

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 08 de março de 2023 às 07h57
Seleção de Notícias

Estadão.com.br - Últimas Notícias | BR

Entidades

Por que as mulheres estão deixando os escritórios de advocacia? 3

O Globo Online | BR

07 de março de 2023 | Direitos Autorais

Mulheres recebem apenas 10% dos direitos autorais na música brasileira, mostra estudo 5
NELSON LIMA NETO

Blog Lorena Bueri - R7 | BR

07 de março de 2023 | Pirataria

Brasil deixa de arrecadar R\$ 410 bilhões por conta do mercado ilegal em 2022 6

Fator Brasil - Online | BR

07 de março de 2023 | Marco regulatório | INPI

5 motivos para registrar sua marca e não correr o risco de perder o uso exclusivo 7

Teletime News | SP

07 de março de 2023 | Pirataria

Depois das TV box, Anatel mira pirataria em sites e apps com novo convênio com a Ancine 8

Por que as mulheres estão deixando os escritórios de advocacia?

Em todos os setores da economia, o pilar social do ESG - Environmental, Social and Governance, focado nas questões de diversidade e inclusão, está na pauta das grandes Organizações, que trabalham em uma série de compromissos, metas e indicadores para acompanhar os avanços sobre o tema.

O movimento global vem dando sinais claros que seguirá firme nesse sentido. Exemplo relevante vem do mercado de capitais, quando a SEC - Securities and Exchange Commission aprovou a proposta apresentada pela Nasdaq para impor às empresas listadas naquela bolsa a divulgação de informações sobre diversidade em seus conselhos de administração. Na mesma linha, a CVM - Comissão de Valores Mobiliários aprovou normativa para a divulgação de informações sobre gênero e diferenças de remuneração, entre outros critérios de diversidade, nos quadros das companhias abertas no Brasil.

O modelo está sendo chamado de "pratique ou explique", cuja premissa não é impor às empresas adesão obrigatória por meio de regulação, mas estimulá-las a adotar recomendações referentes à governança corporativa. Com isso, as companhias podem explicar o que ainda não conseguem praticar.

Sob a perspectiva de negócios, os resultados positivos já são mensuráveis e apontam que empresas com programas consolidados de diversidade e inclusão aumentam seus ganhos financeiros, alavancam sua reputação e melhoram performance em inovação e transparência. Está claro, portanto, que diversidade representa melhor resultado.

Porém, no recorte de gênero, a diversidade vem se revelando um desafio para o mercado jurídico, em especial para os escritórios de advocacia. Abordaremos algumas pesquisas nesse artigo que demonstrarão isso.

No Brasil, mercado que representa cerca de 150 bilhões de reais por ano, as mulheres advogadas estão nas bases das bancas e na condução de determinadas práticas jurídicas, porém distantes ainda dos cargos de alta liderança. Em pesquisa de 2021, realizada pelo Anuário Análise Advocacia e contemplando 192 escritórios do país, conclui-se que 80% das bancas contam com mulheres à frente de áreas estratégicas, mas apenas 36% possuem mulheres ocupando a posição de CEOs ou Sócia-Presidente.

Continua após a publicidade

Nos EUA, mercado mais relevante do mundo com estimativa de 127 bilhões de dólares por ano (considerando apenas a receita dos 100 maiores escritórios), pesquisa da [American Bar Association](#) apontou que pelo sexto ano consecutivo, as mulheres superaram os homens em números de estudantes nas salas de aula das faculdades de direito.

Embora esses números sejam promissores, foi detectada uma preocupante tendência no mercado norte-americano: as mulheres advogadas estão deixando os grandes escritórios de advocacia.

Essa foi a conclusão da consultoria de inteligência jurídica Leopard Solutions, quando ao trabalhar no fechamento de seus relatórios sobre contratações e desligamentos no setor da advocacia no ano passado, percebeu que um expressivo número de mulheres deixou suas posições em grandes escritórios de advocacia - as chamadas "Big Law Firms" - no ano anterior.

