prazo nas

cadeias de produção e, além disso, que a medida também prejudica os americanos em detrimento dos investigados.

COCA-COLA. A Coca-Cola pediu ao USTR que mantenha "a isenção proposta para insumos de laranja originários do Brasil" e que adicione "exclusão equivalente ou um regime de transição" para insumos de limão brasileiros usados nas cadeias de suprimento de bebidas.

A gigante de bebidas argumenta que, sem os produtos importados do Brasil, a indústria teria que voltar a buscar novos fornecedores, o que levaria ao aumento de custos. "A substituição de fornecedores não ocorre de forma imediata", afirma a Coca-Cola.

TESLA. A Tesla, montadora de veículos elétricos de Elon Musk, disse em seu comentário enviado ao USTR que apoia medidas que vão na direção da reindustrialização americana e da construção de cadeias de suprimento resilientes nos Estados Unidos no longo prazo - um dos efeitos esperados da imposição da tarifa, mas salientou: "Essa transição levará tempo".

A Tesla explica que alguns insumos ainda não podem ser obtidos nos Estados Unidos em escala suficiente para permitir uma manufatura americana competitiva sem depender do acesso a "cadeias internacionais de suprimento já estabelecidas, incluindo determinadas peças e componentes fornecidos pelo Brasil".

"Uma medida tarifária que deixe de considerar o ritmo da diversificação das cadeias de suprimento ou que imponha restrições mais rapidamente do que as alternativas domésticas consigam expandir sua capacidade de forma realista - corre o risco de causar impactos significativos para a indústria e os consumidores dos Estados Unidos", afirma a Tesla.

EBAY. Um dos maiores sites de comércio eletrônico do mundo também se manifestou. O eBay sugeriu que o USTR modificasse a proposta para isentar produtos "de segunda mão, usados e seminovos de quaisquer tarifas impostas no âmbito da investigação da Seção 301".

A empresa argumenta que a tarifa imposta a produtos revendidos não atinge o objetivo de punir os fabricantes investigados.

"Um bem já foi comprado, utilizado e revendido muitas vezes por diversos proprietários ao longo de vários anos. Uma tarifa imposta no momento da revenda no mercado secundário não gera qualquer sinal econômico que alcance o fabricante original, muito menos qualquer prática brasileira de distorção da concorrência relacionada à fabricação inicial do produto", diz o eBay.

FABER-CASTELL. Na manifestação, a FaberCastell afirma que os produtos brasileiros são fundamentais para a educação de crianças americanas e não podem ser substituídos por fornecedores nacionais ou estrangeiros alternativos em um prazo razoável.

No documento, a empresa alega que o desenvolvimento de uma nova cadeia de suprimentos "levaria anos e exigiria investimentos significativos, sem garantir uma produção comparável."

Ainda segundo a empresa, o Brasil forneceu aproximadamente 31% das importações americanas sob essa classificação tarifária em 2025 - é a principal fonte desses produtos. "Não existe alternativa viável, nacional ou globalmente, para substituir esse volume no curto ou médio prazo."

NESTLÉ. A Nestlé afirma que alguns de seus insumos essenciais não são produzidos ou não estão disponíveis em quantidade suficiente nos Estados Unidos. Dentre eles, o café solúvel sem sabor e o colágeno bovino.

No caso do café, a empresa pede que ele faça parte da lista de isenções, assim como ocorre com o café solúvel com sabor. Quanto ao colágeno bovino, a

Nestlé destaca que o Brasil é o principal exportador global, "já que a estrutura da cadeia de suprimentos doméstica atualmente está muito aquém da demanda", afirma no documento.

Governo brasileiro não discute corte em taxas do etanol, diz ministro

O ministro do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (Mdic), Márcio Elias Rosa, afirmou que não está na mesa de negociações com os Estados Unidos nenhum tipo de concessão comercial envolvendo a redução da tarifa do etanol.

"O presidente Lula defende claramente que esse tema do etanol não seja tratado nessa negociação e mais, não seja tratado sem que nós também tratemos da questão do açúcar, que é sobretaxado nos Estados Unidos."

Elias Rosa disse ainda que o Brasil negocia o tema com muito cuidado, pois se trata de um setor muito importante, sobretudo no Nordeste do País.

"A abertura do mercado do etanol norte-americano colocaria um risco, sobretudo, à produção do etanol no Nordeste do País. E a gente precisa ter um olhar muito cuidadoso para essa área", disse, sustentando que o setor sofre com uma redução de preços.

"Em relação ao açúcar, ele sofre uma sobretaxa nos Estados Unidos de quase 100%. Então, nós não podemos separar uma discussão da outra, porque todas estão ligadas, é a mesma cadeia produtiva", disse.

Argumentos

Em manifestações ao USTR, companhias dizem que tarifaço trará ônus às cadeias de produção

Brasil vê avanço com os EUA, mas mantém etanol fora da negociação



Em meio às negociações para evitar a aplicação de novas tarifas sobre produtos brasileiros, o Brasil identificou uma abertura dos Estados Unidos para ampliar a cooperação bilateral no combate ao crime transnacional, disse nesta terça-feira 7 o ministro de Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços, Márcio Elias Rosa.

Após uma nova rodada de reuniões técnicas com representantes do Escritório do Representante de Comércio dos Estados Unidos (USTR, na sigla em inglês), o ministro avaliou que houve avanços em um tema considerado estratégico pelo governo.

"Nós tratamos de um pedido que o presidente Lula tem feito de cooperação integrada de combate ao crime transnacional. Há reconhecimento de que é possível avançar nesse ponto", afirmou.

