

Brasília, 22 de junho de 2026

Seleção

Sumário

Agência Estado - Broadcast

Sexta-feira, 19 de junho de 2026 | Marco regulatório | INPI

Alto renome: PIX 3

Jota Info

Sexta-feira, 19 de junho de 2026 | Marco regulatório | INPI

Juíza de MG proíbe escritório do caso Mariana de usar marca Pogust Goodhead no... 5

Economia & Negócios - Estadão

Sexta-feira, 19 de junho de 2026 | Marcas

Por que as marcas brasileiras terão que 'esconder' o próximo jogo do Brasil na Cop... 7

Terra - Notícias

Sexta-feira, 19 de junho de 2026 | Marco regulatório | INPI

CPQD lidera ranking de registros de software do INPI 8

Folha.com

Sexta-feira, 19 de junho de 2026 | Marcas

CBF acusa 99 de marketing de emboscada e pede retirada de campanha com Endric... 9

G1 - Globo

Sábado, 20 de junho de 2026 | Pirataria | Biopirataria

Em 5 anos, empresas foram multadas em R\$ 36,7 milhões por biopirataria, aponta l... 10

Agência Senado

Sexta-feira, 19 de junho de 2026 | Marco regulatório | INPI

O que trava as patentes no Brasil? 12

Alto renome: PIX



Meio de pagamento muda hábito de consumo, vira unanimidade e valor movimentado supera, na média recente, R\$ 3 trilhões por mês

Por Aramis Merki II e André Marinho

É difícil encontrar um brasileiro que nunca tenha feito um PIX. Mais difícil ainda é encontrar outro produto criado no País que tenha sido adotado com tanta velocidade. Com mais de R\$ 3 trilhões movimentados por mês e 175 milhões de usuários, mudou hábitos de consumo, acelerou a digitalização dos pagamentos e passou a ocupar um espaço raro: o de um ativo considerado estratégico para o País.

Esse novo status ficou evidente nas últimas semanas. O **INPI** concedeu ao PIX o registro de marca de alto renome, reconhecimento reservado a nomes que ultrapassam seu mercado de origem. Quase ao mesmo tempo, o sistema apareceu no centro da disputa comercial entre Brasil e Estados Unidos, citado por autoridades americanas como um obstáculo à atuação de empresas estrangeiras no mercado de pagamentos. A reação do governo brasileiro foi imediata, tratando o PIX como um patrimônio nacional, enquanto o Congresso discute transformar suas principais características em garantias constitucionais.

A Comissão de Constituição e Justiça (CCJ) do Senado aprovou uma Proposta de Emenda à Constituição (PEC) que, se confirmada, tornará o PIX parte da Constituição, blindando-o contra conces-

sões, cessões ou transferências a entes públicos ou privados, e garantindo sua gratuidade para pessoas físicas.

O argumento de que o PIX sufocaria a competição não se sustenta diante dos próprios dados da indústria de pagamentos. Entre 2021 e 2025, enquanto o PIX crescia em ritmo exponencial, o volume transacionado pela indústria de cartões dobrou de tamanho, de acordo com a Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços (Abecs). A explicação é que, ao incorporar ao sistema financeiro dezenas de milhões de brasileiros desbancarizados, o sistema do BC ampliou o mercado de consumo formal como um todo. Estima-se que mais de 70 milhões de pessoas sem conta em banco tiveram no PIX seu primeiro acesso a pagamentos digitais.

A resposta das grandes empresas ajuda a explicar esse movimento. Em vez de enfrentar o PIX, elas decidiram usá-lo como plataforma de inovação. A Visa, por exemplo, criou uma operação dedicada a desenvolver soluções baseadas na infraestrutura do sistema: o Visa Conecta. O modelo funciona como uma camada nos pagamentos via PIX. Permite que consumidores autorizem transações em ambientes de e-commerce ou aplicativos por biometria, eliminando a necessidade de copiar e colar códigos ou de sair de um aplicativo para outro, uma demanda constante dos usuários, segundo Leonardo Enrique, diretor executivo da Visa Conecta.

O modelo da Visa Conecta também ilustra a lógica mais ampla de reposicionamento que grandes empresas de tecnologia financeira têm adotado globalmente. A Visa passou a se descrever não como uma empresa de cartões, mas como uma plataforma de movimentação financeira. Nessa narrativa, o Brasil do PIX é um laboratório de referência. Dentro da classificação interna da empresa, o país integra o grupo de mercados denominado "Challenger", ao lado da Índia. São economias com alta penetração de pagamentos digitais e forte desenvolvimento de novos formatos, que outras geografias observam como antecipação de seu próprio futuro.

