

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 19 de maio de 2020 às 08h00
Seleção de Notícias

O Globo | BR

ABPI

Ancelmo Gois 3
ANCELMO GOIS | ANCELMO GOIS

Exame.com | BR

18 de maio de 2020 | Marco regulatório | INPI

Disputa pelo uso da marca iPhone no Brasil chega ao STF 6
TECNOLOGIA | RODRIGO LOUREIRO

Meio & Mensagem Online | BR

Direitos Autorais

Boom das lives faz YouTube reforçar política e inovações 7

Migalhas | BR

18 de maio de 2020 | Propriedade Intelectual

STF definirá a incidência de ISS sobre contratos de franquia 10

Revista Pesquisa Fapesp Online | SP

Marco regulatório | INPI

Unicamp assinou R\$ 133 milhões em contratos com empresas para pesquisa em 2019 13

Ancelmo Gois

ANCELMO GOIS

Ancelmo Gois



O MISTÉRIO DO PLANALTO

Agora que até o terceiro segredo de Fátima foi revelado, resta um grande mistério. O que leva os generais no Palácio, de bons currículos, a defender um governo enrolado, que atira para todo lado e um dos poucos no planeta incapaz de liderar e unir o país numa pandemia?

Olha a velha desigualdade aí

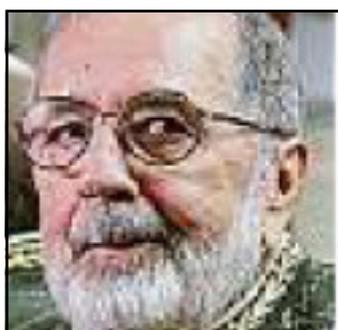
Durou pouco o namoro de Bolsonaro com a equidade. A desigualdade de renda do trabalho, que tinha parado de subir no fim de 2019, voltou a crescer no primeiro trimestre de 2020. O número pega o começo da desaceleração da economia por causa da pandemia. Nesse período, o crescimento de renda cai 26%, fazendo com que o do bem-estar geral da nação caia 68%. Para Marcelo Neri, da FGV Social, terá início um novo ciclo de pioras. "É só o começo. O pior ainda vem por aí".

É gastar ou gastar

Paulo Guedes e equipe devem sentir calafrios aos saber das novas propostas dos seguidores de Margaret Thatcher (1925-2013) na Inglaterra. Como se sabe, ela foi grande promotora da ortodoxia neoliberal promovida pela Universidade de Chicago (Milton Friedman a adorava). Pois em meio à pandemia, vários centros de estudo alinhados com as idéias dela (entre eles, o Instituto Adam Smith) acabam de enviar carta ao governo britânico recomendando deixar de lado a austeridade fiscal, a economia de verbas públicas, a redução de déficit e a obsessão com o equilíbrio das contas públicas - e gastar com os mais pobres.

Pandemia de sovínice...

Aliás, para você ver como todo o dinheirinho no bol-



Continuação: Ancelmo Gois



so dos pobres acaba voltando para a economia. Segundo as empresas de cartões, todo mundo gastou menos em abril do que em março: empresas, ricos, classe média, remediados. Só os mais pobres, os que têm direito aos R\$ 600 de renda básica, gastaram o mesmo.

Cada um dá o que pode

O Grupo Jardim da Saudade disponibilizará seu moderno crematório, em Sulacap, para atendimento social da população de baixa renda durante o período de pandemia.

MP da Grilagem

O documentário "Amazônia sociedade anônima", de Estevão Ciavatta, acaba de ser finalizado e vai ao ar no Globoplay em agosto. Gravado entre 2014 e 2019, o filme apresenta uma união inédita entre os indígenas e a população ribeirinha. O trailer será lançado hoje, no site da produtora Pindorama. O lançamento ocorre no momento em que o governo federal sofre a derrota, que bom!, na votação da medida provisória 910, a MP da Grilagem.