Segundo o ministro, a expectativa é realizar ainda nesta semana uma nova reunião técnica e um encontro político com o representante comercial dos Estados Unidos, Jamieson Greer, antes do encerramento da consulta pública que antecede a decisão sobre as tarifas.

Apesar do avanço em alguns temas, Márcio Elias Rosa reforçou que o governo pretende manter as negociações restritas à questão tarifária.

"A principal orientação do presidente é que não sairemos da mesa e também não deixaremos que outros temas sejam discutidos", disse.

Etanol excluído

O ministro também voltou a defender que o etanol permaneça fora das negociações comerciais entre os dois países.

Segundo Márcio Elias Rosa, discutir apenas a tarifa do biocombustível ignora a relação entre as cadeias produtivas de etanol e açúcar, além dos impactos para a indústria nacional.

"O governo vem defendendo que o etanol não seja tratado nessa discussão. É uma pena que outras pessoas pensem diferente para que o etanol americano possa entrar no mercado brasileiro com facilidade", afirmou.



Leonardo Miazzi

Ele destacou ainda que o setor é estratégico, principalmente para o Nordeste, e lembrou que o açúcar brasileiro enfrenta fortes barreiras para entrar no mercado americano.

"Nosso açúcar tem sobretaxa nos Estados Unidos de quase 100%. Não dá para dissociar as duas cadeias", disse.

Diante do prazo apertado para um entendimento, o ministro afirmou que o governo concentrará esforços nos pontos em que há possibilidade de avanço. "O prazo é curto. Temos que focar no que pode dar resultado positivo", declarou.

Setor apoia

Durante a audiência pública promovida pelo USTR, representantes da União da Indústria de Cana-de-Açúcar e Bioenergia, da União Nacional do Etanol de Milho e da Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil reforçaram a posição defendida pelo governo brasileiro.

As entidades argumentaram que a queda das importações de etanol americano não decorre apenas de tarifas, mas principalmente da expansão da produção nacional de etanol de milho, que reduziu a necessidade de compras externas.

Na avaliação do setor, Brasil e Estados Unidos, os dois maiores produtores mundiais de etanol, deveriam priorizar a expansão do mercado internacional de biocombustíveis, em vez de ampliar disputas comerciais bilaterais.

O que é a Seção 301

As negociações ocorrem paralelamente à investigação aberta pelo USTR com base na chamada Seção

301 da Lei de Comércio dos Estados Unidos.

O instrumento permite ao governo americano investigar práticas comerciais de outros países consideradas desleais ou prejudiciais às empresas dos EUA. Ao fim do processo, Washington pode aplicar medidas como sobretaxas sobre produtos importados ou outras restrições comerciais.

No caso brasileiro, a investigação questiona políticas relacionadas ao comércio digital, **propriedade intelectual**, compras governamentais e outros temas. Antes da decisão final, o governo americano realiza uma consulta pública com empresas e entidades interessadas.

Tarifaço: Flávio Bolsonaro não trata de etanol e de desmatamento em audiência, alvos de crítica dos EUA



Senador participou de audiência sobre o tarifaço nesta terça (7) nos EUA. Em documento enviado ao USTR, Flávio defende acordo com EUA para zerar tarifas sobre etanol.

O senador e pré-candidato à Presidência, Flávio Bolsonaro (PL-RJ), participou nesta terça-feira (7) de uma audiência pública promovida pelo Escritório do Representante de Comércio dos Estados Unidos (USTR, na sigla em inglês) sobre a aplicação de tarifas contra produtos brasileiros.

O senador focou a apresentação em três temas: regulação das redes sociais, a corrupção no Brasil e a defesa do Pix. Além disso, voltou a defender o adiamento de tarifaço para depois das eleições no Brasil.

Em sua fala, Flávio não mencionou temas como tarifas preferenciais, o acesso ao mercado de etanol, desmatamento e proteção de **propriedade intelectual**, citados pela investigação da "Seção 301" (veja detalhes sobre os temas mais abaixo).

No início de junho, o USTR concluiu uma investigação aberta com base na Seção 301 da Lei de Comércio de 1974 e concluiu que determinadas políticas brasileiras seriam "irracionais" ou "restritivas" ao comércio americano.

Como consequência, propôs a aplicação de uma tarifa adicional de 25% sobre produtos brasileiros.

O relatório cita temas como o funcionamento do PIX, a regulação de plataformas digitais, acordos comerciais firmados pelo Brasil, combate ao des-

matamento ilegal, acesso ao mercado de etanol, proteção à **propriedade intelectual** e políticas anti-corrupção.

No início de seu discurso, Flávio disse que, por conta do tempo limitado, falaria apenas sobre três questões que o governo americano usa para justificar a aplicação das tarifas e que todas estariam detalhadas no documento encaminhado por ele na semana passada (veja detalhes sobre os temas mais abaixo e o que Flávio argumenta).

Durante o discurso de cinco minutos na audiência, o senador falou sobre a corrupção, criticou o presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) e defendeu o PIX - sistema de pagamento instantâneo criado pelo Banco Central (BC).

Além disso, mencionou que este é o "pior momento possível" para a aplicação da medida, defendeu o adiamento e fez críticas ao Supremo Tribunal Federal (STF).

A participação nas audiências públicas promovidas pelo Escritório do Representante de Comércio dos Estados Unidos (USTR, na sigla em inglês) é aberta aos interessados que se inscreverem - foi assim que Flávio Bolsonaro ganhou o espaço para falar no evento. A atuação dele é independente e não tem relação com o Itamaraty.