"O Brasil tem sido olhado como o futuro de muitos outros países", disse Leonardo Enrique, da Visa Conecta. Executivos do setor relatam demanda recorrente de países da América Latina e de outras regiões para entender o modelo brasileiro.

O modelo da Visa Conecta também ilustra a lógica mais ampla de reposicionamento que grandes empresas de tecnologia financeira têm adotado globalmente. A Visa passou a se descrever não como uma empresa de cartões, mas como uma plataforma de movimentação financeira. Nessa narrativa, o Brasil do PIX é um laboratório de referência. Dentro da classificação interna da empresa, o país integra o grupo de mercados denominado "Challenger", ao lado da Índia. São economias com alta penetração de pagamentos digitais e forte desenvolvimento de novos formatos, que outras geografias observam como antecipação de seu próprio futuro.

"O Brasil tem sido olhado como o futuro de muitos outros países", disse Leonardo Enrique, da Visa Conecta. Executivos do setor relatam demanda recorrente de países da América Latina e de outras regiões para entender o modelo brasileiro.

O que não é nítido é o nível que o sistema atingiu. Já em 2024 o BC mostrou que o PIX superou o dinheiro em espécie como meio de pagamento mais usado pelos brasileiros. A velocidade da adoção trouxe consigo desafios: o sistema foi alvo de tentativas de fraude que expuseram vulnerabilidades em camadas intermediárias em prestadoras de serviços tecnológicos. Alex Hoffmann, fundador da PagBra-

sil, aponta que o risco no PIX é relacionado com a engenharia social, que são estratégias de criminosos para conseguir acesso a dados das vítimas.

O executivo aponta que este tipo de golpe acontece em maior volume com cartões - e que as empresas do segmento passaram a olhar mais para mecanismos antifraude a partir da popularização do PIX. Hoffmann enxerga que, para correr atrás do PIX, as bandeiras passaram a lançar mais mecanismos de segurança.

"Para mim, é muito nítida essa correlação entre o PIX chegar e as bandeiras de cartão toda hora lançando uma coisa diferente, mais segura", disse Hoffmann. "A sociedade com certeza está ganhando com essa competição."

Para o sócio e presidente da Boanerges& Cia Consultoria, Boanerges Ramos Freire, o PIX fomentou uma disputa saudável no setor de pagamentos que, em última análise, favorece o consumidor. Mais do que um canal para transações, porém, a plataforma funciona como uma infraestrutura financeira dinâmica, com uma agenda ainda em evolução.

Entre as inovações na pauta do Banco Central, Freire cita a integração com o crédito e o PIX automática. A autoridade monetária também avalia maneiras de conectar o sistema com os fluxos internacionais de pagamentos. "O PIX é uma política de Estado que está dando muito certo", conclui.

Juíza de MG proíbe escritório do caso Mariana de usar marca Pogust Goodhead no Brasil



Decisão liminar reconheceu registro da marca em nome de empresa brasileira ligada ao fundador Thomas Goodhead, que foi retirado da sociedade

A 1ª Vara Empresarial de Belo Horizonte determinou que o escritório inglês PGMBM Ltd, que representa cerca de 600 mil vítimas do rompimento da barragem de Fundão, em Mariana (MG), deixe de utilizar a marca "Pogust Goodhead" em território brasileiro. O escritório é responsável pela condução de processos indenizatórios contra as mineradoras BHP, Vale e Samarco em tribunais estrangeiros em uma das maiores ações coletivas envolvendo o Brasil. A discussão judicial se dá em meio a disputas envolvendo a empresa e filiais brasileiras sobre o controle da operação local do caso.

A decisão foi proferida na quinta-feira (18/6) em ação movida contra o escritório pela Pogo Gestões, empresa ligada ao fundador do escritório Thomas Goodhead e que afirma ser a titular da marca no Brasil. Em liminar, a juíza Cláudia Helena Batista entendeu que há elementos suficientes para reconhecer a titularidade da marca e apontou risco de confusão entre clientes e o público brasileiro e prejuízos à empresa que detém o registro no país caso a utilização continue.