Durante a análise dos desligamentos dos 200 maiores escritórios de advocacia norte-americanos, comparando os anos de 2021 e 2022, a consultoria percebeu que cerca de 2.500 mulheres haviam deixado suas posições. Mas curiosamente, a consultoria não conseguiu interpretar a partir dos dados co-

letados qual era o destino dessas profissionais, já que elas não reingressaram nos mais de 4.000 escritórios ou 8.000 empresas que a consultoria acompanha.

A Leopard resolveu então debruçar-se sobre esse mistério, dedicando-se a pesquisar especificamente essas mulheres advogadas que saíram das Big Law Firms para entender o que as motivou a tomar a decisão de desligamento. Incentivaram também que essas mulheres escrevessem comentários sobre suas próprias experiências.

As preocupações com a maternidade ou constituir uma família não foram as molas propulsoras das escolhas dessas mulheres. A maioria delas - cerca de 70% - responderam que o fato de ser mãe e ficar com os filhos tinha pouco ou nada a ver com a decisão de deixar suas posições como advogadas.

A pesquisa revelou que um dos pontos cruciais da decisão foi a falta de apoio e oportunidades de crescimento em seus escritórios de advocacia. Mais de 70% responderam que se sentiam excluídas das oportunidades de progressão de carreira. Ainda, a pesquisa concluiu que no início de suas carreiras, mais da metade das mulheres desejavam se tornar sócias dos escritórios de advocacia, mas no meio dessa jornada, percebiam que mesmo fazendo sólidas entregas, não teriam oportunidades de ocupar posições mais altas.

Continua após a publicidade

Para nós - mulheres que ocupam espaços de liderança nesse mercado - o grande insight dessas pesquisas é que a cultura dos escritórios de advocacia está afastando as mulheres advogadas. Não é a falta de acesso ao ensino superior, não são os filhos, a família ou a jornada de trabalho.

Os escritórios de advocacia brasileiros precisarão de uma estrutura de governança mais robusta para en-

Continuação: Por que as mulheres estão deixando os escritórios de advocacia?

dereçar essa questão. Para além da atratividade e retenção de talentos, os escritórios não conseguirão atender as demandas dos clientes que praticam abordagens mais maduras sobre o tema, como a exigência de divulgação de dados a respeito de seus programas de diversidade e a adoção de parâmetros dessa natureza como critério para escolha dos fornecedores. Invariavelmente, a falta de ação resultará em perda de receita.

Vale mencionar que a pesquisa da Leopard Solutions também apresenta propostas de melhoria colhidas a partir das experiências reais de algumas mulheres que exercem funções de liderança em grandes escritórios de advocacia nos EUA.

Fazendo uma leitura voltada para o mercado brasileiro, acreditamos que as estratégias de melhoria mais significativas consistem em: 1. Propiciar para as mulheres advogadas oportunidades de crescimento, dando a elas espaço na exposição para os clientes e reconhecendo seu sucesso; 2. Capacitar as lideranças para que vieses de gênero não afetem processos de progressões de carreira; 3. Dar para as mulheres um assento à mesa, para que elas possam tomar decisões-chave que levem em conta perspectivas sobre como todas as advogadas do time serão afetadas por tais deliberações.

Esses diálogos corporativos se tornaram necessários para a perenidade dos escritórios de advocacia no Brasil. Sigamos em frente.

*Camilla Jimene, sócia e CEO do Opice Blum, Bruno e Vainzof Advogados. Líder da área de Contencioso Digital do escritório

*Danielle Serafino, sócia do Opice Blum, Bruno e Vainzof Advogados. Líder das áreas de Legal Innovation, Legal Design, Startups e Tributário Digital do escritório

Mulheres recebem apenas 10% dos direitos autorais na música brasileira, mostra estudo

Do total distribuído em **direitos** autorais na música brasileira, apenas 10% é destinado a artistas mulheres. O dado integra a sexta edição do estudo "Por Elas Que Fazem a Música", realizado pela União Brasileira de Compositores (UBC), que será divulgado amanhã, o Dia Internacional da Mulher.

Entretanto, o relatório também mostra que, desde sua

primeira edição, em 2018, o número total de mulheres associadas à UBC apresentou um crescimento significativo, chegando a aumentar 151%. O levantamento pioneiro sobre a participação da mulher no mercado musical traz inúmeros dados comparativos e retrata a, ainda existente, desigualdade de gênero no Brasil.