Segundo o blog do Valdo Cruz, o governo Lula avalia que a participação do senador na audiência foi feita em um tom "puramente político-eleitoral" e frustrou empresários, que torciam para uma fala mais em defesa do Brasil na busca de evitar novas tarifas.

No documento enviado na semana passada, Flávio detalha sobre os argumentos que os Estados Unidos usa para basear a aplicação de tarifas. Além disso, pede o adiamento, por 180 dias, da aplicação, por parte do governo norte-americano, de novas tarifas contra exportações brasileiras.

Veja abaixo o que Flávio diz sobre os temas que não foram tratados na audiência:

Acesso ao mercado de etanol

Continuação: Tarifaço: Flávio Bolsonaro não trata de etanol e de desmatamento em audiência, alvos de crítica dos EUA

Ao mencionar o acesso ao mercado de etanol, o governo americano argumenta que o Brasil interrompeu, em 2017, o tratamento tarifário equilibrado aplicado ao etanol e, desde então, não oferece reciprocidade às exportações do combustível vindas dos EUA.

No documento, o senador reconhece que há "assimetria tarifária" entre os países e propõe um acordo entre os dois países de tarifa zero para o etanol e açúcar.

Atualmente, o Brasil aplica tarifa de 18% sobre o etanol americano. Enquanto os Estados Unidos aplicam uma alíquota básica de 2,5% sobre o etanol brasileiro.

Sobre esse tema, o governo brasileiro observa que o USTR não sustenta que a tarifa atual do Brasil sobre o etanol viole quaisquer compromissos bilaterais com os Estados Unidos.

Além disso, afirma que "a tarifa se aplica igualmente a todos os países que não se beneficiam de um acordo preferencial e, portanto, não discrimina contra os Estados Unidos."

PIX, STF, redes sociais: entenda as críticas dos EUA para propor tarifa de 25% e os argumentos do Brasil

Nesta terça, o ministro Márcio Elias Rosa (Desenvolvimento, Indústria e Comércio) afirmou que o governo brasileiro rechaça a ideia de incluir na mesa de negociações a redução de tarifas do Brasil sobre o etanol norte-americano.

Desmatamento ilegal



Flávio Bolsonaro critica Lula e o STF durante audiência sobre tarifas nos EUA
EUA Flávio Bolsonaro critica Lula e o STF durante audiência sobre tarifas nos EUA

O governo americano afirma que, embora o Brasil tenha um marco legal para combater o desmatamento ilegal, o país falhou "historicamente" em aplicá-lo de forma eficaz, permitindo a continuação

de do problema.

O senador concorda que o problema está na fiscalização e não na legislação e argumenta que a solução seria um "programa de convergência, e não de confronto", com monitoramento em tempo real por satélites, drones e inteligência artificial, entre outros.

Na manifestação formal à investigação, o governo brasileiro afirmou que, desde janeiro de 2023 aumentou os recursos destinados aos principais órgãos responsáveis pelo combate ao desmatamento ilegal; ampliou operações em campo; fortaleceu o monitoramento por satélite; suspendeu congelamentos anteriores que afetavam multas ambientais; e intensificou o uso de instrumentos legais e administrativos já existentes.

Proteção da **propriedade intelectual**

Os EUA apontam falhas na aplicação de leis penais e aduaneiras contra a **falsificação** de produtos, além de lentidão na análise de **patentes** e de ações contínuas de combate à **pirataria**. O relatório também critica o tempo de análise de **patentes** pelo **Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI)**, especialmente no setor fitofarmacêutico, que pode chegar a 109 meses.

No documento encaminhado ao USTR, Flávio afirma que o mérito da constatação é válido e propõe a criação de um mecanismo de ajuste do prazo de vigência de patentes para compensar atrasos "excessivos" na análise.

O governo Lula defende que essa abordagem é problemática, considerando que o próprio USTR reconheceu recentemente os avanços do Brasil na área de proteção da **propriedade intelectual**.

"As manifestações de réplica apresentadas pelo Brasil após a audiência destacaram que o próprio USTR, no Relatório Especial 301 de 2025, retirou o Brasil da Lista de Observação Prioritária em reconhecimento ao 'progresso concreto' na aplicação da **propriedade intelectual**".

Tarifas preferenciais desleais

O governo americano contesta os acordos comerciais mantidos pelo Brasil com México e Índia. Segundo o USTR, o país concede tarifas mais baixas a centenas de produtos desses mercados em setores nos quais ambos são considerados produtores avançados e competitivos globalmente.

Flávio afirma que o Brasil mantém tarifas elevadas em diversos setores e que "acredita em um comércio justo e recíproco".

"Deve-se buscar de forma ativa o estabelecimento de acordos bilaterais que promovam o comércio e os investimentos entre as duas nações. O Brasil procura alternativas para se desvincular das amarras do Mercosul que impediram administrações anteriores de conduzir negociações dessa natureza com os Estados Unidos".

Em sua resposta formal, o governo brasileiro afirma que seus acordos comerciais com países como México e Índia são legítimos, de longa data e negociados dentro de estruturas regionais reconhecidas e compatíveis com as regras da Organização Mundial do Comércio (OMC), incluindo o tratamento diferenciado a países em desenvolvimento.

Segundo a manifestação, como membro do Mercosul, o Brasil adota preferencialmente negociações tarifárias por meio de arranjos regionais permitidos pelas normas multilaterais.

No documento, o Brasil diz ainda que a insatisfação dos Estados Unidos com o perfil econômico ou a competitividade de parceiros comerciais brasileiros não transforma esses acordos em práticas passíveis de sanção.

