

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 24 de junho de 2020 às 08h01
Seleção de Notícias

Terra - Notícias | BR

Propriedade Intelectual

Inovação aberta revoluciona a forma como as empresas inovam e reduz tempo e custos para acessar mercados 3

G1 - Globo | BR

24 de junho de 2020 | Direitos Autorais

A conta chegou: Ecad e editoras cobram taxas de direito autoral em lives e irritam produtores .. 5
POP & ARTE

Metrópoles Online | DF

Patentes

Vem aí: cientistas brasileiros trabalham para criar tecido anti-coronavírus 9
ROBERTO WAGNER

Inovação aberta revoluciona a forma como as empresas inovam e reduz tempo e custos para acessar mercados



O termo "inovação aberta" foi criado em 2003 pelo professor Henry Chesbrough *da* Berkeley University e refere-se à colaboração entre organizações, indivíduos e entidades públicas objetivando criar processos, produtos e serviços inovadores compartilhando riscos e recompensas.

Em um mundo que a cada dia está mais conectado, a inovação aberta tem a vantagem de permitir às empresas mitigar riscos e reduzir os custos de seu processo de P&D (Pesquisa e Desenvolvimento), além de conduzir mais rapidamente as inovações ao mercado.

Ao inserir-se numa comunidade de *open* innovation, a exemplo da Inocrowd, a empresa tem acesso a muito mais tecnologias, habilidades, recursos e capital humano do que aquilo que já estaria disponível internamente.

A premissa da inovação aberta é a crença de que num mundo de conhecimento distribuído, as organizações não devem confiar apenas em pesquisas internas e podem se beneficiar imensamente da inovação com parceiros.

O Professor e Economista Diercio Ferreira, Gerente da Inocrowd Brasil afirma que "*a* sinergia entre ideias externas e internas reduz drasticamente os cus-

tos necessários para realizar projetos disruptivos. Assim, o risco embutido no processo para inovar de não se desenvolver produtos, serviços ou processos inovadores é mitigado e diluído entre todos os membros da crowd (multidão) não ficando concentrado numa única organização".

A inovação aberta também contribui para aproximar as empresas de sua base de clientes ajudando-as a explorar preferências, conhecimentos e ideias inovadoras e desta forma, além de promover uma imagem positiva, também disponibiliza uma diversidade de ideias e menores custos de P&D.

Atualmente, a inovação aberta tem sido mais amplamente explorada por grandes *players* globais, no entanto, sua abordagem é altamente benéfica para micros, pequenas e médias empresas e *start-ups* que geralmente não dispõem de muitos recursos para tocar grandes projetos de inovação.

Ao participar duma comunidade de inovação com investimento inicial muito baixo, essas pequenas e médias organizações superam as barreiras mercadológicas à entrada e acessam novos mercados que enfrentam menos restrições.

Maior velocidade nos processos de Pesquisa e inovação

A inovação aberta também contribui para que organizações acelerem o tempo de acesso a mercados. Uma empresa pode optar por adquirir tecnologia por meio do licenciamento interno ou comprar direitos de propriedade do que perder um tempo valioso no desenvolvimento de seu próprio produto ou serviço a partir do zero.

Como as plataformas de open innovation funcionam

Continuação: Inovação aberta revoluciona a forma como as empresas inovam e reduz tempo e custos para acessar mercados

Soraya Gadit, Fundadora e CEO da Inocrowd relata que "as abordagens convencionais até então utilizadas para inovar embutem o risco de tornarem-se lentas, de elevado custo e em muitos casos podem não atingir o resultado esperado. A Inocrowd através da inovação aberta está revolucionando radicalmente a maneira como as empresas inovam".

A plataforma da Inocrowd está integrada por inteligência artificial e *machine learning* e fornece uma metodologia para inovar comprovada e de baixo custo ajudando as empresas a adquirir um amplo leque de ideias, *insights* e soluções usando o conhecimento originado da multidão (crowdsourcing).

Os clientes empresariais da Inocrowd chamados de *seekers* (buscadores) aderem à plataforma trazendo problemas de inovação. Através da metodologia Inocrowd, os problemas de inovação são formatados como um desafio. Nos desafios são especificamente definidos os problemas de inovação, potenciais soluções, requisitos da **propriedade** intelectual e os prêmios para os solucionadores (*solvers*).

O desafio poderá ser postado de forma anônima ou não na rede Inocrowd para ser resolvido por uma rede integrada por 1.6000.000 solucionadores denominados *solvers* oriundos de importantes centros de pesquisa e universidades do globo ou a empresa (*seeker*) também pode postar desafios internos vol-

tados aos seus colaboradores e parceiros.