Brasil deixa de arrecadar R\$ 410 bilhões por conta do mercado ilegal em 2022

Comércio ilegal quadruplicou a perda de arrecadação de impostos no Brasil em 2022, setor de vestuário é o mais impactado, revela relatório da Receita Federal.

Em 2014, o Brasil perdia para o mercado ilegal cerca de R\$ 100 bilhões, mas no último levantamento feito em 2022 esse número mais do que quadruplicou, chegando a R\$ 410 bilhões segundo o Fórum Nacional contra a **Pirataria** e Ilegalidade (FNCP).

Setor de Comércio é o mais prejudicado pelo comércio ilegal. (Reprodução/Pexels)

Segundo o levantamento, estima-se que a comercialização ilegal tenha resultado em uma perda de R\$ 129,2 bilhões em impostos arrecadados. Essa projeção é baseada na porcentagem tributária aplicável a cada produto, embora alguns casos apresentem dificuldades no cálculo dos valores.

No Brasil, os cigarros podem sofrer uma tributação de até 90%, de acordo com o estado. O produto liderou o contrabando no país, tendo cerca de 162 milhões de maços confiscados ao longo do ano de 2022, de acordo com relatório aduaneiro anual da Receita Federal.

No entanto, ao ser levado em conta o volume fi-

nanceiro, o dinheiro movimentado pelos cigarros no mercado ilegal no ano de 2022 foi equivalente a R\$ 10,4 bilhões, valor considerado baixo em comparação com outras mercadorias.

De acordo com o FNCP, o setor de vestuário é o mais impactado em termos de volume, sofrendo perdas que chegam a R\$ 84 bilhões, um aumento de 40% em relação ao ano de 2021. Em seguida estão as bebidas alcoólicas cujos desvios chegam a R\$ 72,2 bilhões.

Segundo o presidente do FNCP, Edson Vismona, as perdas não se limitam somente às questões econômicas, elas também afetam a competitividade da indústria nacional. Ao não pagarmos impostos em produtos ilegais, o ilegal fica mais barato provocando uma concorrência desleal que prejudica a geração de empregos formais para o povo brasileiro.

Dentre os setores mais afetados pelo mercado ilegal, destacam-se as bebidas alcoólicas (R\$ 72,2 bilhões), combustíveis (R\$ 29 bilhões), cosméticos e produtos de higiene pessoal (R\$ 21 bilhões), defensivos agrícolas (R\$ 20,8 bilhões), TV por assinatura (R\$ 12,1 bilhões) e cigarros (R\$ 10,5 bilhões).

Foto destaque. Mostruário de roupas. (Reprodução/Pexels)

5 motivos para registrar sua marca e não correr o risco de perder o uso exclusivo

No Brasil mais de 10 mil empresas são abertas por dia. De acordo com o Mapa de Empresas, elaborado pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC) em parceria com o Serviço Federal de Processamento de Dados (Serpro), só em 2022, o país registrou a abertura de 3.838.063 novos empreendimentos, o que representa um aumento de 14,1% em comparação com 2020.

Para garantir a prosperidade de uma nova empresa, muitos são os fatores que devem ser levados em consideração, como a criação de produtos e serviços inovadores, elaboração de um plano de negócios, estudo e mapeamento de mercado, plano de marketing e, por último, porém, não menos importante: o registro de marca.

A Vilage Marcas e Patentes traz 5 alertas importantes sobre o registro de marca: . Domínio e @ nas redes sociais não garantem o uso exclusivo: não registrar uma marca pode trazer problemas sérios, como perdê-la para outra pessoa ou empresa. Comprar o domínio do seu site e/ou correr para ser o primeiro a garantir o nome do perfil nas redes sociais não traz nenhuma garantia, muito pelo contrário, você pode ser notificado caso alguém registre sua marca antes de você. Por este motivo é tão importante que o registro de marca seja iniciado com a abertura da empresa para evitar aborrecimentos futuros.

