

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 02 de julho de 2020 às 08h04
Seleção de Notícias

Terra - Notícias | BR

Marco regulatório | INPI

Por que o registro de marca deve ser o primeiro investimento de qualquer empresário? 3

BOL - Notícias | BR

02 de julho de 2020 | Direitos Autorais

Ecad opina sobre taxas de direito autoral nas lives: Pagamento essencial 4

A Folha Regional online | MG

Marco regulatório | INPI

Marca coletiva fortalece produção de banana em Delfinópolis 6
SAÚDE

Por que o registro de marca deve ser o primeiro investimento de qualquer empresário?



Para responder essa pergunta é preciso identificar quais são os bens tangíveis e intangíveis mais valiosos para as empresas hoje. Décadas atrás, os ativos físicos das empresas representavam maior parte do seu patrimônio. Hoje, entretanto, a situação é outra: o valor das maiores empresas é composto, majoritariamente, por ativos intangíveis, tais como as marcas dessas companhias. A situação no Brasil não é diferente. De acordo com o ranking da BrandZ Brasil, realizado pela WPP e Cantar, as 60 marcas mais valiosas do Brasil somaram U\$ 69,9 Bilhões em 2019. Diferentemente de bens físicos, as marcas não podem ser simplesmente substituídas. O valor da marca depende da reputação da empresa, que se consolida com anos de atuação no mercado. Por essa razão, o registro de marca é essencial para assegurar que esse ativo, fruto de anos de trabalho, permaneça na empresa. O registro no **INPI** é a única forma de garantir essa proteção. Afinal, o sistema de registro no Brasil é atributivo de direito, ou seja, a propriedade sobre a marca só é adquirida pelo registro, conforme define o art. 129 da LPI. O registro da marca pode ser feito de forma totalmente online. Por isso é recomendado que o empresário entre com o processo o mais rápido possível, garantindo a proteção da sua marca. Infelizmente hoje, 64% dos processos de registro protocolados sem um procurador são indeferidos pelo **INPI**. Por essa razão, recomenda-se a

contratação de serviços especializados. Nesse contexto, a startup **Marca Segura**, especializada em registro de marca, vem ganhando destaque no cenário nacional. Com uma plataforma totalmente online (www.registromarcasegura.com.br), a empresa consegue oferecer o serviço por um preço até 70% mais barato que o da concorrência. Em 2019, a empresa teve um crescimento de 240% em seu faturamento e planeja continuar em expansão pelos próximos anos.

Website: <http://www.registromarcasegura.com.br>

: Coronavírus: como a pandemia de covid-19 afeta nosso cérebro assistir Coronavírus: como a pandemia de covid-19 afeta nosso cérebro

Ecad opina sobre taxas de direito autoral nas lives: Pagamento essencial

Com todo o sucesso que as lives conquistaram desde o início da pandemia e da quarentena, não é de se estranhar que elas tenham virado uma importante fonte de renda para os músicos que, além de arrecadar doações, recebem patrocínios cada vez maiores para se apresentar ao vivo no YouTube e em outras plataformas.

Também é muito comum que esses artistas cantem, além de seus sucessos, músicas de outros artistas em suas apresentações. E é aí que entram o Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (Ecad) e da União Brasileira de Editoras de Música (Ubem), que buscam uma remuneração de 10% por **direitos** autorais de músicas tocadas nas lives patrocinadas.

Há alguns anos, os serviços de streaming já reconhecem a importância dos **direitos** autorais pela execução de músicas no ambiente digital, incluindo as lives. No entanto, em meio à pandemia, as lives patrocinadas por marcas assumiram destacada relevância para o meio artístico, inimaginável à época em que os contratos foram firmados com as plataformas de streaming

Ecad

A ideia por trás da cobrança dessas taxas é obter um percentual sobre a receita obtida pelas lives realizadas a partir de março, já que existe um investimento financeiro por parte das empresas que as produzem. "O pagamento é devido e deve ser feito pelo promotor ou responsável pela live", pontua o Ecad. Ou seja, no entender do órgão, o artista que promove a live ou mesmo a produtora deveria pagar o imposto.

Michaela Couto, diretora executiva da Ubem, explica que a remuneração por **direitos** autorais é fixa em 5% calculados pelo valor do patrocínio de cada live. Os outros 5% são destinados ao Ecad. "Tem sido

bastante positiva a resposta dos responsáveis pelas lives que temos tido contato. Queremos cumprir a missão das editoras de garantir a remuneração aos compositores pelos direitos devidos", defende.