Resposta formal do governo brasileiro

O governo brasileiro já tinha apresentado neste mês uma resposta formal à conclusão da investigação dos Estados Unidos sobre a proposta do novo tarifaço.

Na época, governo americano acusou o Brasil de práticas "irrazoáveis" que "oneram ou restringem" o comércio com os norte-americanos.

Em documento enviado ao governo americano e assinado pelo chanceler Mauro Vieira, o Brasil argumentou que o USTR não comprovou que políticas

brasileiras sejam discriminatórias ou criem barreiras ao comércio dos EUA.

O USTR é o órgão responsável por formular e negociar a política comercial dos EUA. Ele conduz investigações sobre práticas consideradas prejudiciais ao comércio americano e pode recomendar medidas como a imposição de tarifas.

O Executivo também afirmou que críticas americanas ao PIX e a decisões do Supremo Tribunal Federal (STF) não são questões comerciais, mas divergências sobre políticas internas brasileiras.

Segundo o Itamaraty, usar esses temas para justificar sanções comerciais ampliaria excessivamente o alcance da legislação americana usada na investigação.

O governo federal não mandou representantes para falar pelo Executivo nas audiências, mas enviou observadores.

O entendimento do governo brasileiro é que este espaço, das audiências públicas, não é o adequado para negociação real, e sim, as conversas técnicas e de alto nível que têm havido nas últimas semanas e que estão programadas para os próximos dias.

Estados Unidos

Tirzepatida: objetividade para distinguir manipulação de fabricação



Recente onda de suspensões e apreensões de tirzepatida manipulada reacendeu uma pergunta que o direito sanitário brasileiro convive

Opinião Tirzepatida manipulada e o silêncio da lei sobre a 'larga escala'

Reprodução

A recente onda de suspensões e apreensões de tirzepatida manipulada reacendeu uma pergunta que o direito sanitário brasileiro convive sem responder de forma objetiva: a partir de que ponto a manipulação magistral deixa de ser manipulação e passa a ser fabricação? A resposta intuitiva - "quando a produção atinge larga escala" - esbarra em um dado incômodo: a legislação não define o que é "larga escala". E essa ausência não é um esquecimento do legislador, mas uma decorrência da própria arquitetura da norma.

O que a norma efetivamente diz

A atividade magistral repousa sobre a Lei nº 6.360/1976 [1], a Lei nº 5.991/1973 [2] e, no plano infralegal, a RDC nº 67/2007 [3], que fixa as boas práticas de manipulação. O núcleo do regime está na definição de preparação magistral:

"Preparação magistral: é aquela preparada na farmácia, a partir de uma prescrição de profissional habilitado, destinada a um paciente individualizado, e que estabeleça em detalhes sua composição, forma farmacêutica, posologia e modo de usar."

Três elementos são cumulativos: prescrição de profissional habilitado, destinação a paciente individualizado e detalhamento da fórmula. É esse tripé - e não a quantidade produzida - que qualifica juridicamente o ato como magistral. A ele a norma opõe a preparação oficial e a fabricação industrial, esta última seriada, padronizada e sujeita a registro sanitário prévio nos termos da Lei nº 6.360/1976.

Licitude específica da tirzepatida

Convém afastar uma confusão frequente. Diferentemente da semaglutida - cuja manipulação a Anvisa vedou em razão da natureza biológica do insumo -, a tirzepatida sintética permanece autorizada à manipulação magistral. Esse entendimento foi reconhecido pela Anvisa na Nota Técnica nº 92/2024 [4] e consolidado na Nota Técnica nº 200/2025 [5]. O que a Agência tem exigido é o cumprimento estrito dos requisitos técnico-sanitários: padrões analíticos, rastreabilidade do insumo farmacêutico ativo, condições de esterilidade e prescrição individualizada.

Spacca

Há, ainda, um segundo plano que não pode ser embaralhado com o sanitário: o patentário. A tirzepatida industrializada goza de patente vigente, mas o artigo 43, inciso III, da Lei nº 9.279/1996 [6] afasta a infração quando a preparação é feita individualmente, mediante prescrição, sem caráter comercial de série. Some-se a isso que a tutela de patentes não é competência da Anvisa, e sim do **Inpi** e do Judiciário. Sanitário e patentário correm em trilhos distintos.

Por que a lei não define 'larga escala'

Aqui está o ponto nevrálgico. O conceito de manipulação magistral é qualitativo, não quantitativo. A norma define a atividade pela finalidade - atender à necessidade específica de um paciente identificado - e não por um volume máximo de unidades. Dessa escolha decorrem, logicamente, as razões da ausência de um número-limite:

Definição por finalidade, não por quantidade. Se o critério é "um preparo para um paciente", o total de

preparos legítimos varia conforme o número de prescrições individuais válidas. Um teto abstrato seria incompatível com a lógica da individualização.

Separação de competências. A fronteira entre manipular e fabricar é dada pela existência de registro sanitário e de prescrição individualizada - não por tonelagem. Não cabe à Agência arbitrar um número comercial de doses.

Impossibilidade de um teto universal. Um limite numérico único seria arbitrário e desigual entre farmácias de portes distintos, além de rapidamente defasado. Optou-se por um critério conceitual, aferível caso a caso.

Zona cinzenta deliberada. A norma trabalha com standards - "produção em escala industrial", "lote padronizado e não individualizado" - e não com regras numéricas fechadas. Ganha-se flexibilidade para alcançar fraudes variadas; perde-se em previsibilidade.