Assine gratuitamente a newsletter Últimas Notícias do JOTA e receba as principais notícias jurídicas e políticas do dia no seu email

Pela determinação judicial, o escritório deverá se abster imediatamente de utilizar a expressão

"Pogust Goodhead" em websites, redes sociais, endereços de e-mail, materiais institucionais, apresentações, eventos e demais comunicações voltadas ao mercado brasileiro. A decisão também estabelece prazo de cinco dias úteis para que sejam removidas referências à marca em qualquer meio físico ou digital.

A liminar prevê aplicação de multa caso a empresa não cumpra a ordem. O valor será definido posteriormente, caso a decisão seja violada.

Procurado pelo **JOTA**, o escritório diz que ainda não foi notificado.

Mariana no centro da disputa

Conhecido pela marca "Pogust Goodhead", o escritório de advocacia PGMBM, sediado em Londres, conduz as ações judiciais em nome dos atingidos pelo desastre de Mariana nos tribunais do Reino Unido e da Holanda. A empresa tem a Pogo Gestões e GHL Brasil como estruturas filiais de suporte à atuação no caso da barragem de Fundão.

O rompimento da relação entre o escritório inglês e as filiais brasileiras tem início com a saída de Thomas Goodhead em agosto de 2025, após tensões internas. Goodhead é um dos fundadores da empresa junto com Harris Pogust. É ele também quem controla a estrutura brasileira ligada ao caso Mariana. A GHL Brasil, administrada por Goodhead, é a única sócia da Pogo Gestões e Serviços Corporativos. As duas companhias são responsáveis por atividades de apoio à ação internacional, incluindo atendimento aos atingidos, comunicação e gestão administrativa.

Segundo a Pogo Gestões, o impasse se agravou após o bloqueio das empresas brasileiras a sistemas e documentos considerados essenciais para a operação local. Em ação ajuizada em maio na Justiça de Governador Valadares, a Pogo e a GHL Brasil alegam que perderam acesso a plataformas que armazenavam documentos de recursos humanos, contratos, notas fiscais e outros registros administrativos. Também relataram a interrupção de repasses financeiros que sustentavam a estrutura de atendi-

mento aos atingidos.

Conheça o JOTA PRO Poder, plataforma de monitoramento que oferece transparência e previsibilidade para empresas

Paralelamente, a Pogo sustenta que é a titular da marca "Pogust Goodhead" no Brasil, registrada junto ao **Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI)** em maio de 2024. Thomas Goodhead afirma que desde sua saída da empresa não tem qualquer envolvimento com as operações do escritório britânico.

"Estou afastado há 10 meses do escritório e solicitei, repetidamente, que meu nome deixasse de ser utilizado, já que poderia induzir clientes a acreditar que eu ainda fazia parte da empresa. Infelizmente, não houve disposição para resolver a questão de forma consensual. Agradeço à Justiça brasileira pela rapidez e pela clareza da decisão", disse em nota.

Inicial aponta uso indevido da marca

Na petição inicial, a Pogo Gestões afirma que o escritório inglês utilizou a marca "Pogust Goodhead" para promover encontros e eventos realizados em cidades diretamente afetadas pela tragédia de Mariana, como Mariana, Governador Valadares e Colatina (ES), e em Belo Horizonte. Os eventos teriam sido divulgados por meio de mensagens em grupos e listas de

Informações direto ao ponto sobre o que realmente importa: assine gratuitamente a JOTA Principal, a nova newsletter do JOTA

transmissão de WhatsApp.

A empresa também afirma que houve a apropriação de domínios de internet relacionados à marca. Um dos exemplos citados é o endereço "pogustgoodhead.com.br", cuja situação teria contribuído para ampliar a possibilidade de confusão entre clientes, parceiros e demais interessados.

De acordo com a ação, uma notificação extrajudicial foi enviada à PGMBM em 18 de maio exigindo a interrupção do uso da marca no prazo de 24 horas.

A autora afirma, porém, que o escritório não atendeu ao pedido. Em resposta, o chefe de operações sustentou que a empresa não exerce atividades comerciais no Brasil e não pretende fazê-lo - o que a Pogo considera incompatível com os eventos e comunicações realizados no país.

A empresa também afirma, que como o sobrenome "Goodhead", presente na marca, integra o nome civil de Thomas Arthur Morgan Goodhead, a utilização comercial do patronímico dependeria de autorização expressa de seu titular.