O que diz o YouTube?

Procurado pelo **UOL**, o YouTube explicou que já tem acordos com o Ecad para o repasse de **direitos** autorais, mas os artistas, criadores e gravadoras também podem fechar patrocínios diretos com marcas para serem exibidos dentro do conteúdo, assim como acontece nas lives.

A cobrança dos 10% do Ecad e da Ubem não tem relação alguma com a plataforma. "São pagamentos distintos. A remuneração feita pela plataforma não contempla a live patrocinada como ela acontece atualmente", esclarece o Ecad.

É importante destacar que qualquer live com execução de músicas deve pagar **direitos** autorais e a responsabilidade deste pagamento é da plataforma de streaming que está dando suporte à transmissão. Caso a live seja patrocinada, existe uma cobrança distinta direcionada às empresas patrocinadoras.

Importância do pagamento

Diante da suspensão de shows e eventos, além de fechamento de cinemas, estabelecimentos comerciais como academias, hotéis e outros, o Ecad prevê que a arrecadação anual pode sofrer uma queda entre R\$ 330 milhões e R\$ 340 milhões. Essa queda pode ser levemente atenuada pela cobrança em cima das lives.

Oh My GIF from Antm GIFs

Este pagamento é essencial para que os autores sejam remunerados pela criação artística. O **direito** autoral é, muitas vezes, a única fonte de renda de muitos de-

Continuação: Ecad opina sobre taxas de direito autoral nas lives: Pagamento essencial

les e, por isso, o pagamento é de extrema importância para a sobrevivência de toda a classe artística. A indústria da música brasileira vive uma situação difícil e o impacto da pandemia do coronavírus está gerando um grande prejuízo

"É preciso ressaltar a importância de prestigiar, respeitar e remunerar a classe artística musical, que tem tido seu trabalho utilizado pelas plataformas, patrocinadores, promotores e público por meio das lives patrocinadas", defende o Ecad.

Bom senso

O cantor e compositor Jorge Vercillo, que realizou lives recentemente, acredita que tem que haver um equilíbrio nesta disputa pelas taxas de **direitos** autorais.

O caminho do meio é sempre de bom senso. Precisamos valorizar o compositor e a autoria de uma

grande música mas, também, não podemos cobrar valores que tornem inviáveis os shows e as lives. O caminho do bom senso é sempre o melhor para todos

O cantor Gustavo Lima, um dos artistas que tem tido mais audiência em suas lives do YouTube --o que se reverte em muita publicidade-- publicidade, foi procurado pelo **UOL**, mas não se manifestou sobre o assunto.

O **UOL** ainda entrou em contato ainda com representantes de grandes nomes da música, entre eles Luan Santana, Dilsinho, Matheus e Kauan e Zezé di Camargo e Luciano e não obteve um retorno.

A empresa responsável por assessorar Marília Mendonça, Bruno e Marrone, Maiara e Maraisa, Zé Neto e Cristiano, entre outros artistas também não respondeu à solicitação.

Marca coletiva fortalece produção de banana em Delfinópolis



Cultivo da fruta é o carro-chefe da agropecuária do município

A história da produção de banana em Delfinópolis, no sudoeste de Minas Gerais, começou em 1993. Naquele ano, desanimado com os baixos preços do café, um pequeno grupo de produtores resolveu investir no plantio da fruta como alternativa de renda.

Inicialmente, foram plantados 20 hectares. O início foi muito difícil, tanto do domínio das técnicas de condução da lavoura, como na comercialização. Além dos agricultores, o trabalho envolveu a Emater-MG, vinculada à Secretaria de Estado de Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Seapa), e a prefeitura municipal. "Foram muitas dificuldades, o que é normal no início de qualquer atividade. Não havia nada de fruticultura comercial no município", explica o engenheiro agrônomo da Emater-MG que participou da implantação da bananicultura no município, Sávio Marinho.

Com a persistência dos produtores, aliada às condições favoráveis da região, o cultivo da fruta prosperou. A textura do solo, a topografia, o clima quente e a disponibilidade de água para irrigação se mostraram ideais para a produção de banana. Além disso, o município está próximo de grandes centros consumidores. Atualmente, Delfinópolis é o segundo

maior produtor de banana de Minas Gerais, com aproximadamente 150 agricultores envolvidos na atividade, que é o carro-chefe do setor agropecuário do município.