As empresas (*seekers*) avaliam as soluções em consonância com o edital do desafio e concedem prêmios como compensação pelos direitos de Propriedade Intelectual adquiridos.

A Inocrowd opera como rede de conhecimento e ecossistema de inovação originado na Europa e possui 9 anos de experiência neste segmento e através de sua metodologia atestada, ampla experiência e uma plataforma interativa permitiu que organizações como VW Autoeuropa, Bosch, NOS Telecom, Deustch TeleKom entre outras entidades encontrassem soluções para relevantes e urgentes problemas de inovação para rapidamente acessar mercados.

A Inocrowd dispõe de um índice de sucesso de 95% para os desafios postados na plataforma com tempo médio de 4 a 6 semanas para solucionar os desafios alocados.

Website: <https://inocrowd.com>

: Colunista do L! alerta para postura arrogante de Landim na gestão do Fla assistir Colunista do L! alerta para postura arrogante de Landim na gestão do Fla

A conta chegou: Ecad e editoras cobram taxas de direito autoral em lives e irritam produtores

POP & ARTE



Uniões de autores e editoras buscam taxas de até 10% por lives no YouTube, inclusive passadas. Compositores concordam, mas alguns produtores de sertanejo e pagode se opõem; entenda.

1 de 4; Gusttavo Lima em live no YouTube - Foto: Divulgação

Gusttavo Lima em live no YouTube - Foto: Divulgação

Depois das lives regadas a cerveja e churrasco, a conta está na mesa. O Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (Ecad) e a União de Editoras Musicais (Ubem) estão atrás de taxas que somam 10% por **direitos** autorais das músicas tocadas nas lives patrocinadas no YouTube.

A fatura incluiu até lives que já aconteceram. Ela divide o mercado. Os compositores, que devem receber o dinheiro arrecadado, concordam. Já produtores dos intérpretes das lives, especialmente do sertanejo e pagode, estão contrariados.

Como a cobrança é retroativa e as lives continuam, o valor está crescendo. A cada live que cai no YouTube, "os 10% aumentam", como diz a música de Maiara & Maraísa. "Aí cê me arreventa", poderiam dizer os empresários, ainda citando a música.

O G1 falou com diretores do Ecad e da Ubem, com o YouTube, com produtores e com compositores. A conta chegou assim:

As lives cresceram e ganharam patrocínios de grandes empresas. O Ecad, que representa os autores das músicas tocadas nas lives, procurou o YouTube para arrecadar **direitos** autorais. O YouTube alegou que já paga direitos por vídeos ao Ecad. E disse que os patrocínios das lives são pagos diretamente por empresas a produtores dos artistas, sem passar pelo site. Como esta renda extra das lives vai para os produtores dos artistas que fazem as lives, o Ecad está cobrando deles 5% de **direitos** autorais pelas músicas tocadas. A Ubem cobra mais 5%. Autores que estão com renda menor durante a quarentena comemoram a arrecadação. O Procure Saber, que representa diversos autores de MPB, diz ao G1 que a cobrança é correta. Alguns produtores, especialmente os que representam artistas de pagode e o sertanejo, que tiveram mais público e renda, dizem em anonimato ao G1 não concordarem com a taxa.

Como shows físicos não devem voltar tão cedo, a conta diz respeito ao passado e também ao futuro da música no Brasil. As lives foram uma luz inesperada no mercado em meio ao apagão da quarentena. Agora, um lugar ao sol vale mais do que nunca.

A parte do autor

O Ecad representa os direitos dos autores de músicas. Ele recolhe e repassa aos compositores o pagamento pela execução pública das músicas criadas por eles.

No **direito** autoral, autor é diferente de intérprete. Mesmo que um cantor toque uma música que ele mesmo compôs em um show, o promotor do evento deve pagar ao Ecad, que vai receber e distribuir o dinheiro aos autores.

Continuação: A conta chegou: Ecad e editoras cobram taxas de direito autoral em lives e irritam produtores

Em 2018, após uma briga na justiça, o YouTube passou a pagar aos compositores, via Ecad, 4,8% do seu faturamento pela execução das músicas nos vídeos. A taxa de 5% dos produtores de lives patrocinadas seria um acréscimo a este valor.

Essa cobrança extra é só para lives na **internet**. As transmissões de TV já estão cobertas por acordos anteriores com as emissoras, que também são produtoras dos programas.

E as editoras?

