

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 30 de maio de 2014 às 08h36
Seleção de Notícias

Monitor Mercantil Digital | RJ

Marco regulatório | INPI

Marcas pela internet 6

Portal iG | BR

Direitos Autorais

Com Uno Rua, Fiat pega carona na Copa do Mundo 8

Revista Globo Rural Online | BR

Inovação

Embrapa lança três novas cultivares de soja na Bahia Farm Show 10
SOJA

Universo Jurídico | BR

30 de maio de 2014 | Direitos Autorais

Mantida condenação por venda de CDs e DVDs piratas 12

Marco regulatório | Anvisa

Anvisa e Fiocruz divergem sobre controle de antibióticos 13

Brasil Econômico | BR

30 de maio de 2014 | Patentes

Microsoft e Salesforce.com anunciam acordo global 14
EMPRESAS

Correio Braziliense | BR

30 de maio de 2014 | Direitos Autorais

CURTAS 15
CIDADE

Diário Catarinense | SC

30 de maio de 2014 | Marco regulatório | INPI

"ROBERTO ALVES" 17
ROBERTO ALVES

Época Negócios - Online | BR

Marcas

A Puma está correndo por fora 19

Extra Online | RJ

Direitos Autorais

Richemont, dona da Cartier e Montblanc, quer derrubar sites que vendem imitações no Reino Unido 22

Folha de S. Paulo | BR

30 de maio de 2014 | Marco regulatório | Anvisa

Agência propõe acelerar pesquisa com medicamentos 23
CIÊNCIA & SAÚDE

Folha do Maranhão Online | MA

Direitos Autorais

Comissão pode votar projeto que determina auditorias nas contas do Ecad 24
POLÍTICA

Jornal da Paraíba - Online | PB

30 de maio de 2014 | Inovação

Provende debate marketing digital 25

Jornal de Piracicaba | SP

Direitos Autorais

Polícia Civil prende 77 em megaoperação 26

Jornal do Commercio RJ | RJ

30 de maio de 2014 | ABPI

Enfoque Jurídico 28
DIREITO & JUSTIÇA

O Estado - Online | CE

Marco regulatório | Anvisa

Anvisa discute liberação de substância derivada da maconha 30
NACIONAL

O Globo | BR

30 de maio de 2014 | Pirataria

Patrícia Kogut 31
PATRÍCIA KOGUT

Valor Econômico | BR

30 de maio de 2014 | Inovação

Pesquisadores desenvolvem projeto inovador 34
ESPECIAL - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

Agência Senado | BR

Direitos Autorais	
Comissão pode votar projeto que determina auditorias nas contas do Ecad	36
Blog Luis Nassif BR	
Direitos Autorais Direito da Personalidade	
Justiça de Goiás condena Globo a indenizar homem que apareceu em videocassetada	37
<small>LUÍS NASSIF</small>	
Brasil Economico - Online BR	
Pirataria	
Spotify elege a pirataria como a sua principal rival no país	39
<small>NOTÍCIAS</small>	
CenárioMT MT	
Marcas	
Fifa proíbe jogadores de faturar nas redes sociais na Copa	41
<small>ESPORTES</small>	
Folha.com BR	
Direitos Autorais	
Ex-integrantes do Legião Urbana se manifestam contra novo site da banda	42
<small>ILUSTRADA</small>	
G1 - Globo BR	
Pirataria	
Polícia apreende CDs e DVDs piratas que seriam vendidos em Petrópolis	44
Pirataria	
Homem é preso com 2,4 mil mídias piratas no centro do Gama, no DF	45
Pirataria	
Três ambulantes são presos no DF suspeitos de vender mídias piratas	46
JB Online BR	
Marcas	
Fifa proíbe marketing em redes sociais durante a Copa	47
<small>ESPORTES</small>	
MSN Notícias BR	
Marco regulatório Anvisa	
Cientistas fazem apelo à OMS em defesa dos cigarros eletrônicos	48
<small>BRASIL</small>	
O Globo Online BR	
Marcas	
Marcas de empresas não patrocinadoras da Copa podem impedir acesso a jogos	50
<small>DEFESA DO CONSUMIDOR</small>	

Marcas	
Na Copa, torcedor que for ao estádio deve ficar atento a regras de propaganda da Fifa	52
<small>DEFESA DO CONSUMIDOR</small>	
Marco regulatório INPI	
Dado Villa-Lobos e Bonfá 'indignados' com o novo site da Legião Urbana	54
<small>CULTURA</small>	
Pirataria	
Richemont, dona da Cartier e Montblanc, quer derrubar sites que vendem imitações no Reino Unido	56
<small>ECONOMIA</small>	
30 de maio de 2014 Pirataria Biopirataria	
Extinção de espécies está dez mil vezes mais veloz do que se imaginava, alerta pesquisa	57
<small>CIÊNCIA</small>	
O Tempo Online MG	
Direitos Autorais	
Ex-integrantes da Legião Urbana se manifestam contra site da banda	59
R7 BR	
30 de maio de 2014 Patentes	
China acusa EUA de mentirem sobre ciberespionagem como fizeram sobre Iraque	61
<small>INTERNACIONAL</small>	
UOL Notícias BR	
Marco regulatório INPI	
Operação em favor da Fifa tem 15 prisões e toneladas de material apreendido	62
<small>REDAÇÃO</small>	
30 de maio de 2014 Pirataria Biopirataria	
Governos de Lula e Dilma aderiram à agenda da direita mais retrógrada	65
<small>ROBERTO FREIRE</small>	
Vale do Ivinhema MS	
Marco regulatório INPI	
Operação em favor da Fifa tem 15 prisões e toneladas de material apreendido	67
Veja.com BR	
Marcas	
Fifa proíbe jogadores de faturar nas redes sociais na Copa	70
<small>ESPORTES</small>	

Marcas pela internet

Houve aumento dos pedidos de marcas feitos pela internet?

Os pedidos de marcas feitos pelo site do Instituto Nacional da Propriedade Industrial **INPI**, por meio do e-Marcas, via internet, já atingiram o patamar de 96% a mais que o normal, tendo em vista que, agora, há a possibilidade de peticionar com a especificação específica e por escrito, de acordo com registros da autarquia. De forma muito rápida, o sistema eletrônico vem substituindo o papel.

O processo de pedido de marca digital é mais simples?

Vale lembrar que o processo de depósito pela internet, além de muito mais simples, prático e menos burocrático, é menos custoso ao depositante. Todavia, há certas atividades que ainda não foram inseridas pela classificação de marcas, que, neste caso, há a opção de livre especificação.

Como registrar uma marca pela internet?

Os interessados em registrar suas marcas pela internet devem cadastrar-se no link do e-**INPI** definindo login e senha, o qual será utilizado para emitir a guia de pagamento no valor de R\$ 355,00 para as pessoas jurídicas e R\$ 142 para pessoas físicas, entidades sem fins lucrativos, microempresas, entre outros. Após o pagamento da taxa, basta acessar o e-Marcas para preencher e enviar o formulário eletrônico.

Quais são as características de uma boa marca?

Devemos lembrar que a marca é a imagem e a identidade do negócio, vital para o sucesso de qualquer

empresa, independente do porte ou segmento. Marcas fortes geram credibilidade, afinal os clientes são levados por uma espécie de tendência para consumirem mais e mais um determinado produto ou adquirirem um serviço. Vale lembrar que, mais importante do que uma marca lembrada, é uma marca relevante para o consumidor. Ninguém volta a um restaurante onde a comida é ruim ou houve maus tratos por parte de um garçom, correto? A primeira impressão é sempre a que fica! Marcas fortes geram confiança, estabilidade, crédito, aproximação. É como se essas marcas desenvolvessem uma espécie de atalho na hora da venda, se consolidando, conquistando os clientes e perpetuando-se durante anos.

Uma marca tem validade em todo o Brasil?

Uma vez registrada a marca, ela terá validade e eficácia nacional. A Lei nº 9.279/1996 tem como regra principal conceder a exclusividade da marca para quem primeiro fizer o pedido de registro. Mas vale uma ressalva: independente do papel ou da internet, para registrar uma marca, a melhor alternativa, sem dúvida, é buscar um profissional especializado no assunto marcas. Se a pessoa optar por registrá-la sozinha, é altamente recomendável conhecer todos os procedimentos legais e mecanismos de pesquisa. Caso contrário, há o risco de, no final, se perder tudo. E, nessa ocasião, não há volta: tempo e dinheiro serão jogados fora.

Como escolher o profissional que fará o registro da marca?

É aconselhável ter muito cuidado na hora de escolher o profissional que fará o registro da marca, o qual deve ter, obrigatoriamente, o conhecimento da lei, experiência na área e ciência dos requisitos de análise

Continuação: Marcas pela internet

da autarquia responsável. Um bom profissional não somente requer o pedido. Ele também tem a responsabilidade de entregar a marca concedida. Cabe somente a autarquia **INPI** - analisar o depósito da marca. E cabe ao profissional especializado e idôneo nortear a decisão do empresário e o assessorá-lo ver-

dadeiramente, sem embustes ou na criação de falsas expectativas.

Fonte: Cone Sul Assessoria Empresarial.

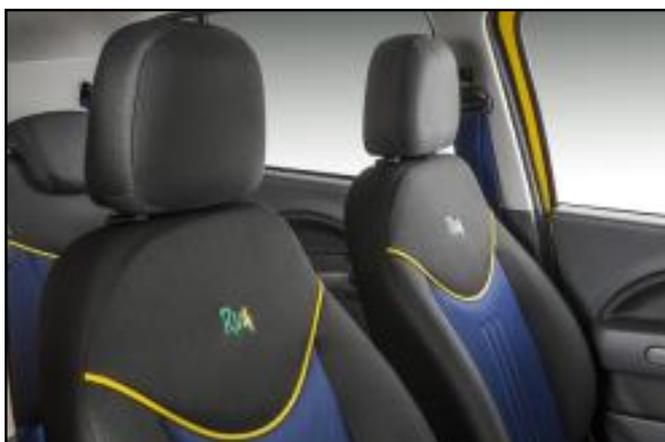
Com Uno Rua, Fiat pega carona na Copa do Mundo



Fiat Novo Uno Rua src=/fotos/2014/70_47/uno_rua_0011_70_47.jpg



Fiat Novo Uno Rua src=/fotos/2014/70_47/uno_rua_0024_70_47.jpg



Fiat Novo Uno Rua src=/fotos/2014/70_47/uno_rua_0026_70_47.jpg

Novo Uno Rua: alusão à Copa do Mundo sem ferir **direitos autorais**

Com duas rivais como patrocinadoras da **Copa do Mundo**, a **Fiat** encontrou uma forma diferente de pegar carona no evento, o mais assistido no globo e que começará em duas semanas. A montadora lançou uma série especial do Uno Vivace 1.0 4 portas com o sobrenome Rua. Segundo a marca, a ação faz parte da campanha Festa na Rua, que mostra torcedores com as cores do Brasil festejando um suposto jogo de futebol.