Na prática fiscalizatória, a Anvisa não autua pela quantidade em si, mas pela descaracterização do ato magistral: produto padronizado, ausência de prescrição individual, ausência de rastreabilidade. O número elevado de doses funciona, quando muito, como indício da industrialização, jamais como critério jurídico autônomo. Não por acaso, o Despacho nº 97/2025 da Diretoria Colegiada [7] reafirmou a permanência da manipulação da tirzepatida sintética, atrelando-a à existência de medicamento registrado e ao rigor documental - e não a qualquer patamar numérico.

Argumento do volume agregado

A indústria tem sustentado a descaracterização da manipulação a partir de dados agregados de importação de insumo, alegando que os montantes seriam incompatíveis com a lógica de personalização. O argumento é estatístico e coletivo - e, por isso mesmo, não substitui a prova individualizada de irregularidade em cada estabelecimento. O volume de mercado não converte em ilícito a conduta da farmácia que preserva, para cada preparo, a respectiva prescrição e a rastreabilidade. O debate precisa migrar do plano macro, do mercado, para o plano micro, do ato concreto e documentado.

Zona de risco, não uma brecha

O vazio normativo não é uma omissão a ser explorada, mas uma zona de risco a ser neutralizada. Enquanto o regulador não fixar parâmetros mais objetivos - se é que deve fazê-lo -, a segurança jurídica se administra com robustez documental: prescrição individualizada arquivada para cada preparo, rastreabilidade completa do insumo e do lote, ausência de padronização ou estoque antecipado e registro do cenário de excepcionalidade que justifica a manipulação. É a documentação, e não um número, que hoje separa o lícito do ilícito.

Talvez o legislador e o regulador venham a estabelecer patamares de referência. Até lá, insistir na pergunta "quantas doses são demais?" é insistir na pergunta errada. A pergunta correta permanece sendo a que a RDC 67/2007 já formulou em 2007: cada preparo corresponde a um paciente, com sua prescrição e sua fórmula? Onde a resposta for sim, há manipulação. Onde for não, há fabricação - com ou sem número.

[1] BRASIL. Lei nº 6.360, de 23 de setembro de 1976. Dispõe sobre a vigilância sanitária a que ficam sujeitos os medicamentos, drogas, insumos farmacêuticos e correlatos. Diário Oficial da União, Brasília, 24 set. 1976.

[2] BRASIL. Lei nº 5.991, de 17 de dezembro de 1973. Dispõe sobre o controle sanitário do comércio de drogas, medicamentos, insumos farmacêuticos e correlatos. Diário Oficial da União, Brasília, 19 dez. 1973.

[3] AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA (ANVISA). Resolução da Diretoria Colegiada RDC nº 67, de 8 de outubro de 2007. Dispõe sobre Boas Práticas de Manipulação de Preparações Magistrais e Oficiais para Uso Humano em farmácias. Definição de preparação magistral constante do Anexo I.

[4] ANVISA. Nota Técnica nº 92/2024 (SEI/ANVISA), acerca da manipulação de sema-glutida e tirzepatida em farmácias de manipulação, na qual a Agência reconhece a possibilidade de manipulação magistral da tirzepatida sintética, condicionada ao cumprimento da RDC nº 67/2007.

[5] ANVISA. Nota Técnica nº 200/2025/SEI/GIMED/GGFIS/DIRE4/ANVISA (Processo nº 25351.915871/2025-37), que consolida e harmoniza os entendimentos sobre importação, manipulação e controle sanitário de IFAs agonistas do GLP-1, remetendo ao item 5.10 da RDC nº

67/2007 e ao art. 5º da RDC nº 204/2006.

[6] BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996 (Lei da **Propriedade Industrial**), art. 43, inciso III, que exclui da abrangência do direito de patente a preparação de medicamento individualizado, por profissional habilitado, mediante receita médica, sem caráter comercial de série.

[7] ANVISA. Despacho nº 97/2025 da Diretoria Colegiada (Circuito Deliberativo CD nº 898/2025), publicado no DOU de 25 de agosto de 2025, que determina, como medida de interesse sanitário, a permanência da importação para fins de manipulação magistral de IFAs agonistas do GLP-1 de origem sintética - caso da tirzepatida - , desde que exista produto registrado na Anvisa contendo a molécula (Mounjaro®), reforçando a observância da

RDC nº 67/2007, da RDC nº 204/2006 e da IN nº 62/2020.

André Mellega Seccato É Advogado

Em audiência sobre tarifas, exportadores brasileiros destacam riscos para economia americana



Entidade defendeu a inclusão do café solúvel na lista de exceções às tarifas e afirma que integrantes do USTR demonstraram maior compreensão dos impactos sobre a indústria americana

Representantes de entidades empresariais e da sociedade civil do Brasil e dos Estados Unidos participaram hoje, em Washington, de uma audiência pública que foi realizada pelo Escritório do Representante de Comércio dos Estados Unidos (USTR, na sigla em inglês) para discutir a proposta de aplicação de tarifas e outras medidas comerciais sobre produtos brasileiros exportados para a maior economia do mundo.

O governo brasileiro enviou observadores. Empresários brasileiros que participaram da reunião de hoje - a primeira de duas (a segunda está marcada para amanhã) - e falaram em nome de setores econômicos brasileiros atingidos pelas medidas disseram ao GLOBO que estão moderadamente otimistas sobre possível mudança de postura dos americanos, dado o tom técnico adotado pelas autoridades.

Neste primeiro dia de audiências, os depoimentos dos representantes de exportadores brasileiros se concentraram em mostrar principalmente como a decisão de Trump de tariffar adicionalmente importações do Brasil pode acabar ampliando custos para a indústria americana e para a sua cadeia de fornecedores, o que levaria a alta de preços para empresas e consumidores.