. Não aposte na incerteza: infelizmente é bem comum que os empreendedores brasileiros deixem para registrar suas marcas após entender que seus negócios estão prosperando, porém, apostar na incerteza é caminho para o insucesso. Imagina só a catástrofe que seria trabalhar a credibilidade da sua marca por anos por meio da venda dos seus serviços e produtos, criar um vínculo com seu consumidor e descobrir que perdeu o registro da sua marca? É como ter que começar

do zero novamente!

. Proteja-se contra plágio: a discussão sobre plágio está muito mais presente no meio artístico e dos influenciadores digitais, mas é uma realidade no mercado brasileiro e requerer o depósito de uma marca junto ao **INPI** (Instituto Nacional da Propriedade Industrial) é a única forma efetiva de proteger sua marca do uso indevido e plágio.

. Novas possibilidades: ao receber e se tornar proprietário da marca, o empreendedor abre um leque de possibilidades de crescimento do negócio, como o direito de fazer licenciamento de produtos ou optar por franquiar o modelo de negócios, por exemplo, o que aumenta o alcance de mercado e possibilidades de atuação.

. Evite perda da marca: se sua marca for registrada por terceiros você pode ter seu site bloqueado e ainda receber uma notificação judicial solicitando a retirada de peças publicitárias, redes sociais e até produtos do mercado dentro de um curto período de tempo, o que pode significar uma crise irreversível para a prosperidade do seu negócio.

Não garantir e perder o uso exclusivo da sua marca é muito mais caro e complicado do que o processo de depósito dela no **INPI**. Se você ainda não registrou sua marca, corra enquanto há tempo!

. Por: Geisler Bosso, CEO da Vilage Marcas e Patentes. Com 36 anos de mercado, a Vilage Marcas e Patentes é uma empresa de proteção intelectual com atuação nacional e internacional. Com mais de 100 mil processos de marcas e patentes, a Vilage possui um sistema exclusivo de acompanhamento, em tempo real, do andamento de todos os seus processos de registro. | www.vilage.com.br

Depois das TV box, Anatel mira pirataria em sites e apps com novo convênio com a Ancine

A Anatel e a Ancine devem celebrar esta semana um novo acordo de cooperação que será a base para uma segunda etapa na estratégia das agências de combate à **pirataria** no mercado de TV por assinatura. A ideia é que, a partir de denúncias da Ancine (agência reguladora do mercado audiovisual) de infração de direitos de propriedade dos conteúdos audiovisuais distribuídos pelas redes de telecomunicações, a Anatel possa determinar aos operadores de banda larga o bloqueio dos IPs de onde os conteúdos estão sendo distribuídos, seja para sites na web, seja em aplicativos para smartphones.

Na primeira etapa, a Anatel adotou a estratégia de bloquear os IPs que permitem o funcionamento das caixas conectadas (TV box) não homologadas, sob a alegação de risco à integridade das redes de telecomunicações e à segurança cibernética dos usuários. Com isso, os conteúdos irregulares distribuídos por estes dispositivos, sobretudo canais de TV por assinatura comercializados de maneira pirata, passaram a ser bloqueados juntamente com as TV boxes. Os bloqueios estão em curso, à medida em que os IPs e caixas clandestinas são identificados. Mas a Anatel entendeu que, na primeira etapa, não po-

deria determinar o bloqueio de aplicativos e sites com conteúdos piratas por não ter poder de atuação em relação ao conteúdo.

Já a Ancine tem, por lei, atribuição de zelar pelo respeito ao **direito** autoral sobre obras audiovisuais nacionais e estrangeiras, conforme a MP 2.228/2001. No entendimento que tem sido construído pelas agências nos esforços de combate à **pirataria**, a Ancine poderia então acionar a agência de telecomunicações no caso de infração de direitos de transmissão de determinados conteúdos.

Essa segunda etapa do esforço de combate à **pirataria** não deve ser imediata, mas deve ser rápida. Um acordo entre as duas agências foi anunciado pela primeira vez em agosto do ano passado, durante o PAYTV Forum, evento organizado por este noticiário. Em dezembro, a Ancine alterou a sua abordagem na questão do combate à **pirataria**, focando-se exclusivamente na questão da **propriedade** intelectual.

Índice remissivo de assuntos

Entidades

3

Direitos Autorais

5, 8

Pirataria

6, 8

Marco regulatório | INPI

7

Propriedade Intelectual

8