A estratégia da Fiat é bem clara: evitar contestações como a que fez a **Hyundai** desistir do mote do **Hexacampeonato a pedido da Volkswagen**. A montadora alemã, que é patrocinadora oficial da seleção brasileira, protestou contra a marca sul-coreana, que associou o aumento da garantia de cinco para seis anos à vitória do time na Copa. No caso da Fiat, não há citação direta ao evento ou mesmo à seleção, apenas as cores do Brasil.

Duas mil unidades

O Novo Uno Rua não difere muito de outras tantas séries especiais da Fiat: traz vários itens de série como ar-condicionado, direção hidráulica, desembaçador, travas e vidros dianteiros elétricos, além do visual personalizado que inclui costura do volante na cor amarela, bancos com detalhes azuis e amarelos e a inscrição Rua costurada. Por fora, além do logo com os mesmos dizeres, um aplique da bandeira brasileira e o nome 'Uno com as três cores' o modelo será vendido apenas nas cores branco e amarela.

```
.faixaSuperGaleria{ clear:both;float:left;margin-bottom:20px;width:100% }
.galeria-fck{ display:none; }
.galeria{ display:block;important;} #galeria .galleria-counter{ opacity:1!important } #galeria .galleria-info{ top:512px!important } #galeria .galleria-info-link{ display:none!important } /*Noticia*/ .faixa.no-
```

Continuação: Com Uno Rua, Fiat pega carona na Copa do Mundo



Fiat Novo Uno Rua src=/fotos/2014/70_47/uno_road_0027_70_47.jpg



Novo Uno Rua: alusão à Copa do Mundo sem ferir direitos autorais src=/fotos/2014/70_47/uno_road_0028_70_47.jpg



Fiat Novo Uno Rua src=/fotos/2014/70_47/uno_road_0030_70_47.jpg

ticia-header h2{text-transform:none!important}
.noticia-header .barra-superior {border-bottom:1px
solid #EEEEEE;clear:bot-
h;height:21px;margin-bott om:10px} .no-
ticia-header .barra-superior p
{color:#EEEEEE;float:l eft;font:12px/21px arial
!important} .noticia-header .barra-superior p strong
{color:#333;font:bold 12px arial !important} .no-
ticia-header .barra-superior p cite {co-
lor:#333;font:12px arial !important}

A Fiat estipulou um total de duas mil unidades à ven-
da por R\$ 33.590, desde que a Volks e a Hyundai não
reclamem.

Embrapa lança três novas cultivares de soja na Bahia Farm Show

SOJA



soja_sementes_cerrado (Foto: Teresa Raquel Bastos/Ed. Globo)

Sementes são ideais para refúgio, que ajudam a preservar a eficácia da proteína BT

Durante a décima edição da Bahia Farm Show, feira de tecnologia agrícola voltada aos produtores da região oeste da Bahia e proximidades, a Embrapa Cerrado e a Fundação Bahia apresentam três novas cultivares de soja desenvolvidas especialmente para o bioma do cerrado.

Os mais de dois milhões de hectares destinados à agricultura da região estão no foco da Embrapa para desenvolver o programa de manejo fitossanitário, que ajuda a controlar o ataque de lagartas como a temida *Helicoverpa ssp* e a combater os nematoides da galha. Para isso, as três novas sementes vão ser fundamentais no combate dessas pragas e no desenvolvimento de áreas destinadas a refúgio da soja.

As variedades são BRS 7980 (convencional), BRS 8180RR e BRS 8280RR (transgênicas) e com elas, será possível a preservação da proteína BT, presente nas sementes muito utilizadas por produtores hoje. Por terem ciclo parecido com o da tecnologia BT, as plantas das novas cultivares se desenvolvem ao tempo que a planta BT cresce, e com isso o ciclo da la-

garta também é o mesmo.

De acordo com a Embrapa, quando há o cruzamento das mariposas distintas, presentes nas duas plantações, é gerada uma cria não-resistente aos inseticidas e às proteínas presentes nas plantas BT, o que faz com que a praga seja derrotada mais facilmente e que haja perpetuação da tecnologia BT como opção resistente na lavoura. As novas cultivares também se mostram resistentes aos nematoides, outro grande problema na região.

Produtividade Além de combater pragas, há um diferencial nas novas sementes: elas também são boas na produtividade. De acordo com Sergio Abud da Silva, supervisor de **transferência de tecnologia** da Embrapa, o desempenho das sementes chegou a 67 sacas por hectare. Por ter uma boa produtividade por hectare, os produtores não terão prejuízo ao fazerem refúgio por ter um grande volume a ser colhido também nessa área, sem contar que reduzirá perdas na plantação de sementes BT com o combate a pragas, explicou.

Sergio afirma que, com o aumento da plantação do tipo BT no cerrado, cada vez mais é preciso reforçar as áreas de refúgio, que por não serem obrigatórias, acabam sendo deixadas de lado. A Embrapa vem batendo forte nessa tecla de incentivar produtores a fazerem o manejo fitossanitário para lavouras mais sustentáveis. Os produtores têm tido dificuldades de acharem sementes com ciclos parecidos com o do BT para realizarem o refúgio de forma correta, além de eles não se sentirem estimulados a fazer por não encontrarem uma tecnologia que tenha boa produtividade também. Essas novas cultivares vêm para ajudar a solucionar esse problema e levar esse produto com preço acessível a quem busca essa tecnologia.

Os resultados do uso dessas sementes resistentes não melhoram só os resultados na soja, mas em todas as culturas. Com um controle de pragas no grão, há benefícios também para safras posteriores de milho e especialmente algodão, que por ter ciclo mais longo, acaba sofrendo as conseqüências de pragas herdadas das outras plantações que aconteceram no solo. Não dá mais para confiar o controle de pragas só em inseticidas se podem usar a tecnologia das sementes a

Continuação: Embrapa lança três novas cultivares de soja na Bahia Farm Show

favor, finalizou Sergio.

*A jornalista viajou a convite da organização da Bahia Farm Show.

Por Teresa Raquel Bastos, de Luis Eduardo Magalhães (BA)*

Mantida condenação por venda de CDs e DVDs piratas

Por unanimidade, os desembargadores da 1ª Câmara Criminal negaram provimento a uma apelação interposta por C.O.A. contra sentença que o condenou a dois anos de reclusão e ao pagamento de 10 dias-multa pela prática do crime de violação de **direitos autorais** na forma qualificada (venda de CD e DVD piratas), previsto no art. 184, §2º, do Código Penal.

Requer sua absolvição pela aplicação do princípio da insignificância e alega que não houve lesão significativa ao bem juridicamente tutelado, por ser tal prática socialmente aceita.

Consta dos autos que no dia 9 de julho de 2011, por volta das 21h30, na Av. Mato Grosso esquina com Rua Ceará, em Campo Grande, C.O.A. foi surpreendido por policiais militares quando expunha e vendia 1.100 cópias de CDs e DVDs de títulos diversos.

Citando o art. 184, §2º do Código Penal, a Desa. Maria Isabel de Matos Rocha, relatora do processo, lembrou que o princípio da insignificância é importante instrumento de política criminal, na medida em que exclui a tipicidade daquelas condutas que não afetam de modo importante o bem jurídico tutelado pela lei penal, porém também é certo que não se pode ge-

neralizar sua aplicação.

"No caso presente, há direitos envolvidos na divulgação da obra que podem ser ofendidos, particularmente quando ocorre a reprodução e comercialização indevida de um ato intelectual, artístico ou mesmo material de alguém. Ora este tipo de trabalho não pode ser mensurado como de maior ou menor valia, maior ou menor significação, maior ou menor importância, a não ser pelo próprio criador ou por quem lhe empreste valor de mercado. (?) A prática delitiva não só atinge os **direitos autorais**, mas prejudica os empresários que ainda os respeitam e se recusam a adquirir produtos falsificados, pois implica em concorrência desleal, pelo preço abaixo do preço de mercado. Ademais, no caso dos autos há de se ressaltar que se trata da apreensão de 1.100 DVD's e CD's falsificados, que não é quantidade pequena e irrelevante para aplicar o princípio da insignificância. Ante o exposto, nego provimento ao recurso mantendo a sentença condenatória lançada", votou a relatora.

Processo nº 0049388-73.2011.8.12.0001

Secretaria de Comunicação Social - imprensa@tjms.jus.br

Anvisa e Fiocruz divergem sobre controle de antibióticos

A **Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa)** e a Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz) divergem sobre novas regras de controle da venda de antibióticos no Brasil. O assunto foi discutido hoje em audiência pública da Comissão de Seguridade Social e Família. Um projeto que veio do Senado Federal (PL 6492/06) submete os antibióticos a um controle sanitário especial, como ocorre hoje com medicamentos psicotrópicos. Atualmente, uma resolução da **Anvisa** que exige um receituário especial, mas não tão restritivo quanto o Senado quer impor. A venda indiscriminada de antibióticos é uma das responsáveis pelo surgimento de superbactérias. A ge-

rente da Farmacovigilância da **Anvisa**, Márcia Gonçalves de Oliveira, é contra essa restrição maior. Segundo ela, um controle maior vai privar o paciente do acesso a esses remédios. O assessor da Vice Presidência de Produção e Inovação em Saúde da Fiocruz, Jorge Carlos Santos da Costa, no entanto, é a favor de uma restrição maior e elogia o controle atual. Entre 2011 e 2013, a venda de antibióticos caiu de 61 milhões de caixas para 55 milhões. O presidente da Comissão de Seguridade Social, deputado Amauri Teixeira (PT-BA), afirmou que o projeto que altera esse controle será votado em duas semanas.

Microsoft e Salesforce.com anunciam acordo global

EMPRESAS

Parceria prevê a integração entre os sistemas e aplicações das duas companhias

Moacir Drska

Na dinâmica do mercado de tecnologia da informação (TI), não é raro encontrar empresas que travam disputas ferrenhas ao longo de sua trajetória para em outros momentos se aliarem como as melhores companheiras. Batizada com o termo "coopetição", essa vertente teve mais um bom exemplo ontem. Protagonistas de batalhas que envolveram desde campanhas publicitárias até acusações de violações de **patentes** na última década, as americanas Microsoft e Salesforce.com anunciaram um acordo global de cooperação e integração entre soluções de seus respectivos portfólios. Os termos financeiros da parceria não foram revelados.

Entre outras questões, com a parceria, as empresas e os usuários dos aplicativos e softwares de gestão de relacionamento com o cliente (CRM, na sigla em inglês) da Salesforce.com passam a poder acessar essas tecnologias a partir de qualquer dispositivo baseado no Windows e no Windows Phone, sistemas ope-

racionais da Microsoft. Ao mesmo tempo, essas aplicações passam a ter integração com Office 365, versão na internet do pacote de programas de produtividade e de colaboração da Microsoft.