'O QUE TEMOS SÃO JANELAS E PANEIAS'

Adriana Calcanhotto aproveitou que não pode viajar para Portugal, como havia programado, para compor, compor e compor sem parar. No dia 29, ela lança o álbum "Só", com uma safra de músicas feitas durante o isolamento. Todas foram compostas, produzidas, gravadas e mixadas virtualmente (entre 27 de março e 8 de maio), com produção de Arthur No-

abpi.empauta.com

gueira. Veja um trechinho de "O que temos", uma das novas canções: "Deixa eu te espiar/ finge que não vê/o que temos são janelas/ Em tempos de quarentena/nas sacadas, nos sobrados/nós estamos amontoados e sós/o que temos são janelas e paneias"

-

'Parabéns pra você/ nesta data querida'

"Estou fazendo hoje 80 anos e tenho mais de 60 de dedicação total e absoluta ao cinema brasileiro. Hoje, assisto a um paradoxo dramático, em que o cinema brasileiro produz os melhores filmes de sua História, realizados por cineastas de todas as gerações, vindos de diferentes regiões do país, com riquíssima diversidade de idéias políticas, culturais, ideológicas, artísticas e cinematográficas. E, ao mesmo tempo, esse mesmo cinema vitorioso vive fase crítica de sua economia, ameaçado de se extinguir, desaparecer das telas.

Até 2018, chegamos a produzir 180 filmes ao ano, um recorde latino-americano, filmes reconhecidos por prêmios internacionais ou por grande sucesso junto ao público. Hoje, o cinema brasileiro tem sua existência ameaçada por um governo preconceituoso que nos odeia, sem nunca ter visto um só de nossos filmes.

Um governo amargo, rancoroso, insensível, desumano, conduzido, na cultura e na arte, por um ódio cego ao país que representamos. Um governo que não admite que tenhamos o direito de pensar o que somos e para onde queremos ir. Não estou interessado em comemorar tudo o que fiz no cinema, meus filmes e minhas idéias, dos quais só tenho que me orgulhar. Em vez disso, quero gritar por um futuro que eu e meus colegas, veteranos e jovens, reivindicamos.

Um país sem cinema é um país que não se reconhece, um país sem rosto e sem alma. Nós temos o direito de tentar descobrir ou construir esse rosto e essa alma, numa tela de cinema, na televisão, através do strea-

ming ou o que for. Ninguém vai me impedir de dedicar, outra vez, os próximos anos de minha vida a esse sonho, mesmo que os poderosos não o desejem. Contem comigo".

Cacá Diegues

-

Intervenção 5 do MP no Rio

A Força-Tarefa do Ministério Público do Estado do Rio para a Covid-19 abriu várias frentes para fiscalizar tim-tim por tim-tim os passos do governador Wilson Witzel. O Estado do Rio, como se sabe, está às voltas com escândalos de superfaturamento desses hospitais de campanha. O MP promete não dar trégua. Pode vir chumbo grosso.

Em defesa das trans

Oito de cada dez travestis que faziam ponto em Lapa, Glória, Flamengo e Copacabana tiveram de deixar de trabalhar por causa da Covid-19. A conta é de Maria Eduarda Aguiar, primeira advogada trans do Brasil, que criou o grupo Pela Vidua/RJ, que tem dado atendimento psicológico e social às pessoas trans durante a pandemia.

Liturgia do cargo

Agentes da segurança institucional da 2ª instância do MP Federal tiveram de ir, sexta, à sede do Tribunal Regional Federal da 2ª Região, no Centro, para pegar.... togas.

E que os procuradores, que estão despachando de casa, querem fazer as sessões de videoconferência

usando as vestimentas.

Esquecer jamais

A 8ª Câmara Criminal do Rio julga, quinta, o habeas corpus de Rafael Gomes, um dos suspeitos de construir e vender prédios que caíram na Muzema, na Zona Oeste da cidade. O desabamento, em abril de 2019, deixou 24 mortos.

A linguagem da internet

O Hospital Copa Star está usando plaquinhas com emojis esses símbolos da internet que imitam expressões faciais para facilitar a comunicação com pacientes que passaram por uma traqueostomia. Se o paciente está com fome, levanta a plaquinha com o emoji segurando garfo e faca (foto); se está com frio, mostra o que está congelando. Um pouco de leveza para estes tempos de caos.