Além da interrupção do uso da marca, a Pogo pede indenização por danos materiais e morais, sob o argumento de que a utilização indevida do nome pode causar confusão entre clientes, prejudicar sua reputação e comprometer o valor econômico do ativo registrado.

A ação tramita com o número 1098157-71.2026.8.13.0024.

Por que as marcas brasileiras terão que 'esconder' o próximo jogo do Brasil na Copa?



Fifa tem muitas milionárias, que algumas empresas ainda desconhecem; eis três regras simples para qualquer gestor de marketing aplicar antes do jogo do Brasil

Por que algumas marcas brasileiras vão ter que esconder o próximo jogo do Brasil? A Fifa tem uma regra de muitas milionárias, que a maioria das empresas sabe e algumas não sabem. PUBLICIDADE Nesta sexta-feira, o Brasil vai jogar contra o Haiti. Neste momento, em alguma sala de marketing de alguma empresa brasileira, alguém está preparando, obviamente, um post no Instagram. Obviamente, para falar sobre o jogo, uma promoção relâmpago, talvez a frase, sei lá, "Vai, Brasil" na arte. E essa pessoa provavelmente não sabe que está a um clique de uma notificação jurídica da Fifa. Deixa eu te explicar o que está acontecendo: a Fifa não protege só o logo e a logomarca. Ela protege palavras: "Copa 2026", "Mundial de Futebol 2026". Protege também o troféu, protege a tipografia oficial, protege o slogan "We Are 26", protege as hashtags, protege os logotipos das 16 cidades. Nesta Copa, pela primeira vez com escala real, a Fifa vai usar inteligência artificial para monitorar as redes sociais em tempo real.

E o sistema não vai esperar denúncia, não precisa de auditor humano. Ele varre, encontra, notifica e pode, obviamente, notificar a remoção de conteúdo para terminar o ciclo de muitas vezes de otimização orgânica. Então o post que você agendou para o intervalo do jogo desta sexta-feira pode ser removido antes do apito final. Mas tem uma regra que pega mais empresas do que qualquer logomarca proibida: geolocalização. Publicidade Se a sua marca

publica um post promocional com link de venda, com link de desconto, com chamada comercial e marca uma localização dentro do raio de proteção na Copa, isso pode ser enquadrado como **marketing de emboscada**. Não precisou usar Fifa em lugar nenhum, mas a combinação de localização, promoção e contexto de jogo foi extremamente suficiente. Aqui vai um exemplo concreto: o dono de um bar que posta no Instagram marcando o próprio estabelecimento perto de uma funfest, sabe?

Uma funfest oficial com a frase: "Vem assistir ao jogo aqui, a primeira rodada por conta da casa". Pode, sim, receber uma notificação. Talvez você esteja bem longe, mas não usou o logo, não usou a palavra Copa, usou um contexto, e contexto em 2026, a Fifa também protege. Calma, eu não quero que você fique nervoso. O que as marcas então podem fazer? Tem um território enorme disponível para qualquer empresa, para qualquer negócio que queira participar da conversa da Copa, obviamente sem pagar patrocínio, sem receber notificação, senão acabou o mundo, né? Tem um nome, e esse nome é marketing cultural adjacente. Você fala de futebol, não de Copa. Você fala de emoção, não de torneio. Você fala do seu cliente, não do evento em si. Por quê? Porque Copa é reunião de família, é o filho, é a filha vendo o pai, a mãe, a família torcendo. Memória de infância reativada. Esses elementos não têm marca registrada. Para a minha geração, nunca vou me esquecer do Bebeto fazendo o gesto de ninar um bebê.

Então, a Nike faz isso há décadas. Ela não é patrocinadora oficial da Copa; quem é? É a Adidas, mas a Nike aparece em todo o ciclo da Copa com campanhas que contam histórias de atletas de superação, de futebol como cultura. Publicidade Ela nunca menciona o nome da competição, nunca usa o logo. Cria associação emocional sem cruzar nenhuma linha. Na verdade, a Nike patrocina o uniforme. Ela não patrocina; ela entendeu o território que estava disponível, e o usou com inteligência. Então, três regras simples para qualquer gestor de marketing aplicar agora antes do jogo desta sexta:

CPQD lidera ranking de registros de software do INPI

Organização também ocupa posição de destaque entre os ICTs que mais depositaram **patentes** de invenção em 2025

O CPQD manteve, em 2025, a liderança do ranking de registros de software no país, divulgado recentemente pelo **Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI)**. Além disso, a organização figura em posição de destaque, entre as instituições privadas de ciência e tecnologia (ICTs), na lista do **INPI** dos maiores depositantes de **patentes** de invenção no Brasil em 2025.