"Estamos muito animados em trabalhar juntos. A idéia por trás desse acordo é simples. Queremos ajudar os clientes a extrair mais valor da tecnologia, para que eles possam ser mais produtivos e colaborativos, estejam eles onde estiverem", afirmou Satya Nadella, executivo-chefe da Microsoft. "O foco é realmente colocar nossos clientes em primeiro lugar", completou Marc Benioff, executivo-chefe da Salesforce.com. Os dois executivos participaram juntos de uma teleconferência para apresentar a novidade.

Criada em 1999, em um pequeno apartamento em San Francisco, a Salesforce.com é um dos ícones da computação em nuvem, modelo que abalou o domínio que a Microsoft detinha no mundo dos PCs e das licenças tradicionais de software. A parceria reforça o caminho que a gigante de software vem trilhando rumo à nuvem, para recuperar terreno no mercado.

CURTAS

CIDADE

Aureliza Corrêa/Esp. CB/D.A Press



funções em empresas de comunicação e de segurança. Mudou-se para o DF na década passada. No início do governo Agnelo Queiroz (PT), foi convidado para ser adjunto da Secretaria de Esporte, tendo assumido a titularidade meses depois. Em seu trabalho à frente da pasta, destaca-se a realização da Gymnasiade 2013 e os jogos mundiais escolares, que reuniram competidores de vários países na capital federal. Além disso, desenvolveu várias políticas de incentivo aos atletas locais. Na justificativa para pedir a concessão do título ao ex-secretário, Garla alegou que as realizações do correligionário na secretaria eram suficientes para a homenagem.

Ana Rayssa/Esp. CB/D.A Press



» REPÓRTER-MIRIM

DE OLHO NOS BASTIDORES

Ontem, foi a vez de os participantes do curso Repórter-Mirim no Centro Olímpico e Paralímpico de Samambaia visitarem a sede dos Diários Associados. A garotada, de 12 a 17 anos, conheceu a redação e o parque gráfico do Correio, os estúdios da Rádio Clube FM e as novas instalações da TV Brasília, além de conferir a exposição Nanoarte, em cartaz no Espaço Chatô. A turma conversou com jornalistas de diferentes áreas de cada veículo de comunicação e tirou dúvidas sobre reportagem, fotografia, ilustração, locução e apresentação de programas. A iniciativa faz parte do projeto Esporte e Cidadania, desenvolvido pela Fundação Assis Chateaubriand, em parceria com a Secretaria de Esporte do Distrito Federal. O curso Repórter-Mirim segue amanhã e em 7 e 14 de junho nos centros olímpicos de Ceilândia e de Samambaia. O trabalho final será a produção de um jornalzinho. Informações: www.facbrasil.org.br.

» CIDADÃO HONORÁRIO

TÍTULO A EX-SECRETÁRIO

Paulista de origem, o ex-secretário de Esporte do Distrito Federal Júlio César Ribeiro (foto) se torna hoje cidadão honorário de Brasília. O título será concedido em sessão solene, à noite, por meio de projeto de decreto legislativo do deputado distrital Evandro Garla (PRB), do mesmo partido ao qual o homenageado tem filiação e pelo qual é pré-candidato à Câmara Legislativa. Ribeiro nasceu em São Bernardo do Campo e se formou em direito pela Universidade Ibirapuera de São Paulo. Ocupou várias

menageado tem filiação e pelo qual é pré-candidato à Câmara Legislativa. Ribeiro nasceu em São Bernardo do Campo e se formou em direito pela Universidade Ibirapuera de São Paulo. Ocupou várias funções em empresas de comunicação e de segurança. Mudou-se para o DF na década passada. No início do governo Agnelo Queiroz (PT), foi convidado para ser adjunto da Secretaria de Esporte, tendo assumido a titularidade meses depois. Em seu trabalho à frente da pasta, destaca-se a realização da Gymnasiade 2013 e os jogos mundiais escolares, que reuniram competidores de vários países na capital federal. Além disso, desenvolveu várias políticas de incentivo aos atletas locais. Na justificativa para pedir a concessão do título ao ex-secretário, Garla alegou que as realizações do correligionário na secretaria eram suficientes para a homenagem.

» EXPRESSO DF

VIADUTO INAUGURADO

O governador do Distrito Federal, Agnelo Queiroz (foto), inaugurou ontem o último viaduto que faz parte do cronograma de obras do Expresso DF Sul, que ligará Gama e Santa Maria ao Plano Piloto. A construção localizada na Estrada Parque Indústria e Abastecimento (Epia) Sul custou R\$ 15 milhões e eliminou um cruzamento que ficava entre a BR-251 e a DF-003. A intenção é diminuir o engarrafamento que havia por causa do cruzamento e, principalmente, liberar o tráfego na Epia a passagem do Expresso DF. O viaduto tem 40m de comprimento e deve beneficiar cerca de 70 mil veículos que transitam pelo local diariamente. O governador ressaltou a importância da obra para o Expresso DF. "Na segunda-feira, começa a fase de testes dos ônibus que vão de Santa Maria ao Plano Piloto. O Expresso DF

vai atender 272 mil pessoas e os testes, chamados de Operação Branca, vão ser ampliados no trecho Gama/Plano Piloto", destaca. A partir de 30 de junho o Expresso DF começa a operar comercialmente. Ao todo, o BRT Sul deve contar com 100 ônibus articulados.

» ROUBO

NOVO GOLPE

Imagens cedidas pela 3ª Delegacia de Polícia (Cruzeiro) revelam um novo golpe aplicado no Distrito Federal para roubar caixas eletrônicos. O criminoso instala um equipamento que simula a tela inicial do terminal e envia os dados bancários dos clientes diretamente para o computador dos golpistas via internet. Dessa forma, os assaltantes conseguem recolher todo o dinheiro da conta da vítima. O aparelho é conhecido como caixa falsa e inclui computador, bateria e um modem 3G. As imagens foram feitas pelas câmeras de segurança de um supermercado, no Cruzeiro Novo, e mostram o golpista instalando o equipamento em um minuto. Quatorze ocorrências foram registradas na unidade policial. Ninguém foi preso pelo crime.

» APREENSÃO 2,4 mil

Quantidade de mídias piratas apreendidas durante operação da Secretaria de Estado da Ordem Pública e Social do Distrito Federal (Seops) na manhã de ontem. Um homem acabou preso no centro do Gama e responderá por violação do **direito autoral**. Se condenado, a pena é de até quatro anos.

"ROBERTO ALVES"

ROBERTO ALVES

Não dá para comemorar

O ponto que o Figueirense trouxe do jogo contra o Flamengo tem de ser considerado ruim pelas circunstâncias da partida. Se for levada em consideração a instituição Flamengo até seria de comemorar, mas o clube que já teve Zico, Adílio, Leandro, Júnior e companhia não é mais o mesmo. Empatado hoje com o Rubro-negro, que disputa o mesmo campeonato do Figueira, é um mau negócio. Ontem no Morumbi, o Figueirense teve todas as condições de vencer, principalmente se aproveitasse o bom início de segundo tempo, quando até acertou a bola na trave duas vezes. Enquanto houver esse pensamento de que empatar com o Flamengo é bom resultado o futebol de SC será considerado pequeno.

Atração

Os passageiros do aeroporto Hercílio Luz, em Florianópolis, foram surpreendidos na manhã de ontem ao verem o avião oficial da Seleção Brasileira na Copa do Mundo estacionado na pista de pouso. Mais que isso, ele faria um voo até São Paulo. A estudante Juliana Rodrigues, autora desta foto, ficou abismada ao saber que embarcaria no avião que levará Neymar, Oscar, Fred e Felipe pelo país.

Enquanto o avião se preparava para decolar, vi que lá fora estavam todos com o celular tirando fotos disse.

E agora...

Raul Cabral mantém o time que venceu o Náutico ou traz de volta Marquinhos, Eduardo Costa e Roberto? Pergunta incômoda de responder. Na minha opinião, craque não se pode desprezar. Além do mais, há uma máxima que contraria certo ditado que diz: time que ganha também se mexe sim.

Mudança no futebol

Nos dias de hoje o trabalho do jornalista mudou totalmente. Antes, o clube era o foco. Hoje o empresário dita a regra. A avalanche de ligações que Avaí e Chapecoense recebem para colocação de profissionais é algo assustador.

Não mudou nada

A derrota da Chapecoense não acelera a busca pelo técnico. Pelo contrário. Perder para o Internacional fora de casa não há nada de especial. A única observação a fazer é que os monstros do futebol brasileiro viraram fantasminhas. Ganhar deles também já não é um feito extraordinário.

Contra-ataque

A Copa - Para o professor Murtosa, auxiliar de Felipe, a grande surpresa da Copa poderá ser a Bélgica.

Nosso grupo - No futebol tudo é possível, mas parece ser quase impossível o Brasil não chegar em primeiro.

Cruzamentos - Também em copas não há essa de não querer chegar em primeiro para não pegar um adversário forte na fase seguinte. Tem que atropelar.

Chegada - Espanha ou Holanda, Alemanha, Itália estão no caminho do Brasil se nossa Seleção for a primeira. Menos mal que a Argentina fica para o fim.

América - O futebol da América tem alguns candidatos a surpresa. Um deles, velho conhecido, o Uruguai. A Colômbia deve classificar na primeira fase. Japão, Grécia e Costa do Marfim são os adversários.

Fifa - Até 31 de dezembro a palavra pagode pertence à Fifa. O Instituto Nacional da Propriedade Industrial (**Inpi**) registrou o termo porque se trata do nome da

Continuação: "ROBERTO ALVES"

fonte tipográfica da marca da Copa. A rigor, qualquer pessoa que usá-lo sem permissão poderá ser processada. É mole?

Zeca - Não importa se pagode se refere ao ritmo brasileiro ou a construções orientais. Se a Fifa considerar o uso da palavra inadequado, poderá recorrer à Justiça. Um bar que anunciar um pagode, por exemplo, corre o risco de sofrer sanção.

Teoricamente, a Fifa até 31/12 poderia ajuizar ações, mas é muito em teoria, porque usar a palavra não significa que a pessoa está querendo pegar carona na marca que usa a tipografia, explica o diretor de marcas do **Inpi**, Vinicius Câmara. E o que dizer de Zeca Pagodinho? Nesse caso, trata-se de um nome artístico, é intocável.