A editora musical é a empresa que administra o direito de uso de uma música. Ela cuida, por exemplo, da liberação de canções para a publicidade, que geralmente custa caro.

Nas lives patrocinadas, a associação de editoras entendeu que, por ser uma ação que envolve publicidade, os produtores deveriam pagar 5% do faturamento com anúncios, valor que será repassado aos autores e donos dos direitos.

'Mundo novo'

"Nesse mundo novo das lives, se a gente não fosse em frente com essa cobrança, os compositores não receberiam nada, só os intérpretes", diz ao **G1** Isabel Amorim, superintendente do Ecad.

Não que a taxa vá impedir a crise. "O Ecad recebe direitos por quase 6 mil shows por mês. Não tem tudo isso de live. A execução pública perdeu 50% de faturamento nos últimos meses. As lives não vão cobrir nem um pequeno percentual disso", diz Isabel.

2 de 4Marília Mendonça em sua primeira grande live no YouTube, no dia 8 de março - Foto: Caio Rocha/FramePhoto/Estadão Conteúdo

Marília Mendonça em sua primeira grande live no YouTube, no dia 8 de março - Foto: Caio Rocha/Frame Photo/Estadão Conteúdo

Não há cobrança para lives pequenas, sem patrocínio nem outra renda. O Ecad também dá desconto de 50% a lives que sejam beneficentes para o mercado da música ou com verba que cubra só montagem e cachê.

A assessoria do YouTube confirmou ao **G1** que foi procurado pelo Ecad e informou que os artistas podem fechar patrocínios diretos com marcas, exibidos sem participação do YouTube na receita. Foi essa informação que levou o Ecad a mirar os patrocinadores e promotores das lives.

Isabel diz que o mercado está aceitando a taxa, e que empresas que foram patrocinadoras e promotoras de lives já procuraram o Ecad para pagar. Mas, ao falar das cobranças retroativas, ela admite a falta de adesão imediata:

"A gente tem várias negociações. Não é uma coisa exatamente rápida. Até porque é novo para todo mundo. Então você começa uma conversa. Mas entendo que será pago, pois é justo para os compositores e eles precisam ser remunerados pelo trabalho."

'Setlist' da live

Outro problema: é preciso saber as músicas tocadas em cada live para pagar aos autores. O envio do "setlist" da live ainda é incerto. "A gente está em conversas com o YouTube para que eles enviem para a gente. É muito importante", diz Isabel.

Outro dado fundamental para definir o pagamento é o lucro de cada live com o patrocínio. Nesse caso, é preciso confiança. "O produtor da live é que declara", diz Michaela Couto, diretora executiva da Ubem.

Para Michaela, a taxa definida tem um objetivo simples: "Cumprir a missão das editoras de garantir a remuneração aos compositores pelo direitos devidos."

'Não acho justo'

Continuação: A conta chegou: Ecad e editoras cobram taxas de direito autoral em lives e irritam produtores

"Lógico que o Ecad ia crescer o olho nesse segmento, porque tem patrocinador, audiência alta. Já recebe da plataforma, mas agora quer cobrar do promotor ou patrocinador", diz um produtor do mercado sertanejo ao **G1**, que não quis se identificar.

O fato de o YouTube já pagar aos autores é a grande reclamação. "Eu não acho justo, pois eles já recebem da plataforma. Agora eles querem cobrar, vai diminuir patrocínio", afirma o produtor.

A cobrança ainda vem em um momento de certa resaca das lives, como o **G1** já mostrou.

"As lives já tiveram uma queda considerável de audiência. O formato acabou ficando muito de 'plástico', porque a galera quer ver o bastidor, o 'off' do artista. Quando vira show transmitido, como o próprio Ecad cita, fica repetitivo", ele diz.

O temor é de a cobrança esfriar o mercado em um momento difícil. "Isso somado à reabertura de alguns lugares, diminui o pessoal em casa e diminui a audiência da live. E com essas barreiras de cobrança, tende a diminuir mais ainda".

Outro produtor que já trabalhou com sertanejo e agora está no mercado de pagode, que também não quis ser identificado, diz: "Achamos uma cobrança indevida, pois é nosso canal de divulgação. É injusto ele cobrar muitas vezes do próprio autor da música".

Há um sentimento de que as equipes destes artistas desbravaram o mercado e agora estão sendo cobradas por isso. "A gente que corre atrás do patrocínio e eles querem uma fatia", diz o produtor de pagode.

