

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 03 de setembro de 2019 às 07h36
Seleção de Notícias

Estadão.com.br - Últimas notícias | BR

Pirataria

Receita faz operação no Brás e mira R\$ 500 mi em calçados e roupas falsificados	3
--	---

Folha.com | BR

Pirataria

Gatonet evolui e streaming vira nova dor de cabeça para TV por assinatura -	4
---	---

MERCADO | RICARDO AMPUDIA

Jornal do Comércio | RS

03 de setembro de 2019 | Marco regulatório | INPI

Produtores criam marca para valorizar carne gaúcha	6
--	---

ECONOMIA

Receita faz operação no Brás e mira R\$ 500 mi em calçados e roupas falsificados



Agentes do fisco fiscalizam cerca de 600 boxes de um shopping popular no centro de São Paulo; a operação, batizada de Promitheia, deve acontecer por cerca de três semanas, diz a Receita

Operação Promitheia. Foto: Receita Federal

A **Receita** Federal fiscaliza, na manhã desta segunda, 2, mais de 600 boxes de um shopping popular no Brás, na região central da capital paulista. A operação, denominada **Promitheia**, foi deflagrada para combater o comércio de produtos falsificados na área que é um dos principais polos de comércio de mercadorias irregulares -- fruto de contrabando, descaminho e falsificação, diz o fisco.

Com a operação, a Receita estima apreender cerca de mil toneladas de mercadorias, avaliadas em R\$ 500 milhões, em sua maioria calçados e vestuário. A ação tem o apoio da **Prefeitura** de São Paulo.

abpi.empauta.com

O fisco indicou que cerca de 60 servidores da Receita Federal, agentes da Guarda Civil Metropolitana (GCM) e equipes de apoio da Subprefeitura da Mooca participarão da operação ao longo de três semanas. O material apreendido será levado para galpões da Receita Federal.

Operação Promitheia. Foto: Receita Federal

O nome da operação, Promitheia, é derivado do grego e, segundo a Receita, faz alusão ao papel do shopping 'no suprimento de mercadorias ilegais para uma rede de revenda pelo Brasil'.

Segundo a receita, além de realizar vendas no varejo, as lojas do shopping abastecem o comércio de rua de São Paulo e o comércio irregular em municípios de todo o País. O órgão registra ainda que ônibus e caminhões chegam ao local diariamente para retirar itens que serão revendidos, muitas vezes, longe da capital paulista.

O objetivo da operação é interromper a cadeia de distribuição, evitar danos à saúde pública e combater a concorrência desleal.

De acordo com o fisco, a Prefeitura de São Paulo deve ainda interditar o imóvel por causa de uma série de irregularidades que infringem o Código de Obras e Edificações.

Gatonet evolui e streaming vira nova dor de cabeça para TV por assinatura -

MERCADO



Últimas notícias São Paulo

"Só aqui, o aparelho que está tirando o sono da Sky, da Claro e da Vivo", grita o vendedor no meio da rua Santa Ifigênia, tradicional ponto de comércio de eletrônicos no centro de São Paulo.

Trata-se das IPTV boxes, pequenos dispositivos que se conectam à internet e à televisão, transformando-a numa Smart TV.

Até aí, nada de errado, não fossem os softwares, muitas vezes disponibilizados pelos próprios fabricantes, que dão acesso a centenas de canais por assinatura, séries e filmes de catálogos.

E se não tem tirado o sono das operadoras, pelo menos tem esvaziado o bolso. Segundo a ABTA (Associação Brasileira de TVs por Assinatura) --que reúne operadoras como Net, Sky, Vivo e Claro-- a **pirataria** provoca a perda de R\$ 8,7 bilhões por ano.

A associação estima que 4,2 milhões de pessoas acessem TV por assinatura sem pagar no Brasil.

A Ancine (Agência Nacional do Cinema) aponta que os sites de streaming e as boxes são os dois maiores focos de **pirataria** atuais, mas não há dados de quantas estão em funcionamento no país. Em 2018, a Receita Federal apreendeu 30 mil caixas.

Estes dispositivos podem funcionar de duas formas: pela quebra da criptografia que os canais usam para proteger o conteúdo ou pela gravação e transmissão de um assinante regular dos canais. Na prática, para as operadoras, a caixa é só mais um terminal na rede.

Em geral, são de fabricação chinesa. Em sites de importação da China, podem ser encontrados a partir de US\$ 25 (R\$ 103) cada. Aqui, podem variar de R\$ 150 a quase R\$ 1.000.

Segundo a ABTA, as operadoras estudam medidas para fortalecer a criptografia e a adoção de identificadores de sinal, que permitiriam estabelecer a origem do pirata.

Operando no limite da legalidade, a maioria das caixas não traz software embarcado, mas sugere a instalação de aplicativos como o Brasil TV, que organiza e transmite o conteúdo de servidores adicionados por usuários, conhecidas como listas, com transmissões de canais pagos.

No site, o Brasil TV oferece pacotes por R\$ 40 mensais com mais de 700 canais Full HD, além de filmes e

Continuação: Gatonet evolui e streaming vira nova dor de cabeça para TV por assinatura -

séries sob demanda "de cortesia". A empresa também tem um app disponível na Google Play, já que a maioria das caixas roda Android.

O Google disse que analisaria o aplicativo, mas não respondeu sobre sua legalidade até a conclusão desta reportagem.

Apontado como um dos principais concorrentes do mercado de boxes, a HTV disponibiliza um fórum para assessoria pós-venda, onde o administrador (a própria marca) ensina a instalar as listas. A empresa não respondeu os pedidos da **Folha** para uma entrevista.