Multimídia

A Puma está correndo por fora



Roberto Goldminc na sede da Puma do Brasil: Voltamos às origens, que é investir em futebol e corrida (Foto: Rogério Albuquerque)

Adidas e Nike têm como trunfo o patrocínio da **Copa do Mundo** 2014 e da seleção brasileira. Já a Puma pretende usar o charme dos italianos e o gingado dos africanos para também deixar sua marca na competição

Balotelli, Fábregas, Dante e Agüero calçarão as chuteiras da Puma na Copa do Mundo deste ano. Bom para ela (e talvez para eles), mas não o suficiente para vencer o jogo bilionário do marketing esportivo no Mundial do Brasil. Suas principais rivais, a também alemã Adidas e a americana Nike, já dominaram a área. A Adidas é a patrocinadora oficial do evento, além de vestir a atual campeã Espanha e a perigosa Argentina. A Nike, por sua vez, fornece os uniformes para a seleção brasileira, Holanda, França e Inglaterra. A Puma irá patrocinar oito equipes na competição (Gana, Argélia, Costa do Marfim, Camarões, Suíça, Chile, Uruguai e Itália) além de apostar nos pés de alguns craques para tentar aumentar a visibilidade no torneio. Fora dos gramados, parcerias com a Centauro e a Netshoes prometem aproximar os torcedores e consumidores das estrelas do futebol internacional.

A Copa do Mundo representa uma ótima oportunidade para a Puma reposicionar sua marca. O ano passado não foi nada bom para a companhia. As vendas globais foram de \approx 2,98 bilhões, uma queda de 8,7%, e o lucro líquido despencou 92,4%. Em julho, o alemão e ex-jogador de futebol Björn Gulden assumiu como novo CEO da marca esportiva e decidiu conduzir uma volta às origens da empresa. Tradução: menos moda, mais corrida e futebol. Cai bem uma Copa, não?

Nesta entrevista, o chileno Roberto Goldminc, de 43 anos, presidente da Puma no Brasil, conta como armou sua equipe para enfrentar o desafio de chamar a atenção, mesmo sem ser o protagonista da festa. No meio do caminho, como um bom booleiro, ele se contundiu quebrou o joelho em campo. Até a Copa, deve voltar a jogar. Mais um reforço para a Puma.

O que podemos esperar da Puma nesta Copa do Mundo? Vamos realizar principalmente ações nos pontos de venda. Temos desde janeiro do ano passado uma parceria com a Centauro. Ela se tornou a parceira oficial das seleções africanas da Puma na Copa. Temos também surpresas preparadas com a Itália. Fizemos uma parceria com a Netshoes e a federação italiana. Iremos premiar os consumidores da Netshoes e levá-los para o QG da Itália, montado no Rio de Janeiro. Lá, eles terão acesso ao centro de treinamento da seleção italiana durante a Copa. De resto, não posso dizer exatamente o que vamos fazer.

A Fifa é dura em relação às restrições de publicidade para quem não é patrocinador oficial da Copa. Como vocês vão fazer para correr por fora? É superdifícil. A gente ficou tardes inteiras dando cabeçadas na parede, pensando em como conseguir visibilidade, sem ultrapassar os limites que a Fifa impõe. A parceria com a Centauro nós começamos a desenhar há quase três anos.

Continuação: A Puma está correndo por fora

Com a Adidas sendo a patrocinadora da Copa e a Nike da seleção brasileira, fica difícil competir por espaço? A gente patrocina a Itália, a seleção mais chique.

Vocês usam marketing de guerrilha? Claro, mas em geral a gente costuma fazer coisas um pouco mais ortodoxas, porém fora da caixinha.

"Criamos uma chuteira que aumenta a potência do chute. Balotelli vai usá-la na Copa"

E teremos na Copa uma ação de marketing de guerrilha da Puma? Teremos? Quanto foi o investimento da Puma na Copa? Nós não abrimos, mas o orçamento é importante. E não só o do marketing. A Copa do Mundo te obriga a desenvolver novas tecnologias e desenhos. Nesta Copa, a gente vai estreiar nossa tecnologia de tecido, a ACTV, para camisa de jogo. Ela ativa a circulação do corpo e melhora a performance. Além disso, acabamos de lançar a chuteira evoPower. A Puma procurou fugir do que todo mundo está buscando: fazer a chuteira mais leve. Chegamos a um ponto em que um grama a mais ou a menos não faz diferença. Fomos atrás de como tornar o chute mais potente. Quem joga futebol sabe que o chute dado sem chuteira é mais forte. Quando você calça uma chuteira, o espaço que fica entre ela e o pé gera um colchão de ar. Esse colchão causa um amortecimento no momento de bater a bola. Desenvolvemos um tecido elástico, que elimina esse colchão. E a velocidade do chute aumenta 2km/h.

Existe alguma razão para vocês terem um relacionamento mais próximo com as seleções africanas? Na Puma, nós procuramos enaltecer o conceito do Joy [alegria]. Ou seja, você não precisa sofrer ou cortar as veias para alcançar um resultado. Você pode ter sucesso e mesmo assim curtir durante o processo. O Bolt é um superexemplo disso. Ele é o número 1 do mundo e sorri durante os 100 metros da corrida. As seleções africanas são infelizmente as únicas, hoje, que ainda entendem que o futebol é um

jogo e não uma luta em que você tem de matar seu adversário.

E quem veremos na Copa com chuteiras Puma? Teremos Balotelli, Buffon, goleiro e capitão da seleção italiana, Yaya Touré, da Costa do Marfim. Na seleção da Argentina, você verá o Agüero. Na da Espanha, o Fábregas. No Brasil, temos o zagueiro Dante. Essas são parcerias de longo prazo. Todos esses caras já fazem parte da família há um tempo, com exceção do Balotelli, contratado no final do ano passado.

A gente pode esperar mais vídeos provocativos, como o do fantasma do Maracanazo? Com certeza, pode.

Teve internauta que ficou bravo com a Puma... A gente ficou supersatisfeito com o vídeo. Em geral, as pessoas levaram na boa, como uma brincadeira. Não tivemos nenhum problema, pelo contrário. Mais uma vez fomos parabenizados pela criatividade, por sair do convencional. E algum outro videozinho viral engraçado para a Copa com certeza vai sair.

Qual a sua expectativa em relação à Copa no Brasil? Vai fazer diferença no resultado, no final do ano? Nosso objetivo principal é apresentar para o consumidor quem é a Puma e o que ela é capaz de fazer. Copa passa, mas a marca fica. A minha preocupação é: qual a mensagem que eu vou conseguir entregar durante esse período e como aproveitá-la na sequência. O resultado não é necessariamente um número. O ganho maior é a entrega da mensagem, não o aumento de vendas. E isso irá gerar um número no futuro. Eu não vivo só de Copa.

Mas, historicamente, quanto se vende a mais em anos de Copa? Vende-se mais, mas não é um absurdo, por volta de 20%. Porém, com o decorrer do tempo, isso vai se equalizando. O cara que não joga bola não vai começar por causa da Copa. O cara que joga provavelmente vai comprar a chuteira, porém o mais provável é que ele apenas antecipe a compra que

Continuação: A Puma está correndo por fora

ele já planejava fazer mais tarde, porque, em geral, há lançamentos e novas tecnologias. Portanto, quando você analisa as vendas da Copa, em 18 meses isso volta a se equalizar. É diferente com a camisa das seleções. Essa sim é uma venda adicional.

O ganho maior da Copa é a entrega da mensagem da marca. As vendas vêm depois"

Possíveis protestos durante a Copa podem atrapalhar os planos da Puma? Não. Os protestos são contra a realização da Copa diante das carências que o Brasil tem. O fato de não termos envolvimento com a organização faz com que não haja impacto para nós. Para colocar em prática o que estamos bolando, eles também não atrapalham, porque são feitos ao redor dos estádios, e a gente não pode chegar perto, por conta das restrições da Fifa.

E para o futebol brasileiro, vocês estão preparando alguma novidade? Nós patrocinamos o Botafogo. Acabamos de assinar com o Atlético Mineiro e temos também o Goiás e o Paysandu. Em maio, vamos estreiar um patrocínio com um time da primeira divisão do Brasileirão que não posso revelar.

No Brasil, a Puma tem três lojas próprias e faz vendas pela internet. Vocês pensam em ampliar essa rede? O Brasil não é um país fácil para varejo. Os impostos e custos operacionais são altos. Planos de curto prazo ainda não temos, mas recentemente avaliamos qual é a melhor estratégia para uma possível expansão de lojas Puma. A Puma no Brasil é uma marca relativamente nova. Nos últimos quatro anos, a gente dobrou o faturamento, mas o espaço ainda é muito grande para crescer. Não estamos nem perto do teto.

A Puma passa atualmente por uma reformulação da marca em nível mundial. O que está sendo feito? A Puma criou o conceito de sport lifestyle. Ou seja, produtos para o uso diário e casual inspirados em itens que alguma vez foram desenvolvidos para a prática esportiva. Desde então, a Puma vem explorando esse conceito. Ela ficou conhecida por isso, o que fez com que, em algum momento, tenhamos esquecido um pouquinho da nossa raiz. É para ela que estamos voltando agora, retomando nosso foco em corrida e futebol. Somos uma marca que nasceu para performance. A nova missão é nos transformar na marca esportiva mais rápida do mundo.

Mas, na prática, o que isso significa? Significa investir mais em desenvolvimento de produtos na área esportiva, desde chuteiras, tênis de corrida e vestuário que permitam uma melhor performance, até marketing mais concentrado nessas categorias, como patrocínio de atletas, de clubes e de eventos esportivos. É desenvolver produtos mais rápidos para que os nossos atletas não sejam alcançados.

Vocês já estão trabalhando para a Olimpíada de 2016? Sim, mas não podemos revelar nada. As restrições são maiores do que na Copa. Para a Olimpíada, você não consegue sequer usar o atleta como veículo de propaganda. Ele pode ser barrado da competição. A Puma não pode usar uma foto do Bolt, que está desde os 14 anos com a marca, na Olimpíada.

São difíceis essas negociações com a Fifa e o Comitê Olímpico Internacional? Não tem negociação. As marcas não conversam com a Fifa. Esse fórum não existe.

Richemont, dona da Cartier e Montblanc, quer derrubar sites que vendem imitações no Reino Unido

Londres - A suíça Richemont, conglomerado que possui a joalheria Cartier e a relojoaria Montblanc, está apelando a uma alta corte para impedir os britânicos de visitar sete sites que vendem imitações de seus produtos. Para isto, quer que cinco provedores de banda larga - BT, Virgin Media, Sky, TalkTalk and EE - bloqueiem o acesso às páginas. O caso pode se tornar um marco na regulação das atividades de provedores de banda larga, com controle de conteúdo.

O mecanismo que a Richemont pretende usar é o mesmo aplicado para bloquear sites que oferecem filmes e músicas pirata. Porém, enfrenta resistências, pois o processo pode prejudicar varejistas on-line como eBay e Gumtree, que vendem tanto imitações como mercadorias autênticas.

"Se é para bloquear os sites assim, então o Parlamento deveria discutir o assunto antes", disse o ativista Jim Killock, diretor-executivo do Open Rights Group. "A lei não é desenhada para infrações comerciais, que são uma atividade completamente diferente de infrações aos **direitos autorais**."

Um dos sete sites que a Richemont quer tirar do ar é o CartierLoveOnline.com, que vende reproduções do bracelete Love, um líder de vendas. Os nomes dos outros não foram relevados.