No Brasil, o ministro de Relações Exteriores, Mauro Vieira, classificou como "arbitrária" a decisão dos EUA, anunciada em junho, de aplicar

um novo tariffaço contra o país após a conclusão de uma investigação comercial do USTR, contestada pelo Brasil.

O USTR também publicou manifestações feitas por escrito por empresas. Com data de 1º de julho, empresas americanas, como a gigante de bebidas Coca-Cola, a montadora de Elon Musk Tesla e o site de vendas de usados eBay recomendaram que os Estados Unidos não adotem tarifas sobre produtos brasileiros, sob pena de serem prejudicados o fornecimento, a produção e o comércio de seus itens em solo americano.

Seção 301A audiência de hoje faz parte da investigação aberta com base na Seção 301 da Lei de Comércio dos EUA, de 1974, que permite ao governo daquele país retaliar nações cujas políticas sejam consideradas injustificadas, discriminatórias ou prejudiciais ao comércio americano.

Nesta etapa, o USTR ouve empresas, especialistas e associações antes de elaborar sua recomendação final sobre a adoção das medidas propostas. Não é a primeira vez que empresários brasileiros participam desse tipo de reunião nos EUA. No ano passado, audiências públicas também foram realizadas em Washington após o presidente dos EUA, Donald Trump, decretar os primeiros tariffaços sobre produtos brasileiros.

'Ambiente diferente'Durante a reunião, cada participante teve cinco minutos para sua manifestação. Em seguida, respondiam perguntas do USTR.

O diretor-geral do Conselho dos Exportadores de Café do Brasil (Cecafé), Marcos Matos, um dos que falaram na reunião, avaliou que a audiência teve um ambiente mais técnico e favorável ao Brasil do que o observado em setembro do ano passado. Segundo ele, representantes de áreas como agricultura, comércio, Tesouro, trabalho e saúde participaram da sessão, elevando o nível das discussões.

- O ambiente foi muito diferente daquele que enfrentamos em setembro do ano passado. As perguntas foram mais técnicas, mais específicas e mais aprofundadas - afirmou.

Importadores americanos defendem BrasilMatos diz que o Brasil foi amplamente defendido por entidades nacionais e por representantes da indústria americana, que estão entre os importadores de produtos do Brasil, o que ele atribuiu a um resultado do trabalho realizado ao longo dos últimos meses para aproximar empreendedores dos dois países.

Na audiência, o Cecafé defendeu a manutenção da isenção tarifária para o café verde e para o café torrado e moído, além da inclusão do café solúvel na lista de exceções. A entidade argumentou que o produto é um insumo importante para a indústria americana, que o utiliza na fabricação de bebidas prontas para consumo e outros produtos de maior valor agregado.

- A gente mostrou que o café solúvel brasileiro gera valor para a indústria americana, ajuda a manter a estabilidade de preços ao consumidor e beneficia diferentes segmentos do mercado nos Estados Unidos.

Na avaliação de Matos, a postura dos integrantes do USTR indicou maior abertura para compreender os impactos econômicos das medidas propostas, especialmente sobre a cadeia produtiva americana.

- Existe uma janela de oportunidade. É um otimismo com moderação, mas hoje há um contexto que não existia no ano passado.

Defesa do PixO professor de Economia e Finanças da FGV Gustavo Pessoa, que participou do sexto painel da audiência como representante da sociedade civil, também avaliou que boa parte das manifestações foi favorável ao Brasil.

Ao lado de Vinícius Nunes Pinto, executivo brasileiro com experiência no setor de pagamentos, Pessoa fez uma defesa do Pix como um meio de pagamento democrático no Brasil que não ameaça os negócios das bandeiras de cartões americanas. Um representante do Departamento do Tesouro dos EUA perguntou como os EUA poderiam se beneficiar de eventual integração como o Pix.

- Respondi que o Pix não é o maior sistema de pagamentos instantâneos do mundo, porque o sistema indiano é quatro vezes maior que o nosso (em volume transacionado), mas que o caso brasileiro é o de maior sucesso, dada a adesão da população e das empresas. Eu disse que a tecnologia veio para ficar, assim como os pagamentos digitais, e que seria interessante para os EUA, que são a maior po-

tência financeira do Ocidente, aprenderem e se adaptarem, se integrarem - afirmou o professor da FGV.

Pinto diz ter sugerido uma integração entre o Pix e o Fed Now, que está sendo desenvolvido pelo Federal Reserve, o BC dos EUA, que segundo ele são sistemas muito parecidos.

- Eles são parecidos, baseados na mesma tecnologia, no mesmo padrão de mensageria, então existe a possibilidade de criar pontes entre os dois, fortalecendo ainda mais o comércio entre os dois países.

Dados desatualizadosAlgumas falas de americanos na audiência em favor de novas tarifas sobre produtos brasileiros, especialmente durante o segundo painel - que reuniu entidades relevantes do agronegócio dos dois países - chamaram a atenção de Pessoa:

- Durante os depoimentos, muitos representantes usaram como justificativa para a aplicação de medidas com base na Seção 301 um suposto aumento do desmatamento no Brasil. O que me chamou a atenção é que praticamente todos utilizaram dados com recorte até 2022, sem apresentar números mais atualizados.

Próximo passoApós a audiência, as entidades terão cinco dias para enviar documentos complementares, caso considerem necessário reforçar algum ponto apresentado. Em seguida, o USTR dará sequência à elaboração da recomendação final da investigação da Seção 301 à Casa Branca.

A Câmara de Comércio Americana (Amcham Brasil) teve sua fala conduzida pela representante da entidade em Washington, Kristina Rosales. Ela centrou sua argumentação na perspectiva dos EUA.