A ABTA diz que fez 19 pedidos de bloqueios contra a HTV em 2018, conseguindo gerar instabilidade no sistema, e que a marca foi alvo de um inquérito civil instaurado pelo Ministério Público Federal, envolvendo marketplaces.

Outra grande no segmento de boxes piratas, a Brasil TV Box cobra um plano anual de assinatura do usuário para disponibilizar cerca de 300 canais e conteúdo de catálogos via My Family Cinema. As agências dizem que já moveram ações de bloqueio e apreensão contra a marca.

A bTV também não atendeu às solicitações da reportagem.

"Um dos nossos maiores problemas para a fiscalização destas caixinhas é o e-commerce. No ano passado enviamos ofício para vários sites informando a proibição deste tipo de produto sem homologação e que eles também poderiam ser responsabilizados", conta Vinícius Oliveira Caram, superintendente de outorga e recursos à prestação da Anatel (Agência Nacional de Telecomunicações).

A **Folha** encontrou esse tipo de dispositivo --com a

promessa de desbloquear canais e acessar conteúdo on demand gratuitamente-- à venda no Mercado Livre, em sites do Extra e no Magalu, o marketplace do Magazine Luiza.

A Via Varejo, que detém a operação do site do Extra, afirma ter retirado o anúncio do ar e que o lojista foi notificado e inativado. E disse ter um processo contínuo de revisão de produtos e lojistas.

A Magazine Luiza também retirou o anúncio e disse que mantém uma equipe dedicada para a curadoria de produtos.

O Mercado Livre afirma que cumpre as solicitações da Anatel para a retirada de produtos não homologados e que os anúncios em questão foram excluídos.

A Ancine diz que estuda um modelo mais eficiente de bloqueio ao sinal de sites piratas na internet. Hoje, a derrubada só pode ser realizada por ordem judicial, que demora para ser apreciada e, no casos de transmissões de jogos ao vivo, por exemplo, são autorizadas tarde demais.

A agência se espelha no modelo português de bloqueio administrativo, no qual um órgão analisa os pedidos e emite ordens de bloqueios em até 15 minutos.

"Hoje nós dependemos de ordem judicial e o processo é muito demorado. Precisamos ganhar agilidade. O formato ainda está em discussão se será em formato de lei ou por acordo entre os envolvidos, como em Portugal", diz o Superintendente de Fiscalização da Ancine, Eduardo Carneiro.

Ricardo Ampudia

Produtores criam marca para valorizar carne gaúcha

Patrícia Comunello

patriciacomunello@jornaldocomercio.com.br

Uma nova iniciativa para valorizar a carne gaúcha veio a público durante a Expointer. Trata-se do projeto que tem como guarda-chuva a marca Estâncias Gaúchas. Diferentemente de programas já bem conhecidos ligados a associações de raça e a indústrias de carnes, o Estâncias Gaúchas surge como aposta no protagonismo das propriedades de rebanhos bovinos e ovinos nas açoes.

“Os produtores acreditam que está na hora de a carne gaúcha ser reconhecida no Brasil e no exterior por seus atributos”, afirma João Paulo Schneider da Silva (o Kaju), que está no grupo que coordena a iniciativa e é diretor comercial da GAP Genética. O elo que conecta as cerca de 40 propriedades vinculadas à marca até agora é ter a produção no bioma Pampa, principal ambiente de criação da pecuária

gaúcha. Além de aspectos ligados ao rebanho, desde questões como genética, boas práticas de manejo, sanidade e outros quesitos que compõem os sistemas de criação focados na pecuária extensiva pela oferta de área e pasto - natural ou cultivado, a marca Estâncias Gaúchas une aos atributos da qualidade da carne referências ligadas à tradição e cultura gaúchas, vinculadas também à atividade da pecuária.

“Contar a história de como a carne foi produzida, os cuidados com a sustentabilidade e a origem traz mais transparência ao processo, desde a estância até o consumidor”, aposta o coordenador da iniciativa, o agrônomo Marcelo Fett Pinto. “Essa é uma iniciativa dos próprios produtores para valorizar a carne gaúcha”, reforça Fett Pinto.

O movimento gerado por criadores tem certa proximidade com o programa Carne Uruguai Na-

tural, que identifica a carne do país vizinho sem focar em uma raça. “Saímos da segregação de raças para dizer que tudo sai do mesmo ambiente”, explica Kaju, observando que os programas existentes no Rio Grande do Sul fazem um trabalho muito importante para o setor e que não há nenhuma divergência. Muitos associados ao novo projeto fazem parte de associações de criadores. A marca vem sendo construída, desde a concepção e registro, há pouco mais de um ano, explica o agrônomo. O registro já foi feito no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI).

Na Expointer, a primeira aparição da marca ocorreu na Vitrine da Carne Gaúcha, durante a sessão de corte de uma carcaça bovina do plantel de um dos integrantes do projeto. Fett Pinto também apresentou a iniciativa em evento da Farsul. Tratativas já estão sendo feitas com a indústria e segmentos do varejo para dimensionar o potencial de colocação da marca no mercado. O coordenador projeta que os produtos do Estâncias Gaúchas possam chegar às gôndolas até o fim do ano.

“O importante é ter oferta de produto, para assegurar regularidade e escoamento no varejo”, acrescenta Kaju. As propriedades associadas até agora ao projeto entrega 200 animais por semana para abate. “Hoje podemos abastecer poucos lugares, mas quando a moda pegar outros (produtores) poderão se agregar.” O projeto prevê que as propriedades participantes poderão utilizar a marca ao fazerem a comercialização.



Estâncias Gaúchas reúne criadores de bovinos e ovinos de corte do Estado

Índice remissivo de assuntos

Pirataria

3, 4

Marco regulatório | INPI

6