Desde 2012, pressões legais vem forçando os provedores de banda larga britânicos a tirar do ar web-sites oferecendo download ilegal de jogos, livros, música, filmes e séries de televisão.

Provedoras reagem com cautela

Uma vez que a Justiça foi convencida de que uma organização como The Pirate Bay está violando **direitos autorais**, qualquer endereço de internet associado com ela é colocado numa lista de banidos e pode ser bloqueados sem nova ordem judicial. É neste precedente que a Richemont se apoia, argumentando que a empresas de banda larga deveriam ser objeto de injunções do gênero anti-pirataria quando as marcas são violadas.

As provedoras de banda larga reagiram pedindo cautela. Gareth Mead, porta-voz da Virgin Media, disse: "O pedido levanta questões legais não testadas e nós achamos que deveria ser cuidadosamente analisado pelas cortes". O representante da BT, por sua vez, afirmou: "Apoiamos completamente a proteção a **direitos autorais** e marcas, no entanto acreditamos que uma revisão total deveria ser feita para qualquer pedido que possa afetar o conteúdo on-line. Estamos revendo o pedido e vamos responder no devido momento."

Agência propõe acelerar pesquisa com medicamentos

CIÊNCIA & SAÚDE

DE BRASÍLIA

A área técnica da **Anvisa** (**Agência Nacional de Vigilância Sanitária**) apresentou, nesta quinta-feira (29), sua proposta de novas regras para acelerar a autorização para a realização de pesquisas clínicas com medicamentos no Brasil.

A proposta estabelece um prazo de 90 dias corridos para que a **Anvisa** analise o pedido para o início da pesquisa. Caso a agência não se manifeste nesse período, a pesquisa estaria liberada para prosseguir, desde que obtivesse as liberações dos conselhos de ética.

Essa liberação "automática" em 90 dias, no entanto, não seria estendida para todos os casos, devendo abarcar cerca de 70% do que hoje a agência tem como passivo de análises pendentes.

O tema é discutido desde 2012 pela **Anvisa** e é alvo de críticas da indústria farmacêutica, que alega muita demora na autorização para as pesquisas. O setor argumenta que o Brasil tem ficado de fora de pesquisas internacionais, com braços em diferentes países, por conta da burocracia estabelecida.

A diretoria da **Anvisa** aprovou também nesta quinta-feira uma consulta pública para tornar obrigatório um alerta da presença de determinados alérgenos em alimentos embalados.

Segundo a proposta, a declaração deve estar em local de fácil visualização e com tamanhos pre-determinados. A consulta pública ficará aberta por 60 dias.

(JN)

Comissão pode votar projeto que determina auditorias nas contas do Ecad

POLÍTICA

A Comissão de Ciência, Tecnologia, Inovação, Comunicação e Informática (CCT) pode votar na próxima terça-feira (3) projeto que prevê novos mecanismos de fiscalização da atuação do Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (Ecad). A proposta (PLS 401/2011), do senador Vital do Rêgo (PMDB-PB), estabelece que sindicatos ou associações coletivas de **direitos autorais** poderão, uma vez por ano, fiscalizar a exatidão das contas apresentadas pelo escritório a seus representados.

O projeto tramita na forma de um substitutivo (texto alternativo) apresentado pela Comissão de Educação, Cultura e Esporte (CE). De acordo com o texto, a auditoria poderá ser feita após notificação com oito dias de antecedência e seus custos deverão ser bancados pelo requerente. O projeto original já previa a auditoria, mas com uma restrição: para propor a análise das contas, a entidade requerente teria que reunir, no mínimo, cinco por cento de filiados de uma associação de gestão coletiva de **direitos autorais**.

O Ecad responde pela cobrança e distribuição dos **direitos autorais** devidos aos titulares de obras musicais - os compositores, intérpretes, músicos, editoras musicais e gravadoras. A entidade é administrada por nove associações de gestão coletiva musical, que representam os filiados com direito a receber percentuais sobre os valores pagos pela execução das obras, nos termos da legislação do **direito autoral**.

Danos

O substitutivo mantém dispositivo do projeto ori-

ginal que trata da responsabilidade dos danos causados aos titulares no que se refere à gestão dos **direitos autorais**. De acordo com o texto, os dirigentes, das associações de gestão coletiva de **direitos autorais** e do escritório central de arrecadação respondem solidariamente, com seus bens pessoais, pela inadimplência das obrigações com os associados, por dolo ou culpa.

Sem prejuízo da atuação do Ministério da Cultura, agora encarregado de fiscalizar o Ecad, a proposta prevê ainda que denúncias sobre abusos cometidos pelas associações de gestão coletiva de **direitos autorais** ou pelo Ecad poderão ser encaminhadas aos órgãos do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor e do Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência.

O parecer do relator, senador Anibal Diniz (PT-AC), é pela aprovação do substitutivo elaborado pela CE. A decisão da comissão é terminativa. Isso significa que, se aprovado, o texto segue para a Câmara dos Deputados, a menos que haja recurso para que a decisão final no Senado ocorra em Plenário.

Outros projetos

A reunião está marcada para as 9 horas. Na pauta também está o projeto que obriga empresas de telefonia avisar consumidor sobre o fim de descontos com antecedência mínima de 30 dias (PLS 18/2012). Também podem ser votados o projeto que torna obrigatório o rastreamento de carga durante o transporte de materiais nucleares e radioativos (PLC 127/2013) e o que propõe a padronização dos carregadores utilizados em *smartphones* (PLS 96/2014).

Provende debate marketing digital



Reprodução

Coordenador de mídias digitais da Rede Paraíba de Comunicação, Ricardo Oliveira, será um dos palestrantes

Reprodução Coordenador de mídias digitais da Rede Paraíba de Comunicação, Ricardo Oliveira, será um dos palestrantes

O coordenador de mídias digitais da Rede Paraíba de Comunicação, Ricardo Oliveira, será um dos palestrantes de hoje do 'Provende Paraíba', encontro que ocorre em João Pessoa e tem como objetivo fortalecer os negócios de comunicação em todo o Estado.

O evento, promovido pela Federação Nacional das Agências de Propaganda (Fenapro) e pelo Sindicato das Agências de Propaganda da Paraíba (Sinapro-PB), aberto ontem, segue hoje, a partir das 8h, no auditório da Associação dos Plantadores de Cana da Paraíba (Asplan), no Centro da capital.

Na ocasião, Oliveira falará sobre como a Rede Paraíba investiu de forma bem sucedida na produção de conteúdo para mídias digitais e como os anunciantes, a partir disso, têm a possibilidade de atingir um público ainda maior ao apostar no setor.

"Dados mostram que mais de 100 milhões de pessoas, ou seja, 50% da população brasileira, já têm

acesso à internet. E, pelo menos, 40 milhões desse total acessa os conteúdos via smartphones. Não tem como os anunciantes fugirem disso", afirmou, citando como exemplos sites do grupo.

"Temos quase 2 milhões de acesso por mês no G1 Paraíba e no Alô Concurseiro, produto novo lançado pelo **JORNAL DA PARAÍBA** em março, tivemos mais de 60 mil visitantes nos dois primeiros meses. Essa audiência toda e as estatísticas do Brasil mostram que existe público precisando, querendo e buscando conteúdo. Faltam as agências e os anunciantes pensarem e investirem ainda mais nisso", acrescentou o especialista.

Além de Oliveira, outros representantes do marketing brasileiro e local, entre empresários e publicitários, também participarão do encontro.

"Este é o primeiro grande encontro que a Fenapro realiza este ano e será muito importante no calendário da entidade, pois estarão em pauta diversas iniciativas para o desenvolvimento do mercado", comentou o presidente da Fenapro, Glaucio Binder, acrescentando que o objetivo da entidade é levar o 'Provende' para outros estados.

Para o presidente da Sinapro-PB, Rinaldo Pessoa, o evento tem grande importância por ser uma forma de reunir profissionais da área para dialogar e trocar ideias, além de apresentar ao mercado publicitário **inovações tecnológicas** e físicas do setor.

"E o mercado publicitário da Paraíba vem avançando muito em criatividade e profissionalismo. Contamos com importantes prêmios, além da aproximação e do envolvimento maior entre equipes e entidades. Isso é muito positivo", analisou Pessoa.

Polícia Civil prende 77 em megaoperação



A+ /
A-

ENVIAR

IMPRIMIR

Megaoperação da Polícia Civil realizada quarta-feira (28/05) resultou em 77 pessoas presas, seis adolescentes apreendidos e também tirou das ruas quatro armas de fogo e 2,06 kg de drogas, nas 12 cidades que integram a Delegacia Seccional de Piracicaba.

Segundo o delegado Wilson Lavorenti, a maioria dos flagrantes realizados foi por tráfico de entorpecentes, crime considerado o pilar de outros delitos. Piracicaba responde por cerca de 90% dos resultados.

Ao todo, foram realizados 17 flagrantes, dos quais 14 foram por tráfico de drogas (22 presos). Os entorpecentes encontrados com essas pessoas somaram 1,04 kg de maconha, 829 g de cocaína e mais 186 g de crack.

"O tráfico de drogas é considerado um crime grave, porque sustenta os outros crimes. Então, o resultado da operação foi muito positivo e reflete o esforço dos policiais civis, porque além da operação, o trabalho rotineiro, de atendimento ao público, por exemplo, não deixou de ser realizado", disse.

Também houve um flagrante de estupro, outro homem foi preso por estar com um carro dublê, e um por violar **direitos autorais** (ele vendia CDs e DVDs piratas).

Além destes 25 presos em flagrante, outros 29 criminosos procurados da Justiça foram capturados e também foram realizadas 23 prisões administrativas, que são aquelas relacionadas à falta de pagamento de pensão alimentícia.

Entre os adolescentes apreendidos, um foi detido em flagrante e os outros cinco por mandado. "Além disso, também foram esclarecidos hoje (quarta) quatro roubos. Três deles pelo 5º DP -- um roubo a residência e dois roubos a motos --, e o outro em Capivari, também a residência. As investigações estavam em andamento e, durante a operação, os policiais depararam com os suspeitos nas ruas. Eles

Foto: Claudinho Coradini/JP

Continuação: Polícia Civil prende 77 em megaoperação

foram detidos e encaminhados para as delegacias, onde foram reconhecidos pelas vítimas", relatou.

DEINTER-9 -- Nas 52 cidades que integram o Deinter-9 (Departamento de Polícia Judiciária do Interior), foram 220 pessoas presas e 28 adolescentes apreendidos. Ao todo foram tiradas de circulação 15 armas de fogo e 4 kg de cocaína, 1,45 kg de maconha e 416 g de crack.

Ainda foram recuperados sete veículos que tinham sido roubados ou furtados e foram apreendidos 9.500 objetos entre CDs, DVDs e cigarros de origem suspeita. Nestes números estão inclusos os resultados obtidos na Seccional de Piracicaba.