ZONA FRANCA

DJAVAN prestou homenagem no Instagram ao iluminador Fábio Schaefer, o Binho, que morreu dia 9, aos 45 anos, por complicações após cirurgia bariátrica. Deixou a esposa, a atriz Vilma Melo, e 2 filhos.

LU Catoira e Marcelo Ramos discutem, hoje, as mudanças da moda. Moderação de Deborah Portilho e Andréa Gomes, no canal da **ABPI**.

HOJE, Juliana Brizola participará da live Janelas pela Democracia.

Disputa pelo uso da marca iPhone no Brasil chega ao STF

TECNOLOGIA



Após derrota em 2018, a IGB Eletrônica, ex-Gradiente, levou o caso ao Supremo Tribunal Federal

iPhone: marca está sendo disputada pela Apple e pela IGB Eletrônica, ex-Gradiente, no Brasil (Gradiente/Divulgação)

A novela pelos direitos de uso exclusivos da marca **iPhone** no Brasil ganhou um novo capítulo nesta semana. Após perder em diferentes tribunais para a **Apple**, a IGB Eletrônica, antiga **Gradiente**, levou o caso para ser julgado no Supremo Tribunal Federal (STF).

As duas companhias brigam na justiça desde o começo da década. A companhia brasileira registrou o termo Iphone (com I maiúsculo) no ano 2000 no Instituto Nacional de Propriedade Intelectual. O órgão levou oito anos para aprovar o pedido. Neste tempo, a Apple lançou o seu próprio iPhone, em 2007.

Em 2012, a Gradiente, então, lançou uma linha de smartphones com a marca. Equipados com sistema operacional Android, os aparelhos não têm qualquer relação com o celular da Apple. Em 2014, a pré-venda do modelo Iphone C-600 até fez com que as ações da IGB subissem. As vendas, porém, naufragaram.

A nova ação da IGB contra a Apple se dá por um Recurso Extraordinário com Agravo (ARE 1266095). Trata-se da impugnação perante o STF de uma decisão judicial proferida por um tribunal estadual ou federal. Neste caso, o Superior Tribunal de Justiça (STJ).

Em 2018, a Gradiente perdeu a batalha nos tribunais do STJ para a Apple. Na decisão, ficou configurado que ambas as empresas poderiam usar o termo.

O relator do caso, ministro Luís Felipe Salomão, argumentou na época que "a utilização da marca Iphone pela Apple não evidencia circunstância que implique, sequer potencialmente, aproveitamento parasitário, desvio de clientela ou diluição da marca, com a indução dos consumidores em erro.

O ministro também deixou claro que tal exegese não configura prejuízo à IGB, que, por ter registrado, precedentemente, a expressão G GRADIENTE IPHONE, poderá continuar a utilizá-la, ficando apenas afastada a exclusividade de uso da expressão iphone de forma isolada.

Protocolado no dia 24 de abril de 2020, o recurso cita como partes do processo a IGB Eletrônica, como reclamante; a Apple, como reclamada; além do **INPI**. Não há previsão de quando o processo será julgado na instância superior.

Por Rodrigo Loureiro

Boom das lives faz YouTube reforçar política e inovações



Segundo Patricia Muratori, head da plataforma no Brasil, práticas de brand safety e mapeamento de **direitos** autorais foram intensificadas durante as transmissões ao vivo. O Brasil virou referência global para o YouTube durante a quarentena. Das dez transmissões ao vivo com maior audiência no ranking global histórico da plataforma, sete são brasileiras. O levantamento é liderado pela cantora Marília Mendonça que reuniu 3,3 milhões de pessoas ao vivo no início de abril. Esses recordes trouxeram audiência e desafios. O Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária (Conar), por exemplo, abriu um processo para analisar a live do cantor Gustavo Lima, feita em parceria com a Ambev, pelo consumo de bebida alcoólica durante a transmissão.



Segundo Patricia Muratori, head do YouTube Brasil, diante do cenário, a plataforma reforçou a comunicação sobre as políticas. "Qualquer pessoa que produza conteúdo no YouTube está sujeita às regras de legislação, de **direitos** autorais e do consumidor, além de órgãos publicitários", explica. Ela reforça, inclusive, que práticas de brand safety culminaram no amadurecimento e crescimento da receita de publicidade dentro do YouTube que, em 2019, foi divulgada pela primeira vez de forma separada chegando a US\$ 15 bilhões. No primeiro trimestre de 2020, o valor investido por marcas na plataforma foi de US\$ 4 bilhões, alta de 33% em relação ao mesmo período do ano anterior.