- O ponto central foi mostrar que a eventual aplicação de sobretaxas sobre importações brasileiras vai ter efeitos negativos para a própria economia americana em relação a aumento de custos e perda de competitividade do setor produtivo, que usa insumos, máquinas e equipamentos e produtos exportados pelo Brasil - contou Abrão Neto, presidente da Amcham Brasil, que esteve diretamente em contato com Kristina, após sua fala no início da tarde.

Outro ponto destacado, segundo ele, é que tornar a importação do Brasil mais cara abriria mercado para concorrentes asiáticos, como a China, mercados com os quais os EUA já mantêm um déficit em comércio exterior, enquanto com o Brasil o resulta-

do é superavitário. Ou seja, o Brasil importa mais do que exporta para os EUA.

- A China exporta mais de 90% dos produtos que seriam afetados. E está entre os principais fornecedores de mais de 52% das categorias que podem ser alvo da taxa adicional - ponderou Neto. - Outra coisa é que reduz a influência econômica dos EUA no Brasil. De janeiro a maio deste ano, a participação do país no comércio exterior brasileiro caiu ao menor patamar histórico.

Via diplomática Kristina foi questionada pelas autoridades americanas sobre que alternativas seriam adequadas em alternativa à aplicação de tarifas ao Brasil. De largada, ela reforçou que há tempo para um esforço de negociação entre os governos dos dois países para alcançar um acordo que evite a tarifa adicional. O governo do presidente Lula já tem equipes em negociações com técnicos da gestão de Trump.

Entre possibilidades sugeridas pela Amcham estão discutir maior acesso a mercados de alguns setores no Brasil, como de componentes para indústria e infraestrutura digital; elaborar um acordo bilateral em minerais críticos, além de, no comércio digital, mirar na prorrogação de longo prazo da moratória da Organização Mundial do Comércio (OMC) sobre a cobrança de tarifas alfandegárias sobre transmissões eletrônicas.

Risco de inflação a partir do arroz Na vez da Associação Brasileira da Indústria de Arroz (Abiarroz), o questionamento dos americanos foi outro, conta Andressa Silva, diretora-executiva da entidade.

- A pergunta feita pelo comitê foi por que o arroz produzido nos EUA não substitui o brasileiro. Explicamos que isso ocorre em função da preferência e do perfil dos consumidores atendidos - explicou ela. - Falamos sobre os potenciais impactos sobre pequenas e médias empresas americanas que atendem a comunidade latina, além de toda a cadeia de valor envolvida e do potencial aumento de custo para o consumidor americano.

A defesa da inclusão do arroz brasileiro na lista de exceções à nova tarifa feita pela associação também sublinhou que as relações comerciais no setor entre os dois países são bem estabelecidas e não poderia ser substituídas de forma imediata, pontuou a executiva:

- Foi um ambiente receptivo, oportunidade importante de esclarecimento por parte dos setores privados. Esperamos ter uma avaliação cuidadosa, no sentido de manter as exportações brasileiras de arroz sem a incidência de tarifa adicional.

Líder pecuarista associa boi brasileiro a desmatamento Segundo Pessoa, um dos discursos mais contundentes foi o de Jenna Stanton, diretora de Política e Assuntos Públicos da Associação de Pecuaristas dos Estados Unidos (USCA, na sigla em inglês). Em sua apresentação, ela associou produtos brasileiros ao desmatamento, à corrupção e ao trabalho ilegal e defendeu que a carne brasileira deixasse a lista de exceções e passasse a ser tarifada.

Pessoa participou da audiência por iniciativa própria e levou uma defesa técnica do Pix, um dos temas citados na investigação do USTR. O órgão americano sustenta que como o sistema foi estruturado pelo Banco Central pode conferir uma vantagem competitiva considerada injusta em relação a empresas americanas de pagamentos eletrônicos.

Na apresentação, o economista argumentou que o Pix não deve ser tratado apenas como um meio de pagamento, mas como uma infraestrutura financeira estratégica, essencial para o funcionamento da economia brasileira. Segundo ele, a discussão deveria se concentrar em aspectos como transparência, governança, interoperabilidade e acesso ao sistema, em vez da adoção de tarifas comerciais.

- O Pix deixou de ser apenas um meio de pagamento. Hoje ele é uma infraestrutura crítica para o funcionamento da economia brasileira. Em vez de enxergá-lo apenas como um problema comercial, os Estados Unidos poderiam aprender com essa experiência e buscar formas de cooperação nessa área - disse.

Inflação de alimentos João Marcello Varrichio Messas, representante da Associação Brasileira de Exportadores de Mel (Abemel), saiu otimista deste primeiro dia de audiências:

- Tivemos uma visão 360 graus. Falamos do mel orgânico brasileiro e da importância no atendimento da demanda dos EUA, uma vez que eles não produzem esse mel e consomem muito, tendo sua demanda atendida em 95% pelo Brasil - destacou: - E em outro painel, tivemos os dois maiores importadores e o maior engarrafador de mel orgânico americanos, mostrando que cada US\$ 1 de mel orgânico importado se transforma em US\$ 5,50 para a

economia do país.

Segundo ele, o Brasil reúne condições únicas para a produção de mel orgânico, contando com uma mescla entre abelha europeia e abelha africana. Com a forte resistência a doenças, dispensam o uso de antibióticos e medicamentos, como exige a regulação, com coleta de pólen e mel diretamente de florestas naturais nos maiores biomas brasileiros, distantes e fontes de contaminação. Todas características que buscou destacar nos EUA.