"Consideramos que a operação foi um sucesso. A quantidade de armas apreendidas e o número de detidos foram superiores aos resultados obtidos na operação do mês passado. É importante destacar que essas operações servem para manter os índices de criminalidade em um patamar aceitável, são importantes para que a situação não saia do controle", disse o delegado do Setor de Inteligência do Deinter-9, Demetrios Gondim Coelho.

Foram empenhados na operação 136 viaturas e 387 policiais civis. Eles cumpriram 130 mandados de busca e apreensão e realizaram 56 flagrantes nas 52 cidades.

Enfoque Jurídico

DIREITO & JUSTIÇA

ROTA ALTERNATIVA. O Supremo Tribunal Federal entrou em uma fase menos formalista e conservadora para tentar baixar o seu acervo de mais de 60 mil processos. Os ministros têm usado um sistema simples que agiliza debates no Pleno. Até um dia antes da sessão, o relator envia para os colegas o voto que será dado no julgamento. Dessa forma, todos chegam preparados para a discussão. É o que mostra o Anuário da Justiça Brasil 2014, produzido pela revista eletrônica Consultor Jurídico, que será lançado no próximo dia 4, às 18h30, na sede do STJ, em Brasília.

MUTIRÃO DE CONCILIAÇÃO. O Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro (TJ-RJ), por meio do Centro de Conciliação dos Juizados Especiais (CPCJEC), alcançou a marca de 60,08% de acordos nos 310 atendimentos intermediários entre consumidores e empresas de vários segmentos realizados nesta quarta-feira, durante mutirão de conciliação do TJ-RJ. O valor total das ações foi de R\$ 272.484,87, com uma média por acordo de R\$1.713,74. A partir de junho, o CPCJEC funcionará em novo endereço, localizado no Beco da Música, 121, Lâmina V, térreo, sala T05, Centro do Rio.

MARÍTIMO E PORTUÁRIO. Silvia Fiszman e Pedro Jardim, respectivamente sócia e advogado da área de Infraestrutura e Financiamento de Projetos do Machado, Meyer, Sendacz e Opice Advogados, integrarão, a partir de junho, a nova Comissão de Direito Marítimo e Portuário da OAB/SP. Silvia será a secretária-geral da Comissão e Jardim um dos membros efetivos para o biênio 2014/2015. A posse será no próximo dia 6.

A COPA NO STJ. O Superior Tribunal de Justiça (STJ), por meio da Portaria 305, de 28 de maio, definiu que o expediente da secretaria do Tribunal nos dias em que a Seleção Brasileira jogar durante a Copa do Mundo funcionará das 8h às 12h30min. Já nos dias 26 e 30 de junho, quando os jogos de outras seleções

acontecerem em Brasília às 13 horas, não haverá expediente no Superior Tribunal de Justiça. Em dias de jogos com início às 17 horas, vale a regra do expediente reduzido no tribunal. Os prazos processuais que se iniciarem ou se completarem nesses dias ficarão automaticamente prorrogados para o dia útil subsequente.

INNOVARE. Terminam neste sábado as inscrições para o Prêmio Innovare 2014, uma das principais premiações da Justiça brasileira. Em sua 11ª edição, o tema é livre para as categorias Juiz, Tribunal, Ministério Público, Defensoria Pública e Advocacia. Já na categoria Prêmio Especial, da qual podem participar profissionais graduados em qualquer área do conhecimento, o tema é Sistema Penitenciário Justo e Eficaz. Para concorrer na categoria especial, os interessados deverão encaminhar ao Instituto Innovare iniciativas que tenham sido colocadas em prática até a data limite para as inscrições. A inscrição pode ser realizada no portal www.premioinnovare.com.br.

MEIO AMBIENTE E CIDADANIA. O advogado Danilo Miranda, especialista em Direito ambiental e sócio do Marcelo Tostes Advogados, participa nesta sexta-feira do 12º Seminário Meio Ambiente e Cidadania. Ele mediará a mesa redonda Cidades humanas, públicas e cidadãs, em que o arquiteto e urbanista Leonardo Barci Castriota e a administradora e consultora Madalena Garcia irão discutir o direito à cidade como base da qualidade de vida e das estratégias de mobilidade urbana, assim como novas propostas para o planejamento das cidades.

SEGREDO INDUSTRIAL X ACESSO À INFORMAÇÃO. Gustavo de Freitas Moraes, sócio do escritório Dannemann Siemsen, dará palestra na mesa-redonda Segredo Industrial vs Lei de Acesso à Informação: uma contradição?, promovida pela Associação Paulista da Propriedade Intelectual (Aspi) em parceria com a Associação Nacional de

Continuação: Enfoque Jurídico

Defesa Vegetal (Andef), no próximo dia 4, às 18h30, na sede da associação, em São Paulo. O evento tem o objetivo de apresentar ao público três visões sobre o tema: a internacional, a nacional e a governamental. Informações adicionais em www.aspi.org.br

DIREITO SINDICAL. Nos próximos dias 5 e 6 será realizado o II Congresso de Direito Sindical, promovido pela OAB Federal em parceria com a seccional da OAB-MG, em Belo Horizonte. A presidente da Comissão Sindical da Ordem dos Advogados do Brasil seccional do Rio de Janeiro (OAB-RJ) e 2 a vice-presidente do Instituto dos Advogados Brasileiros (IAB), Rita Cortez, e o presidente da OAB-RJ, Felipe Santa Cruz, irão participar dos painéis de debates no Congresso. Mais de 1.800 pessoas participarão do evento, entre eles ministros das cortes superiores, desembargadores,

juizes, procuradores, promotores, advogados, líderes políticos e sindicais, professores, pesquisadores e estudantes.

PATENTES E INOVACÃO. O fórum Patentes e Inovação será realizado no próximo dia 6, das 9h às 13 horas no Centro Cultural Justiça Federal (CCJF), na Cinelândia no Centro do Rio. O evento é realizado pela EscoLa da Magistratura Regional Federal da 2ª Região (Emarf) juntamente com o Centro Cultural Justiça Federal, em parceria com o Instituto Brasileiro de Direito Público (IDP), com o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (**INPI**) e a **Associação Brasileira da Propriedade Intelectual (ABPI)**. As inscrições são gratuitas e podem ser feitas no site do TRF-2.

Anvisa discute liberação de substância derivada da maconha

NACIONAL



line@oest.adoce.com.br

Fonte: Agência Brasil (AG)

1 / 1

O futuro do canabidiol (substância derivada da maconha) no Brasil deve ser definido hoje (29), durante reunião da diretoria colegiada da **Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa)**, que começa às 10h. Os diretores devem decidir se a substância passará a integrar a lista de classificação C1, que permitirá a prescrição e a importação do composto em forma de medicamento.

Nos últimos dias, o assunto da liberação da substância veio à tona, depois que a família da menina Anny Fischer, 6 anos, importou ilegalmente o canabidiol para tratar as convulsões da criança. Segundo os parentes, com o uso, as crises da menina passaram de 80 por semana para apenas três.

DA REDAÇÃO DO ESTADO ONLINE on-

Patrícia Kogut

PATRÍCIA KOGUT



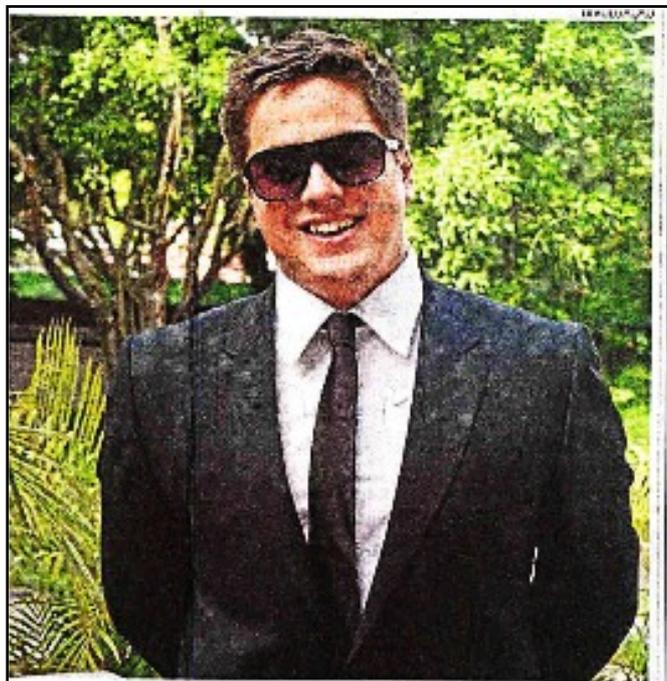
Patrícia Kogut

Com Floresça Mazza, Anna Luiza Santiago, Clara Passi e Rafaela Santos

Domingueira

Sucesso no teatro, no cinema e na TV, Paulo Gustavo estreará um novo programa no Multishow a partir de abril do ano que vem. "Paulo Gustavo show" é o título da atração mantida em sigilo pelo canal e prevista para ir ao ar os domingos, às 22h. Com direito a auditório.

10 - Para "Geração Brasil" pelo capítulo de anteontem com a apresentação dos candidatos do reality. Estava tudo muito bem feito, inclusive com um site real convidando o público a acompanhar.



0 - Para a transmissão da final do Quick Silver Saquarema Prime, campeonato de surfe, pelo Woohoo. Em momentos decisivos, a imagem sumia e o canal recorria aos comerciais. Nível colegial.

--

Muito humor em esquetes cada vez mais curtos, uma tendência

Crítica

Há muitos motivos para a repercussão positiva do "Tá no ar: a TV na TV" com Marcelo Adnet e Marcio Melhem. Entre eles, sem dúvida, está o fato de a atração levar ao paroxismo o princípio do menos é mais. São esquetes bem curtos, e, ao fundo, costurando tudo, ainda corre a brincadeira do zapramento. É a era do picotamento, da pouca paciência, da atenção escapando.

No humor, essa tendência domina. Quem não está entre os mais de quatro milhões (até ontem) que se di-

vertiram com o esquete "Restaurante moderno", do Porta dos Fundos, levante a mão. Engraçadíssimo, ele dura só um pouquinho mais do que dois minutos, um formato parecido com tudo o mais que o grupo produz.

O filósofo francês Henri Bergson, autor de "O riso" escreveu que um dos motivadores da gargalhada é um pequeno deslocamento inesperado num ato cotidiano. Um exemplo simples é um tombo de uma pessoa que está caminhando normalmente e, de surpresa, escorrega numa casca de banana. É nesse princípio que se baseia "Gargalhadas" ótima série canadense no ar no Viva. Os esquetes são mudos, duram menos de um minuto e no original levam o título de "LOL" (laughing out loud, ou rindo alto). Por exemplo, na calçada em frente a um teatro elegante, uma mulher chora desesperadamente espantando quem chega. Ninguém açode, mas o porteiro, incomodado, toma uma atitude. Em vez de consolar a moça, arrasta um vaso com uma árvore alta e tampa a visão dos passantes. É tudo muito rápido e espirituoso. A gargalhada do espectador pode até eventualmente durar mais que a piada.