Em 2019, a produção foi de 80 mil toneladas. A área ocupada com a bananicultura em Delfinópolis está em torno de 3,6 mil hectares, principalmente com a banana prata-anã. De acordo com a Emater-MG, neste ano, a estimativa é que a cadeia produtiva da fruta movimente R\$ 100 milhões no município.

A mais recente conquista dos bananicultores de Delfinópolis foi a obtenção da marca coletiva "Banana de Delfinópolis", no ano passado, registrada no **Instituto** Nacional de Propriedade Industrial (**Inpi**). A marca de produtos ou serviços provenientes de uma empresa representa uma coletividade. Esse é o caso de associações, cooperativas, sindicatos, entre outros.

O processo para a obtenção da marca coletiva foi uma articulação do Sebrae, Associação dos Produtores de Banana de Delfinópolis e Região (Adelba) e Emater-MG. O trabalho incluiu a mobilização de produtores e formação de um Conselho Curador da Marca para estabelecer um padrão de qualidade para a venda da banana com o selo "Banana de Delfinópolis".

"O trabalho para obtenção da marca aproximou os produtores associados. O lançamento do selo foi objeto de inúmeras matérias na mídia e foram criados sites da marca e da associação. Compradores nos procuraram a partir da divulgação destes sites", explica Sávio Marinho.

O produtor Marcelo Lemos Rusisca produz banana em Delfinópolis há 24 anos. Hoje tem uma área de 80 hectares. Ele conta que o trabalho para valorização da marca é lento e gradual. "Após a obtenção da marca,

iniciamos contatos e visitas a compradores para apresentar a qualidade da nossa produção e a garantia de fornecimento regular. Em Belo Horizonte, por exemplo, estivemos com dois grandes distribuidores da Ceasa da Região Metropolitana, que entregam bananas para os supermercados da capital", explica.

A banana de Delfinópolis e região é vendida atualmente para os estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, além de cidades mineiras como Belo Horizonte, Uberlândia e Uberaba.

Uso do selo

Todos os produtores de banana da Adelba têm direito de utilização da marca coletiva. Mas para usar o selo na hora de comercializar a fruta, é preciso seguir os padrões estabelecidos pelo Conselho Curador da Marca. São critérios relacionados a defeitos e danos que podem acontecer no campo e na hora da colheita, beneficiamento e embalagem. Existem também regras de apresentação da fruta, transporte e rastreabilidade.

Entre os critérios estabelecidos, a banana que recebe o selo não pode ter manchas causadas por queimaduras do sol ou por insetos como gafanhotos e traças. Frutos malformados também estão vetados.

As bananas devem ser lavadas e as caixas de madeira para embalagem são proibidas. A fruta só pode ser acondicionada em caixas de papelão ou plástico. A padronização das bananas para recebimento do selo também estabelece a homogeneidade do tamanho da

Continuação: Marca coletiva fortalece produção de banana em Delfinópolis

fruta, com calibre e comprimento mínimos.

A rastreabilidade deve ser garantida e informada na etiqueta. O transporte precisa ser feito em caminhões limpos e adequados para este tipo de mercadoria.

www.bananadedelfinopolis.com.br. Mais informações sobre a Adelba e a marca "Banana de Delfinópolis" estão nos sites www.adelba.agr.br

Eventos

Delfinópolis também se tornou referência de encontros e eventos técnicos ligados à produção de banana. Em 2011, o município começou a receber uma etapa anual do Circuito Frutificaminas, promovido pela Emater-MG. O Frutificaminas promove uma série de palestras técnicas, em regiões estrategicamente escolhidas, para motivar, estimular e disponibilizar informações técnicas e conjunturais aos produtores rurais mineiros no segmento da fruticultura.

O município também já promoveu por três anos, desde 2017, a Feira da Banana, uma parceria entre Emater-MG, prefeitura, Sebrae e a Adelba. A feira, que este ano foi suspensa por causa da pandemia da Covid-19, reúne exposição de máquinas, equipamentos e insumos, além de palestras, mesas redondas e dia de campo.

Assessoria de Comunicação - Emater-MG

Jornalista responsável: Marcelo Varella

Índice remissivo de assuntos

Marco regulatório | INPI
3, 6

Direitos Autorais
4