Patricia conta em detalhes como o boom das lives acelerou políticas e inovações dentro da plataforma na entrevista publicada na edição 1911 de Meio & Mensagem, que circula com data de 18 de maio de 2020 (disponível na íntegra e gratuitamente no Acervo do jornal).

Meio & Mensagem - O YouTube ganhou protagonismo em meio ao isolamento social e ao aumento da demanda de conteúdo. Como isso exigiu

Continuação: Boom das lives faz YouTube reforçar política e inovações



um plano de contingência e adaptações da plataforma?

Patricia Muratori - Além de medidas institucionais sobre trabalho remoto para garantir a segurança dos funcionários, reforçamos a nossa missão de ser uma plataforma plural e responsável. Definimos estratégias para lidar com o momento e levar conteúdo relevante para nossos usuários especialmente em quatro pilares: informação, educação, bem-estar e entretenimento. Também conseguimos acelerar lançamentos e, em alguns casos, expandir soluções de uma vertical para outra. Por exemplo: conseguimos disponibilizar ferramentas de gerenciamento de **direito** autoral, já muito usadas nas lives de games e esportes realizadas no YouTube, para as transmissões de música, com o crescimento do interesse por esse formato.

relacionado Os bastidores da maior live da história do
abpi.empauta.com

YouTube

M&M - No caso das lives, assim que elas começaram a ocorrer em volume e velocidade, surgiram várias dúvidas quanto a boas práticas e o que era permitido, que ações foram necessárias da parte do YouTube?

Patricia - As lives já eram um formato popular e utilizadas com mais frequência em segmentos como games e esportes. Mas percebemos que houve um número considerável de artistas que utilizaram pela primeira vez o recurso e, diante desta realidade, foi necessário relembrar as regras existentes, especialmente ligadas a **direito** autoral e parcerias pagas. Temos feito um trabalho com gravadoras e escritórios de artistas para treiná-los em melhores práticas, com destaque para as lives, e também ajudá-los a entender nossas diretrizes da comunidade, assim como os diversos recursos de gerenciamento que temos, que incluem, entre outros, uma tecnologia sofisticada para identificar conteúdo com **direito** autoral, chamada Content ID. Durante esse período, inclusive, conseguimos habilitar a ferramenta automática em diversos canais para impedir retransmissões não autorizadas pelo dono do canal.

M&M - Tivemos casos de lives que foram notificadas pelo Conar em função do uso de bebida alcoólica, por exemplo, o quanto o YouTube pode contribuir nesses exemplos?

Patricia - Principalmente com esse reforço das regras da plataforma. Mas é importante deixar claro que seja um artista, marca, ou qualquer pessoa que produza conteúdo no YouTube, ele está sujeito às regras da plataforma e à legislação. **Direito** autoral, direito do consumidor e a atuação dos órgãos que regulam a publicidade são assuntos que valem ser estudados antes de se fazer uma transmissão envolvendo marcas e obras de terceiros.

"As lives já eram um formato popular e utilizadas com mais frequência em segmentos como games e esportes. Mas percebemos que houve um número

considerável de artistas que utilizaram pela primeira vez"

M&M - Assim que tivemos lives que bateram recorde, como a da cantora Marília Mendonça, por exemplo, aumentaram as demandas por parte de marcas e agências para cocriar e desenvolver lives em conjunto com o YouTube?

Patricia -Há várias formas de monetização e de inserções de anúncios. Nossos times de vendas estão atentos a essas possibilidades e à disposição para criar projetos inéditos, o que, aliás, já é marca registrada do YouTube no Brasil, e atender necessidades específicas dos clientes, com a mensuração de resultados que é característica das plataformas digitais do Google. Também apostamos em campanhas de formato complementar, que têm lançado mão de recursos diferentes em toda a jornada do cliente: da live à busca, à nossa rede de displays, à fi-

Continuação: Boom das lives faz YouTube reforçar política e inovações

nalização da compra no site do anunciante. Além das negociações por meio da nossa equipe, existe ainda a opção da marca fechar ações diretamente com os artistas, sem necessidade de compartilhar a receita, uma demonstração clara da liberdade da plataforma.