Outro exemplo de suco de humor concentrado é a série francesa "Bref" (algo como "em suma"). O YouTube tem milhares de filmes desse jovem grupo de comediantes (infelizmente, sem legenda em português). Muito inteligentes e divertidos, têm um formato aparentado do Porta dos Fundos e seus congêneres.

Esquetes curtos não são novidade, mas sua presença, ampliada pode significar uma tendência. Vale prestar atenção.

--

Malvado de novo

Adriano Garib, o Russo de "Salve Jorge", em que era o carrasco das meninas traficadas para a Turquia, gravou "O caçador" com Cauã Reymond. Na série, ele

vai perseguir o ex-policial

--

Homem de preto

Novo integrante do "CQC", Lucas Salles prova pela primeira vez o figurino do programa. Ele começará a gravar suas reportagens nos próximos dias

--

Rumo a 1970

Isis Valverde embarcou para Miami onde gravará um clipe do rapper T-Trick Santana, brasileiro que fez carreira nos EUA. Na volta, retoma o trabalho de preparação para ser Sandra, mocinha de "Boogie oogie". "Estou lendo muito sobre os anos 1970, quando a trama é ambientada". Ela conta mais no site.

--

Olha a chance aí

A RioFilme abriu inscrições para a linha de Desenvolvimento de Conteúdo para TV por Assinatura na Modalidade de Parceria Internacional. Para participar do programa, que é uma parceria com o Fundo de Mídia do Canadá, o projeto deve ser desenvolvido por uma produtora brasileira e uma canadense. Serão investidos R\$ 615.000,00.

--

Audiência

O capítulo de anteontem de "Em família" com a troca de sopapos entre Virgílio (Humberto Martins) e Laerte (Gabriel Braga Nunes), marcou 33 pontos no Rio. Foi o mesmo índice da véspera. Em São Paulo, chegou a 29, dois pontos a menos que no dia anterior - quando o embate começou.

Continuação: Patrícia Kogut

--

Princesinha do Mar

Com uma trama ambientada em Copacabana, "Tapas & beijos" é um sucesso no Rio. O seriado fechou maio com média de 26 pontos, um crescimento de dois pontos em relação a abril. Em São Paulo, no mesmo período, alcançou a média de 22 pontos, um a mais que no mês anterior.

--

Driblar o download

A HBO exhibe "Mad men" um dia depois da TV ame-

ricana; o FX faz o mesmo com "24 horas"! Agora, a TNT anuncia que apresentará a quarta temporada de "Falling skies" no mesmo esquema a partir de 23 de junho. Com isso, evitam a **pirataria**.

--

Driblar o download

A HBO exhibe "Mad men" um dia depois da TV americana; o FX faz o mesmo com "24 horas". Agora, a TNT anuncia que apresentará a quarta temporada de "Falling skies" no mesmo esquema a partir de 23 de junho. Com isso, evitam a **pirataria**.

Pesquisadores desenvolvem projeto inovador

ESPECIAL - PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

Consultoria e B2B
Onde estão as oportunidades na área de educação

<p>Gestão administrativa Serviços de consultoria para mudança organizacional e processos na área do ensino público e no setor privado, soluções B2B em escolas técnicas e profissionalizantes</p>	<p>Metodologia de ensino Produtos diferenciados com resultados efetivos na aprendizagem dos alunos pode ter espaço nas contratações públicas (B2G), sobretudo em matemática e ciências (ensino fundamental e ensino médio), cujos indicadores de avaliação não são bons</p>
<p>Cursos e atividades complementares Há poucas iniciativas públicas de cursos de idiomas online para o público DE, o que abre oportunidades B2G a ser exploradas. Para o mercado B2C o desencadeamento de oferta pública e privada, de cursos técnicos e profissionalizantes com demanda de mercado abre espaço para a criação de cursos profissionalizantes alinhados com demanda local</p>	<p>Instrumentos A oferta ainda é baixa para vídeos, aulas, games e kits para ensino fundamental em todas as esferas públicas e privada</p>
	<p>Acesso à informação Aplicativos, plataformas e conteúdos que tragem informações de cursos técnicos, pré-vestibulares e idiomas (gratuitos ou acessíveis ao público CDE) tendem a se destacar</p>

Fonte: Anísia

Por **Katia Simões** | De São Paulo

Para o professor Seiji Isotani, da USP São Carlos, o grande papel da universidade é identificar e realizar pesquisas que tenham potencial inovador e sejam úteis ao mercado e à sociedade. Foi com essa filosofia que um grupo de pesquisadores da USP São Carlos e da Universidade Federal de Alagoas, entre eles Isotani, reuniu várias teses premiadas de doutorado na área de aprendizagem personalizada e colaborativa e criou a Meu Tutor.

A startup, recém-premiada na Olimpíada USP de Inovação 2014, na categoria Empresa Nascente III, produz plataformas educacionais adaptativas focadas na qualidade de ensino e no desempenho dos alunos. "Nossos diferenciais são a aprendizagem personalizada, adequação do conteúdo às necessidades de cada aluno; uso de técnicas de jogos para motivar o aprendizado on-line; e experiência social, compartilhamento de informações em busca do aprendizado de forma colaborativa", diz Isotani.

Entre as ferramentas disponibilizadas pela empresa está a Meu Tutor Enem, projetada como se fosse um jogo, oferecendo mecanismos de pontos, níveis,

rankings e missões para o aluno evoluir em cada disciplina e no geral. "Acreditamos que é por meio da fusão entre as missões comercial, social e científica que devemos gerar **inovação tecnológica**, capaz de otimizar o processo de ensino e aprendizagem de forma a aumentar a motivação e o rendimento dos alunos e, conseqüentemente, melhorar os índices escolares em avaliações nacionais e internacionais", afirma Isotani, observando que hoje a Meu Tutor conta com cinco mil cadastrados, com incremento de 100 usuários por dia.

O trabalho do Laboratório de Computação Aplicada à Educação da USP de São Carlos já gerou frutos. Foi entre os 20 alunos que trabalham no local que surgiu a Projeto3.com, que disponibiliza por meio de um aplicativo e de um site, os resumos dos principais tópicos abordados nos vestibulares mais concorridos do país. Há três meses no ar, o site conta com 22 mil visualizações e o aplicativo foi disponibilizado no Google Play, sendo avaliado com nota máxima no portal.

Segundo Priscilla Parodi, aluna do segundo ano de ciência da computação e fundadora da empresa ao lado de Fábio Amorim e Livri Loami, o objetivo do site e do aplicativo não é fornecer toda a base teórica necessária para um estudante ser aprovado no vestibular, mas sim funcionar como um material de apoio, capaz de condensar os conceitos fundamentais que precisam ser aprendidos. "É algo importante para quem deseja rever todos os conteúdos rapidamente antes de uma prova, por exemplo, ou para quem deseja aprofundar-se nas matérias em que mais têm dificuldade", afirma. "Também vale para quem, periodicamente, quer checar a compreensão dos principais tópicos." Os sócios adiantam que, em breve, serão oferecidas versões em inglês e espanhol dos resumos, além de outras funcionalidades, como vídeo aulas.

Foi de um projeto de pesquisas da Universidade Federal de Pernambuco que nasceu, também, a Mídias

Continuação: Pesquisadores desenvolvem projeto inovador

Educativas, empresa especializada em planejamento didático e no desenvolvimento de soluções educacionais em formato digital para educação presencial e à distância. Incubada no Porto Digital desde 2011, a star up nasceu em 2004, ao desenvolver um trabalho para o Grupo Positivo. "Desenvolvemos para eles vários produtos com conteúdo educacional e objetos de aprendizagem", lembra o sócio Rodrigo Carneiro. "A universidade nos ajudou a começar de forma certa, com pessoas experientes ao nosso lado, nos orientando." De lá para cá já foram mais de 50 projetos, entre eles, conteúdo multimídia com realidade aumentada para crianças.

O novo projeto da startup, o Sistema Hiperídia Adaptativo para Idiomas (Shai), em fase de testes, também é fruto da interação com a universidade. Nasceu do projeto de mestrado de Carneiro na área de educação adaptativa. Trata-se de uma plataforma educacional adaptativa, por meio da qual cada aluno vê o conteúdo de forma personalizada. Inicialmente funcionando como tutor inteligente para ensino de inglês, espanhol e português de forma facilitada, o programa se adapta a cada aluno e serve para apresentar qualquer tipo de conteúdo.

Comissão pode votar projeto que determina auditorias nas contas do Ecad

Da Redação

A Comissão de Ciência, Tecnologia, Inovação, Comunicação e Informática (CCT) pode votar na próxima terça-feira (3) projeto que prevê novos mecanismos de fiscalização da atuação do Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (Ecad). A proposta (PLS 401/2011), do senador Vital do Rêgo (PMDB-PB), estabelece que sindicatos ou associações coletivas de **direitos autorais** poderão, uma vez por ano, fiscalizar a exatidão das contas apresentadas pelo escritório a seus representados.

O projeto tramita na forma de um substitutivo (texto alternativo) apresentado pela Comissão de Educação, Cultura e Esporte (CE). De acordo com o texto, a auditoria poderá ser feita após notificação com oito dias de antecedência e seus custos deverão ser bancados pelo requerente. O projeto original já previa a auditoria, mas com uma restrição: para propor a análise das contas, a entidade requerente teria que reunir, no mínimo, cinco por cento de filiados de uma associação de gestão coletiva de **direitos autorais**.

O Ecad responde pela cobrança e distribuição dos **direitos autorais** devidos aos titulares de obras musicais - os compositores, intérpretes, músicos, editoras musicais e gravadoras. A entidade é administrada por nove associações de gestão coletiva musical, que representam os filiados com direito a receber percentuais sobre os valores pagos pela execução das obras, nos termos da legislação do **direito autoral**.

Danos

O substitutivo mantém dispositivo do projeto original que trata da responsabilidade dos danos causados aos titulares no que se refere à gestão dos

direitos autorais. De acordo com o texto, os dirigentes, das associações de gestão coletiva de **direitos autorais** e do escritório central de arrecadação respondem solidariamente, com seus bens pessoais, pela inadimplência das obrigações com os associados, por dolo ou culpa.

Sem prejuízo da atuação do Ministério da Cultura, agora encarregado de fiscalizar o Ecad, a proposta prevê ainda que denúncias sobre abusos cometidos pelas associações de gestão coletiva de **direitos autorais** ou pelo Ecad poderão ser encaminhadas aos órgãos do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor e do Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência.

O parecer do relator, senador Anibal Diniz (PT-AC), é pela aprovação do substitutivo elaborado pela CE. A decisão da comissão é terminativa. Isso significa que, se aprovado, o texto segue para a Câmara dos Deputados, a menos que haja recurso para que a decisão final no Senado ocorra em Plenário.