No ranking de registros de programas de computador, o CPQD ficou na primeira colocação, com 113 depósitos efetuados - um aumento em relação aos

103 registros de 2024, que também renderam o primeiro lugar à organização. Na verdade, a liderança desse ranking vem sendo mantida há vários anos pelo CPQD, graças ao seu forte comprometimento com a inovação e com o desenvolvimento de tecnologias de ponta aplicadas a diversos setores.

Já a lista dos 51 maiores depositantes de **patentes** de invenção do **INPI** é dominada, principalmente, por universidades públicas e por grandes empresas - Stellantis e Petrobras aparecem nas duas primeiras colocações. O CPQD ocupa o 31.º lugar nesse ranking geral. Mas, entre os ICTs privados, é o terceiro colocado, com 27 depósitos de **patentes**.

CBF acusa 99 de marketing de emboscada e pede retirada de campanha com Endrick



Campanha prometia R\$ 99 em cupons para clientes atendidos por entregadores chamados Endrick

Confederação alega que empresa criou associação indevida com a seleção brasileira

A CBF (Confederação Brasileira de Futebol) enviou uma notificação extrajudicial à 99 Tecnologia Ltda. nesta sexta-feira (19), controladora dos aplicativos de delivery e de corridas, acusando a empresa de **marketing de emboscada** e violação de **propriedade intelectual** durante a Copa do Mundo.

Aproveitando o segundo jogo da seleção brasileira pela Copa nesta sexta-feira (19) e o clamor dos torcedores pela entrada do atacante Endrick em campo, a 99 iniciou uma campanha com o tema "O Brasil está pedindo, a 99 vai entregar", usando o nome do jogador como base.

Procurada, a 99 não se manifestou até o momento.

Pelas regras da campanha, consumidores que fizessem pedidos nas categorias de mobilidade da 99, como o 99Entrega e 99Food, e fossem atendidos por entregadores chamados Endrick, Hendrick, Endrique ou Hendrique receberiam R\$ 99 em cupons.

Para a CBF, a 99 lançou uma campanha de natureza comercial utilizando direitos de personalidade de um atleta convocado para a seleção cujo uso de imagem precisa passar pela liberação da Confederação.

Segundo o documento ao qual a Folha teve acesso, a campanha ainda promovia associação indevida dos serviços utilizados pela 99 a ativos intelectuais da CBF, por meio de elementos visuais, cromáticos e comunicacionais que remetiam à seleção brasileira sem autorização da Confederação.

Por este motivo, a CBF diz que a 99 cometeu concorrência desleal, violação aos direitos de **propriedade intelectual** da CBF e prática de **marketing de emboscada**, que teriam causado prejuízos à entidade e seus patrocinadores oficiais.

A confederação afirma que a Lei Geral do Esporte protege organizadores, entidades administrativas, titulares de direitos e patrocinadores contra iniciativas de terceiros que buscam criar associações com eventos esportivos, equipes, seleções e atletas sem autorização para obter vantagem econômica.

Com a campanha, a CBF afirma que a 99 criou perante os consumidores uma percepção equivocada de vínculo, patrocínio, apoio ou associação institucional, o que não teria acontecido mediante contrato oficial.

A 99 atendeu às exigências da CBF, que pediu a imediata retirada de todas as campanhas que fizessem referência à seleção ou aos atletas que disputam a Copa do Mundo. Nos perfis oficiais da empresa de delivery a campanha já não estava mais ativa na noite desta sexta.

A coluna apurou que dirigentes da CBF disseram terem sido apanhados no escuro com a campanha e que o pedido era que as campanhas com os jogadores fossem iniciadas antes da Copa, o mais cedo possível. Neymar fez as suas assim que saiu a convocação, por exemplo. No caso de uma concorrente de patrocinadora da Confederação, a situação ficou ainda pior. Cartolas sabem que o jogador não tem a ver com o problema, mas consideram que o estafe do atacante poderia ter feito mais.