3 de 4

Alexandre Pires, Thiaguinho, Pixote e Sorriso Maroto, donos das lives de pagodes mais vistas até agora -/figcaption>

No sentido horário: Raça Nega, Péricles, Alexandre Pires, Thiaguinho, Pixote e Sorriso Maroto, donos das lives de pagodes mais vistas até agora -/p>

Procure apoiar

A reação foi diferente fora dos escritórios que promovem as grandes lives. Compositores, claro, ficam aliviados com a renda extra - mesmo alguns que são intérpretes e realizam lives.

O Procure Saber, associação que reúne alguns dos principais compositores do Brasil, como Caetano Veloso, Gilberto Gil e Erasmo Carlos, defende a ação do Ecad.

Paula Lavigne, presidente da associação, produtora de Caetano, diz ao **G1**: "É normal que esse tipo de novidade desperte algumas dúvidas, mas na verdade o pagamento ao Ecad dos direitos de execução pública pelas lives é devido".

"O Ecad está cumprindo a sua obrigação de arrecadar em nome dos autores das músicas que são apresentadas nesses espetáculos ao vivo, que em muitos casos não foram compostas pelos artistas que estão se apresentando na plataforma", ela diz.

"O regulamento do Ecad prevê que nessas situações o critério aplicado é o custo musical, que pode levar em conta vários fatores, como o patrocínio, por exemplo", a produtora explica.

"Acredito que essa seja uma primeira reação de alguns, mas também estou certa de que todos en-

Continuação: A conta chegou: Ecad e editoras cobram taxas de direito autoral em lives e irritam produtores

tenderão como funcionam esses mecanismos de **direitos** autorais", finaliza Paula Lavigne. em São Paulo em 2015 - Foto: Marcelo Brandt/G1

4 de 4;Caetano Veloso e Gilberto Gil tocam e cantam juntos em São Paulo em 2015 - Foto: Marcelo Brandt/G1

Caetano Veloso e Gilberto Gil tocam e cantam juntos

Vem aí: cientistas brasileiros trabalham para criar tecido anti-coronavírus



Em testes de laboratório em São Paulo, o material foi capaz de eliminar 99,9% do vírus após dois minutos de contato. Um tecido de poliéster, algodão e micropartículas de prata em breve pode servir como mais uma estratégia de proteção contra o novo coronavírus. Pesquisadores brasileiros desenvolveram um material capaz de inativar o Sars-CoV-2 e pretendem lançar roupas anti-Covid-19 em julho. O estudo, feito por meio de uma parceria entre a empresa Nanox, da USP, e a espanhola Universitat Jaume I, conseguiu resultados impressionantes. Em testes de laboratório, o material foi capaz de eliminar 99,9% da quantidade do vírus após dois minutos de contato. O tecido é uma mistura de poliéster e algodão e contém micropartículas de prata na superfície, fixadas por meio de um processo de imersão e secagem. A técnica é chamada de pad-dry-cure. "Já entramos com o pedido de depósito de **patente** da tecnologia e temos parcerias com duas tecelagens no Brasil que irão utilizá-la para a fabricação de máscaras de proteção e roupas hospitalares", afirma Luiz Gustavo Pagotto Simões, diretor da Nanox, à Agência Fapesp. A intenção da empresa é lançar as roupas anti-Covid-19 já em julho. No primeiro momento, elas seriam destinadas apenas aos profissionais da saúde, que estão na linha de frente no combate ao novo coronavírus. Essas micropartículas de prata já eram fornecidas pela Nanox à indústria têxtil. A função

antibacteriana e fungicida, em tecidos, evita a proliferação de fungos e bactérias causadoras de mau cheiro. Laboratório Os pesquisadores contaram com amostras de Sars-CoV-2 dos dois primeiros pacientes diagnosticados com Covid-19 no Hospital Israelita Albert Einstein. Os experimentos foram realizados por duas equipes diferentes de pesquisadores e em dias distintos para que a análise do resultado fosse feita de forma "cega". A inativação de 99,9% das cópias do novo coronavírus foi ainda mais celebrada por conta da quantidade de vírus presente. "A quantidade de vírus que colocamos nos tubos em contato com o tecido é muito superior à que uma máscara de proteção é exposta. Mesmo assim, o material foi capaz de eliminar o vírus com essa eficácia", comemorou Lúcio Freitas Junior, pesquisador da USP. A intenção, agora, é identificar quanto tempo dura esse efeito antiviral nas micropartículas do tecido. Em casos de fungos e bactérias, eles foram eficazes até 30 lavagens. Os pesquisadores acreditam que esse período deve ser o mesmo em relação ao vírus.

Índice remissivo de assuntos

Propriedade Intelectual
3

Direitos Autorais
5

Patentes
9