Messas respondeu ao comitê que não é possível atender o mercado americano com outras fontes de produção por falta de escala comparável à do Brasil. Incentivar essa produção nos EUA, acrescentou, também não é viável pelo clima do país, do tipo de abelha e outros fatores. O risco é a escassez levar a aumento de preços ao consumidor americano.

Combate à falsificação Já Rodrigo Ouro Preto Santos, vice-presidente da **Associação Brasileira de Propriedade Intelectual (ABPI)**, reforçou que a área pode fazer aprimoramentos contínuos, mas que o país conta com legislação atualizada de proteção de marcas e produtos e que cumpre as determinações de proteção de **propriedade intelectual** determinadas em acordos com o de Paris e os no âmbito da OMC.

- Eles reclamam que há práticas discriminatórias a empresas americanas, mas isso não é verdade. Temos mecanismos de combate à violação de marcas e patentes inclusive no judiciário - disse ele.

Santos citou mudanças como o plano de combate ao estoque de pedidos de patentes **INPI**, que normatiza o setor. A fila, destaca ele, encolheu de mais de 147 mil pedidos, em 2019, para 527 no início deste ano, quando o contador de solicitações em estoque foi desativado.

Outra medida destacada é a regra que permite à Receita Federal, nas aduanas do país, reter e apreender produtos identificados como falsificados após consulta ao titular do direito de marca e **propriedade intelectual**.

Questionado pelos americanos sobre como seria possível contornar a taxaço, ele afirmou que o caminho é a colaboração entre entidades do setor dos dois países.

Com Álvaro Campos, do Valor

Agricultura de São Paulo soma 11 Indicações Geográficas



São Paulo mais do que dobrou o número de Indicações Geográficas (IGs) reconhecidas pelo **Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI)** nos últimos três anos. Em 2023, eram sete certificações; atualmente, o estado conta com 15, sendo 11 relacionadas ao agro. A mais recente delas foi a Indicação de Procedência (IP) dos cafés produzidos no Circuito das Águas Paulista, região que abrange os municípios de Águas de Lindóia, Amparo, Holambra, Jaguariúna, Lindóia, Monte Alegre do Sul, Pedreira, Serra Negra e Socorro. Na região, o Vale da Gramma já tem o IG reconhecido na produção de café.

Parte desse aumento no número de IGs é creditado às ações de extensão rural da Diretoria de Assistência Técnica Integral (CATI), que apoia produtores e organizações locais na estruturação e no fortalecimento de cadeias produtivas com potencial para reconhecimento. Visando fortalecer ainda mais esse trabalho, o órgão da Secretaria de Agricultura e Abastecimento (SAA) lançou no dia 9 último, o e-book "CATI Responde 67".

Disponível para download gratuito no site da CATI, a publicação "Indicação Geográfica: Valorização de produtos e serviços com qualidade e identidade cultural" é direcionada a produtores rurais, associações e cooperativas de produtos ou serviços que possuem forte identidade local/regional ou características diferenciadas associadas ao território ou ao "saber-fazer". Esses pontos são essenciais para a obtenção do registro de IG por IP ou Denominação

de Origem (DO).

A IP de uma Indicação Geográfica reconhece o nome de um país, cidade, região ou localidade que se tornou conhecido como centro de produção, fabricação ou extração de determinado produto. Já a DO vai além e exige que as características e qualidades do produto sejam essencialmente ou exclusivamente atribuídas ao meio geográfico, incluindo fatores naturais e humanos.

De acordo com a Associação dos Produtores de Cafés Especiais do Circuito das Águas Paulista (Acecap), responsável pela IG da região, seu registro pode ser futuramente convertido em Denominação de Origem, após estudos específicos e cumprimento das exigências legais e normativas.

Segundo a socióloga Márcia Moraes, que integra a Comissão de Indicação Geográfica da CATI, esses selos agregam valor e contribuem com um melhor posicionamento no mercado. "No processo de obtenção de uma Indicação Geográfica, a SAA/CATI atua em duas frentes: orientações na organização da produção/serviços, fase de preparação da documentação necessária para o pedido de análise; e análise dos documentos e expedição do Instrumento Oficial de Delimitação Geográfica. As fases posteriores são efetuadas pelo **INPI**", informa Márcia.

IGs do agro paulista

Até 26 de maio de 2026, o Brasil contabilizava 173 IGs, somando 130 IPs (129 nacionais e uma estrangeira) e 43 DOs, sendo 33 nacionais e dez estrangeiras. Os selos relacionados ao agronegócio paulista são o da Alta Mogiana (café), Jundiahy (uva niagara rosada), Nova Alta Paulista (café), Região de Garça (café), Região de Pinhal (café), Torrinha (café), Vale da Gramma (café), Vale do Paraíba (mel e própolis), Vale do Ribeira (palmito pupunha), Vale do Ribeira (banana Cavendish e Prata) e Circuito das Águas Paulista (café).

As outras quatro IGs do estado são de Birigui (calçado infantil), Franca (calçados), Porto Ferreira (cerâmica artística) e Taubaté (figuras modeladas em argila).

Índice remissivo de assuntos

ABPI	3,4,5,6,34,35,36,37
Direitos Autorais	19,20
Marco regulatório INPI	3,4,5,6,9,10,11,12,13,28,29,30,31,32,33,34,35,36,37,38
Patentes	28,29,30
Propriedade Industrial	9,10,11,12,13,14,15,16,17,18,28,29,30,31,32,33,38
Propriedade Intelectual	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,14,15,16,17,18,19,20,21,22,23,24,25,26,27 28,29,30,34,35,36,37