Em 5 anos, empresas foram multadas em R\$ 36,7 milhões por biopirataria, aponta Ibama



Protetor solar, sabonetes, hidratantes, condicionadores, shampoo estão entre os produtos identificados como uso irregular do patrimônio genético brasileiro e dos conhecimentos tradicionais. Maracujá, Urucum e Copaíba estão entre as espécies envolvidas.

De 2021 a 2025, o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Ibama) aplicou 120 multas com base no Decreto nº 8.772, de 11 de maio de 2016, que estabelece as regras para o acesso e uso do patrimônio genético brasileiro e dos conhecimentos tradicionais associados. Ao todo, as infrações totalizam R\$ 36.664.500,00 a empresas nacionais - em maioria dos setores de cosméticos, farmacêuticos, pigmentos e produtos xamânicos.

As multas são aplicadas quando há exploração econômica de produtos sem a notificação prévia no Sistema Nacional de Gestão do Patrimônio Genético e do Conhecimento Tradicional Associado (Sis-Gen), criado a partir do decreto. Também são considerados os casos de remessa ilegal de patrimônio genético ao exterior sem cadastro na plataforma, não pagamento da repartição e não regularização de atividades. As práticas também são chamadas de **biopirataria**.

Os dados foram levantados pelo Ibama a pedido do g1. É importante notar que as cifras correspondem a penalidades aplicadas que ainda podem ser contestadas administrativa ou judicialmente, e não refletem, portanto, valores já arrecadados pelo Ibama.

Em 5 anos, o número de infrações e valores das multas cresceu, e atingiu o máximo em 2023, com R\$ 11,5 milhões. Nos anos seguintes, as irregularidades desaceleraram, com redução de 76,7% nos valores em 2025.

Já neste ano, o aumento é de 24,3% no valor total com multas, em relação ao ano passado, mesmo ainda na metade de 2026. Foram 50 multas e R\$ 2.333.700,00 aplicados. Veja abaixo.

2021 - 10 multas / R\$ 4.480.000,00	2022 - 21 multas / R\$ 10.750.000,00
2023 - 40 multas / R\$ 11.514.500,00	2024 - 31 multas / R\$ 8.042.000,00
2025 - 18 multas / R\$ 1.878.000,00	2026 - 50 multas / R\$ 2.333.700,00 (até início de junho)

Empresas ainda estão sob investigação, ou seja, novas autuações podem ocorrer ao longo do ano, afirma o Ibama. A plataforma está em atualização para permitir a inclusão de dados de empresas estrangeiras.

Copaíba, maracujá e urucum

Entre os produtos que foram alvo das irregularidades, estão xaropes, protetor solar, sabonetes, sabonetes íntimos, cremes hidratantes, condicionadores, shampoo, extratos, pigmentos, florais, tinturas e produtos xamânicos à base de Ayahuasca.

As principais espécies envolvidas são:

Continuação: Em 5 anos, empresas foram multadas em R\$ 36,7 milhões por biopirataria, aponta Ibama



Biopirataria: Ibama multa empresas em R\$ 36,7 milhões
Ibama multa empresas em R\$ 36,7 milhões

Copaíba (*Copaifera langsdorffii*) Unha de gato (*Uncaria tomentosa*) Sucupira (*Pterodon emarginatus*) Aroeira / Aroeira Vermelha (*Schinus terebinthifolia*) Raddi / *Schinus terebinthifolius*) Buva (*Conyza bonariensis*) Urucum (*Bixa orellana*) Maracujá (*Passiflora edulis*) Jagube / Mariri (*Banisteriopsis caapi*) Chacrona (*Psychotria viridis*)

O Decreto nº 8.772 regulamentou a Lei nº 13.123, de 20 de maio de 2015, conhecida como Lei da Biodiversidade, que busca proteger os saberes de povos indígenas e comunidades locais e a diversidade de fauna e flora nacional.

Multa à Hebron

Em 25 de março deste ano, a farmacêutica Hebron, sediada em Caruaru (PE), foi multada em R\$ 339 mil por cinco autos de infração.

"Na fiscalização, constatou-se a utilização de insumos oriundos da biodiversidade brasileira, como abacaxi (*Ananas comosus*), alecrim-do-campo (*Baccharis dracunculifolia*), aroeira (*Schinus terebinthifolia*) e buva (*Conyza bonariensis*) na fabricação e comercialização de produtos como Bromelín, Kios e Kronel Sabonete Íntimo", explicou o Ibama.