A íntegra desta reportagem está publicada na edição semanal de Meio & Mensagem, que até o fim de maio pode ser acessada gratuitamente pela plataforma Acervo (www.meioemensagem.com.br/acervo), onde também está disponível a consulta a todas as edições anteriores que circularam nos 42 anos de história da publicação. Também está aberto a todo o público, gratuitamente, o acesso à versão digital das edições semanais de Meio & Mensagem, no aplicativo para tablets, disponível nos aparelhos com sistema iOS e Android.

STF definirá a incidência de ISS sobre contratos de franquia



Desde a publicação da lei complementar 116/03, a incidência do Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISS) sobre o franchising tem sido objeto de controvérsias entre os contribuintes e as autoridades fiscais municipais.

De acordo com o Fisco, a exigibilidade do imposto municipal é motivada pela previsão legal contida na referida LC 116/03 que, ao veicular a lista de serviços tributáveis pelo ISS, incluiu, no item 17.08, a atividade de franquia.



Nesse sentido, importa notar que, após a revogação da lei 8.955/94 (Lei de Franquia), o art. 1º da lei 13.966/191 passou a definir o franchising empresarial como a prática na qual o franqueador autoriza, por meio de contrato e mediante remuneração, a utilização da sua marca, objeto de **propriedade** intelectual e modelo de negócios.

Vale dizer que o contrato de franquia essencialmente permite ao franqueado se utilizar de um know how pré-estabelecido acerca da organização empresarial, comercial e de marketing do franqueador para realizar a distribuição, com exclusividade ou não, de produtos e serviços. Trata-se, portanto, de inequívoca situação de cessão de direitos do "modelo de negócios" concebido pelo franqueador.



Celebrado o contrato de franquia, tanto o franqueador quanto o franqueado assumem obrigações recíprocas indissociáveis, que podem envolver desde a utilização da marca e mecanismos de fabricação à operacionalização da atividade². O contrato de franquia tem natureza híbrida por essência, apresentando contornos complexos que incorporam vários elementos circunstanciais³.

O ISS, por outro lado, incide sobre o "fato bruto" de prestar serviço, sendo inexigível sobre negócios jurídicos e contratos. Considerando, assim, que o fato

gerador do ISS consiste apenas na prestação de serviços puros, é certo que, em razão da sua natureza, o contrato de franquia, não se amolda à materialidade contida no inciso III do artigo 156 da CF/88.

Esse entendimento foi corroborado pelo Superior Tribunal de Justiça, que reconheceu, em sede de recurso repetitivo, a não incidência do ISS sobre serviços postais e telemáticos prestados por empresas franqueadas, não obstante tal entendimento ter sido firmado quando da solução de controvérsias jurídicas sob a égide do decreto-lei 406/68 e da lei complementar 56/87.

Com o advento da LC 116/03, e a inclusão do item 17.08 na lista de serviços tributáveis pelo ISS, o STJ passou a considerar que o legislador ordinário teria expressamente autorizado os municípios e o Distrito Federal a tributarem a franquia e suas atividades-meio. Isso porque eventual interpretação contrária demandaria a declaração da inconstitucionalidade do item 17.08 da lista anexa à LC 116/03.

Justamente em razão desse contexto, o ângulo constitucional da controvérsia foi reconhecido pelo Supremo Tribunal Federal nos autos do RE 603.1364 e, agora, os contribuintes aguardam a definição do Tema 300 da Repercussão Geral, que será examinado na sessão virtual do Plenário entre os dias 22.05.20 e 28.05.20. Na ocasião, os ministros deverão analisar a constitucionalidade da incidência do ISS sobre os contratos de franquia.

A matéria também é objeto da ADIn 4784, ajuizada pela Associação Nacional das Franquias Postais do Brasil com o propósito de que seja afastada a incidência do ISS sobre o montante recebido pelas agências franqueadas com a Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT). A ação conta com parecer favorável da Procuradoria Geral da República, ratificando a necessidade de que seja declarado inconstitucional o item 17.08 da lista de serviços anexa à LC 116/03.