A investigação mostrou que os produtos também fazem uso de conhecimento tradicional associado relacionado ao emprego do abacaxi como expectorante e da aroeira e da buva no tratamento tradicional de infecções urinárias, corrimentos, candidíase, vaginites e inflamações uterinas.

O g1 solicitou esclarecimentos à Hebron, mas não obteve retorno até a publicação desta matéria. O espaço segue aberto para manifestação.

Fragilização da proteção ambiental

No fim de maio, o Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima (MMA), o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Ibama) e o Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio) alertam para o risco de impactos negativos do pacote de Projetos de Lei (PLs) em tramitação no Congresso Nacional.

A pasta e as demais entidades entendem que os projetos buscam "fragilizar a proteção ambiental em diferentes frentes no país". São elas:

nº 364/2019 nº 5.900/2025 nº 2.486/2026
nº 2.564/2025

O que trava as patentes no Brasil?



Júlio César Moreira Julio-César-Moreira_A.jpg



Ferramenta ergonômica ferramenta.jpg

Que diferença faz para a saúde?



Fábrica de medicamentos fabrica-remedios_A.jpg

Os efeitos das patentes podem ser observados em diferentes áreas da economia, mas ganham destaque especial na indústria farmacêutica. Isso porque a proteção concedida a medicamentos inovadores costuma envolver temas de grande interesse público, como investimentos em pesquisa, acesso a tratamentos e sustentabilidade dos sistemas de saúde.


Para entidades ligadas à inovação, a proteção paten-tária é um instrumento essencial para garantir segu-rança aos investimentos realizados pelas empresas. O desenvolvimento de um novo medicamento pode levar anos de pesquisa e exigir elevados recursos fi-nanceiros, o que torna a exclusividade temporária um dos mecanismos para viabilizar esses investi-mentos.



patente_passosb-01.png patente_passosb-01.png



Foto: Geraldo Magela/Agência Senado " Menos de 5% de todas as pesquisas iniciadas se transformam em tecnologias viáveis e tratamentos concretos. Antes de chegar aos pacientes, uma nova terapia passa por anos, por vezes décadas, de pesquisa, testes laboratoriais, estudos clínicos e avaliações re-

gulatorias. Oferecendo proteção temporária para a inovação, o sistema de **patentes** cria condições para que esses investimentos sejam realizados, contribuindo para o avanço de pesquisas em novos medicamentos, diagnósticos e tecnologias voltadas à saúde. Thiago Falda Presidente-executivo da Associação Brasileira de Bioinovação (ABBI) e portavo-
z do Movimento Brasil pela Inovação (MBI)




2 Pesquisa de viabilidade

Verifique se a sua proposta de patente já existe antes de seguir adiante.





-  **Banco de dados do INPI**
Qualquer solicitante pode consultar gratuitamente os pedidos e patentes já registrados
-  **Opinião preliminar**
Também é possível encomendar ao INPI uma análise prévia sobre a patenteabilidade

patente_passosb-02.png patente_passosb-02.png

Por outro lado, parte da indústria farmacêutica nacional argumenta que o sistema deve evitar mecanismos que prolonguem excessivamente a exclusividade comercial dos produtos. Para esse setor, a preocupação não está na existência das patentes, mas em medidas que possam retardar a entrada de medicamentos genéricos, similares e biossimilares no mercado.




3 Preparar a documentação



-  **Relatório descritivo**
Descrição clara e completa, que permita a um técnico do ramo reproduzir a inovação
-  **Reivindicações**
Definem o escopo de proteção: características e componentes que a patente deve cobrir
-  **Desenhos**
Com referências numéricas identificadas no relatório. Não são opcionais
-  **Formulário**
Disponível no site do INPI

patente_passosb-03.png patente_passosb-03.png

mentos quando deixa de funcionar como incentivo legítimo à inovação e passa a prolongar exclusividades comerciais de forma excessiva. Nessas situações, a ausência de concorrência tende a manter preços mais elevados por mais tempo, com impacto ainda mais sensível em medicamentos de alto custo, de uso contínuo ou essenciais para políticas públicas de saúde. Reginaldo Arcuri Presidente executivo do Grupo FarmaBrasil



4 Pagar as taxas

-  **Valores iniciais**
Entrada no pedido, exame de reivindicações e exame de modelo de utilidade
-  **Anuidades**
Cobradas tanto do pedido em trâmite quanto da patente já aprovada

patente_passosb-04.png patente_passosb-04.png

Genéricos



5 Solicitar trâmite prioritário

Quem pode solicitar

-  Depositante independente (sem vínculo com grandes corporações)
-  Instituição científica
-  Startup
-  Micro ou pequena empresa

Situações especiais

-  Solicitante com mais de 60 anos
-  Solicitante com deficiência ou doença grave
-  Tecnologia verde, proteção ao meio ambiente ou combate a doenças específicas

patente_passosb-05.png patente_passosb-05.png

Os medicamentos genéricos estão no centro do debate sobre patentes. Para Reginaldo Arcuri, a entrada desses produtos após o término da exclusividade amplia a concorrência e reduz os custos dos tratamentos.

Foto: Edilson Rodrigues/Agência Senado " A proteção patentária pode dificultar o acesso a medica-



Thiago Falda Thiago-Falda.jpg

- A entrada de genéricos provoca redução imediata e expressiva dos preços. Para o sistema público, isso significa que o mesmo orçamento passa a cobrir mais pacientes ou a ser realocado para outras necessidades. Para o setor privado e para os consumidores, significa acesso a tratamentos que antes eram financeiramente inviáveis.



Reginaldo Arcuri Reginaldo-Arcuri.jpg

Já Thiago Falda aponta que os genéricos só passam a existir após o desenvolvimento de uma tecnologia inovadora, processo que demanda anos de pesquisa e investimentos elevados.



Senador Confúcio Moura Confúcio-Moura_D.jpg

- O sistema de **patentes** foi concebido para equilibrar inovação e acesso. A proteção é sempre temporária e, após seu término, a tecnologia passa a ser de domínio público, permitindo que outras empresas produzam versões equivalentes, como os medicamentos genéricos, ampliando a concorrência e contribuindo para a expansão do acesso da população aos tratamentos. Portanto, para que exista um novo medicamento genérico é preciso que antes exista uma nova tecnologia, uma inovação.



Senador Marcos Pontes Marcos-Pontes_B.jpg

Embora partam de perspectivas diferentes, os representantes das duas entidades reconhecem a importância dos genéricos para ampliar o acesso aos tratamentos. A divergência está no momento em que essa concorrência deve ocorrer: enquanto Arcuri enfatiza os ganhos gerados pela entrada dos concorrentes após o fim da exclusividade, Falda defende que o período de proteção seja suficiente para garantir retorno aos investimentos realizados em pesquisa e desenvolvimento.

Atrasos

Outro ponto que divide especialistas e representantes do setor produtivo envolve a possibilidade de

compensar atrasos na análise dos pedidos de patente. O tema ganhou destaque após a decisão do Supremo Tribunal Federal (STF), em 2021, que derrubou o mecanismo que permitia a extensão automática do prazo de vigência das patentes em determinadas situações.

Para Thiago Falda, o desafio é evitar que inventores e empresas sejam prejudicados pela demora do próprio Estado na concessão dos registros. A entidade defende a adoção de mecanismos de compensação para atrasos excessivos causados pelo poder público.

- O sistema brasileiro de patentes é essencial para a proteção da inovação, mas ainda enfrenta desafios importantes quando analisamos sua capacidade de oferecer previsibilidade e segurança para investimentos de longo prazo. Um primeiro passo seria aprovar no Brasil um mecanismo chamado Patent Term Adjustment (PTA), que corrige desequilíbrios causados por atrasos do próprio Estado na análise de patentes.

Reginaldo Arcuri, por sua vez, avalia que o caminho mais adequado é fortalecer a estrutura do **Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI)**, sem ampliar períodos de exclusividade. Para ele, a decisão do STF trouxe maior previsibili-

dade ao sistema e evitou prazos de proteção superiores aos praticados internacionalmente.

- O **INPI** vem reduzindo de forma expressiva o backlog de análises, o que reforça a importância de medidas voltadas ao fortalecimento institucional do órgão. Ao ampliar sua capacidade operacional, é possível reduzir atrasos, aumentar a segurança jurídica e melhorar o ambiente de inovação sem a necessidade de estender períodos de proteção patentária.

Índice remissivo de assuntos

Marcas	5,7
Marco regulatório INPI	1,2,3,4,6,10,11,12,13
Patentes	6,10,11,12,13
Pirataria Biopirataria	8,9
Propriedade Industrial	3,4,6,10,11,12,13
Propriedade Intelectual	7