Continuação: STF definirá a incidência de ISS sobre contratos de franquia

A expectativa, portanto, é que o STF reconheça a não incidência do ISS sobre o franchising empresarial, seja porque se trata de um modelo de cessão de negócio jurídico, seja em razão da multiplicidade das atividades envolvidas em seu contrato que não podem, sob pena de descaracterização do instituto jurídico, serem reduzidas a um mera prestação de serviços.

Até lá, os contribuintes que desejarem se resguardar de uma possível modulação de efeitos de eventual decisão favorável precisarão ajuizar ações judiciais sobre o tema, pois, sendo mantida a tradição do STF nesse tipo de decisão, somente aqueles que já litigavam o tema até a data do julgamento estarão autorizados a recuperar os tributos recolhidos no passado.

1 Art. 1º Esta Lei disciplina o sistema de franquia empresarial, pelo qual um franqueador autoriza por meio de contrato um franqueado a usar marcas e outros objetos de **propriedade** intelectual, sempre associados ao direito de produção ou distribuição exclusiva ou não exclusiva de produtos ou serviços e também ao direito de uso de métodos e sistemas de implantação e administração de negócio ou sistema operacional desenvolvido ou detido pelo franqueador, mediante remuneração direta ou indireta, sem caracterizar relação de consumo ou vínculo empregatício em relação ao franqueado ou a seus empregados, ainda que durante o período de treinamento.

2 BITTAR, Carlos Alberto. Contratos Comerciais de Acordo com o Novo Código Civil. 4ª ed. rev., atual. e ampl. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2005. Pg. 209.

3 " (...) O contrato de franquia é de natureza híbrida, em face de ser formado por vários elementos circunstanciais, pelo que não caracteriza para o mundo jurídico uma simples prestação de serviço, não incidindo sobre ele o ISS. Por não ser serviço, não cons-

ta, de modo identificado, no rol das atividades especificadas pela Lei nº 8.955/94, para fins de tributação do ISS. (...)" STJ, AgRg no Ag 746.597/RJ, Rel. Ministro JOSÉ DELGADO, PRIMEIRA TURMA, julgado em 16/05/2006, DJ 08/06/2006, p. 134.

4 Além do RE 603.136/RJ, há outros recentes julgados do STF que defendem a impossibilidade de incidência de ISS em contratos de franquia (ARE 1.184.969/PR, rel. min. Ricardo Lewandovski, Decisão Monocrática, j. 28.3.2019; ARE 1.050.089/SP, rel. min. Ricardo Lewandovski, Decisão Monocrática, j.12.6.17)

*Andrea Mascitto é sócia do escritório Pinheiro Neto

Continuação: STF definirá a incidência de ISS sobre contratos de franquia

Advogados.

*Tatiana Dratovsky Sister é associada do escritório Pinheiro Neto Advogados.

*Renato Henrique Caumo é associado do escritório Pinheiro Neto Advogados.

*Este artigo foi redigido meramente para fins de informação e debate, não devendo ser considerado uma opinião legal para qualquer operação ou negócio específico.

© 2020. Direitos Autorais reservados a PINHEIRO NETO ADVOGADOS

Unicamp assinou R\$ 133 milhões em contratos com empresas para pesquisa em 2019

Os dados foram divulgados pela Agência de Inovação Inova Unicamp, órgão da universidade responsável pela interação universidade-empresa com foco em inovação.

Em 2019, a Inova recebeu 119 comunicações de invenção e fez 67 pedidos de patentes ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial ([INPI](#)).

Entre as tecnologias com pedido de patente re-

quisitado em 2019 está a descrição de compostos que aumentam a imunidade e podem ser usados na produção de remédios que reduzem a carga viral e inflamação pulmonar em doenças respiratórias, especialmente a causada pelo vírus sincicial respiratório (VSR). A Unicamp divide a cotitularidade da tecnologia com a União Brasileira de Educação e Assistência, gestora da propriedade intelectual da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS).

Índice remissivo de assuntos

ABPI

3

Marco regulatório | INPI

6, 13

Direitos Autorais

7

Propriedade Intelectual

10