Outros projetos

A reunião está marcada para as 9 horas. Na pauta também está o projeto que obriga empresas de telefonia avisar consumidor sobre o fim de descontos com antecedência mínima de 30 dias (PLS 18/2012). Também podem ser votados o projeto que torna obrigatório o rastreamento de carga durante o transporte de materiais nucleares e radioativos (PLC 127/2013) e o que propõe a padronização dos carregadores utilizados em *smartphones* (PLS 96/2014).

Agência Senado

(Reprodução autorizada mediante citação da Agência Senado)

Justiça de Goiás condena Globo a indenizar homem que apareceu em videocassetada

LUÍS NASSIF

Sugerido por André Sousa Reis

Do TJGO

Indenizado homem que apareceu em Videocassetada do Domingão do Faustão

A 3ª Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Estado de Goiás (TJGO) determinou que a Rede Globo de Televisão pague a Marcelo Gomes dos Santos indenização no valor de R\$ 15 mil. O rapaz, que apareceu no quadro Videocassetadas do Domingão do Faustão, recorreu de sentença da comarca de Goiânia, que condenava a Rede Globo ao pagamento de R\$ 250 mil. Ele queria a majoração do valor para R\$ 600 mil. O voto é do desembargador Walter Carlos Lemes.

Descontentes, tanto a Rede Globo quanto Marcelo recorreram. Ele alegou que o julgado anterior foi omisso e pediu a reparação de sua indenização, enquanto a emissora se defendeu sob o argumento de que o caso já tinha prescrito, além de não ter ferido a honra do rapaz.

Consta dos autos que a gravação, de 2007, mostrava Marcelo participando de um desfile de modas, no momento em que caía da passarela. A imagem foi repetida várias vezes.

O magistrado teceu considerações sobre a liberdade de imprensa e o direito à privacidade e honra dos cidadãos. "Como a liberdade de imprensa e os **direitos da personalidade** relativos à honra, à vida e à imagem das pessoas tiram seu fundamento de validade

do texto constitucional, é mister sua harmonização", pontuou o desembargador. Por outro lado, o artigo 5º da Constituição Federal garante a inviolabilidade da intimidade e vida privada, assegurando o direito à indenização pelo dano material e moral decorrente de sua violação.

Com relação à liberdade de expressão, ele observou, "o princípio constitucional da liberdade de imprensa que é intenso, mas não absoluto, deve ser exercitado com consciência e responsabilidade em respeito à dignidade alheia", frisou Walter Carlos. E, no caso em questão, o magistrado considerou demonstrado que a Globo Comunicações extrapolou os limites relativos à divulgação da imagem no programa Domingão do Faustão, no quadro Videocassetada.

Apesar de reconhecer o dano moral sofrido por Marcelo, o desembargador Walter Carlos reduziu o valor indenizatório de R\$ 250 mil para R\$ 15 mil, após examinar as peculiaridades do caso, considerando a gravidade, a abrangência e as consequências do ato. Ele declarou ainda a ilegitimidade da TV Anhanguera, filiada da Rede Globo, como parte da ação, por considerar que aquela seria apenas uma retransmissora dos programas nacionais.

A ementa recebeu a seguinte redação: "Embargos De Declaração. Apelação Cível. Ausência Dos Pressupostos. Rediscussão De Matéria. Inadmissibilidade. Prequestionamento. Os embargos de declaração somente são cabíveis em caso de obscuridade, contradição ou omissão do julgado, consoante dispõe o art. 535 do CPC. Assim, quando não fundados nas hipóteses legais, são ma-

Continuação: Justiça de Goiás condena Globo a indenizar homem que apareceu em videocassetada

nifestamente inadmissíveis. 2. Cediço não estar o magistrado obrigado a reportar-se a todos os argumentos trazidos pelas partes, mas, tão somente, àqueles considerados necessários para fundamentar sua decisão, e não para que se ajuste ao entendimento dos embargantes. 3. Mesmo sendo os aclaratórios in-

terpostos com o fim de prequestionamento, devem se adequar às hipóteses legais do art. 535 do Código de Processo Civil. Embargos Conhecidos E Rejeitados". (200192043595). **(Texto: Jovana Colombo - Centro de Comunicação Social do TJGO)**

Spotify elege a pirataria como a sua principal rival no país

NOTÍCIAS

Após um longo período de espera e de especulações, o Spotify - um dos serviços pioneiros de assinatura de música via streaming pela internet - anunciou ontem sua chegada ao mercado brasileiro. O país é a 18ª operação da companhia na América Latina e o 57º mercado no qual o serviço está disponível. Com o lançamento no Brasil, a empresa vai acirrar a disputa em um mercado que, desde 2011, vem atraindo operações locais de serviços similares como a Rdio, o Deezer e, mais recentemente, o Napster. Mas o foco inicial para ganhar escala no país está em outra frente.

"O mercado de streaming no Brasil ainda é muito pouco desenvolvido e nosso principal competidor é a **pirataria**. O fato de termos outros 'players' sérios que já estão por aqui é muito positivo, pois eles ajudam a desenvolver esse mercado. A indústria ainda tem muito a fazer para que as pessoas conheçam esse modelo", afirmou Gustavo Diament, diretor do Spotify para a América Latina. "Queremos a liderança do mercado, mas nosso trabalho é aumentar a torta como um todo", acrescentou.

Serviços como o Spotify são vistos como a tábua de salvação para a indústria da música, o primeiro mercado de entretenimento a sofrer os impactos da ascensão da **internet** e das mudanças de hábito dos consumidores, na virada do século. "Em pouco mais de cinco anos, pagamos mais de US\$ 1 bilhão em **direitos autorais** à indústria, sendo que metade desse montante foi em 2013", disse Diament.

O Spotify chega ao Brasil com duas alternativas para o acesso a mais de 30 milhões de músicas. O primeiro é gratuito e permite ouvir todo o acervo em qualquer dispositivo. Nesse formato, a receita do serviço vem da publicidade. No país, a empresa já fechou acordos com Fiat, LG, Unilever, Heineken e Nivea.

Disponível inicialmente por US\$ 5,99 e com previsão de disponibilidade, em breve, por R\$ 14,90, o segundo modelo traz a possibilidade de baixar músicas para ouvir offline e a não veiculação de anúncios. Globalmente, o Spotify possui 40 milhões de usuários ativos, sendo que mais de 10 milhões pagam pelo serviço. Diament não revelou as projeções para o mercado brasileiro. Ele disse, porém, que durante o período de testes no Brasil, mais de 400 mil pessoas fizeram um pré-cadastro no serviço.

Para ganhar escala aqui, a estratégia envolve ações de marketing, localização da estrutura de suporte e de curadoria, personalização da oferta e a aposta na própria disseminação do serviço entre os fãs de artistas brasileiros presentes no Spotify. Paralelamente, as equipes comerciais da empresa vão trabalhar junto às agências e anunciantes para consolidar o serviço como uma plataforma de relacionamento com as marcas, afirmou Diament.

Questionado sobre a invasão de hackers aos seus sistemas, informada pela própria empresa na terça-feira, o executivo destacou apenas a política de transparência adotada pela companhia. "Essa conduta nos aproxima dos usuários. Não acredito que esse acontecimento trará qualquer impacto na adesão dos brasileiros à plataforma", afirmou.

Assim como o Spotify, o brasileiro Pleimo também está expandindo suas operações internacionais. Lançado no fim de 2013, o serviço de streaming já conta com cerca de 300 mil usuários em mais de 100 países. O modelo, no entanto, difere do Spotify. "O artista está no centro e toda a receita do serviço passa por ele", diz Dauton Janota, criador do Pleimo.

Sob essa visão, mais voltada à produção independente, os artistas pagam uma taxa mensal de 29,90 e têm acesso a uma plataforma pela qual po-

Continuação: Spotify elege a pirataria como a sua principal rival no país

dem divulgar seu trabalho, o que inclui, além do streaming, a possibilidade de venda de ingressos de shows e de merchandising, entre outros serviços. Ao mesmo tempo, os usuários pagam uma taxa mensal de assinatura e escolhem, a cada mês, para qual artista querem destinar 20% desse valor. Nesta semana, o

Pleimo lançou o serviço em Portugal e está desenvolvendo uma série de ações no Rock in Rio Lisboa, o que inclui a distribuição de códigos de acesso gratuitos.

Fifa proíbe jogadores de faturar nas redes sociais na Copa

ESPORTES



ponsáveis pelo **marketing de emboscada** durante a competição. Atletas com mais de 3 milhões de seguidores nas redes chegam a faturar até 50.000 reais por um post patrocinado. Neymar tem mais de 10,5 milhões de seguidores no Twitter, e mais de 5 milhões no Instagram; Daniel Alves tem pouco mais de 4,3 milhões de fãs no Twitter; David Luiz tem quase 2,5 milhões de seguidores no Twitter; e Hulk passa dos 666.000 seguidores no Instagram.

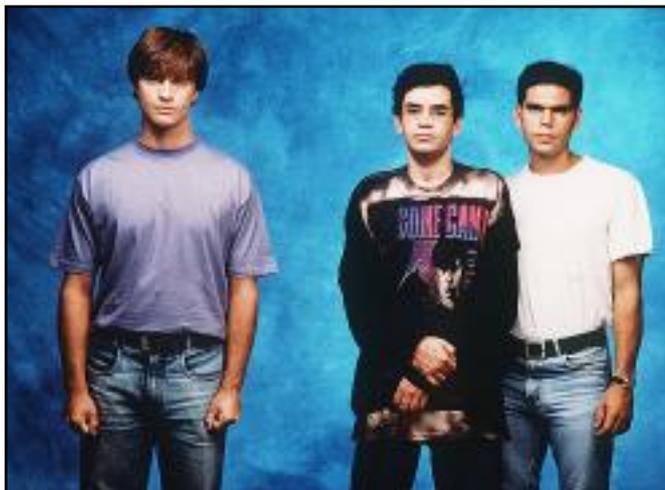
Atletas com mais de 3 milhões de seguidores chegam a ganhar R\$ 50.000 por post

Vanderlei Almeida/AFP

A Fifa proibiu o uso das redes sociais pelos jogadores para fins de publicidade durante a Copa do Mundo, de 12 de junho a 13 de julho, no Brasil. A entidade enviou um regulamento de mídia e marketing para as 32 seleções participantes do torneio, informando que o merchandising nas redes será considerado como **marketing de emboscada**. A CBF orientou os atletas sobre as medidas e seguirá a resolução. Na seleção brasileira, Neymar, Bernard, Hulk, David Luiz e Daniel Alves, por exemplo, usam posts patrocinados para ganhar dinheiro. Neymar tem como patrocinadores as empresas Claro e Panasonic, rivais de parceiras da Fifa, Oi e Sony. Há dois artigos na Lei Geral da Copa que legitimam punições como multas às empresas e até prisões aos res-

Ex-integrantes do Legião Urbana se manifestam contra novo site da banda

ILUSTRADA



Integrantes do Legião Urbana Marcelo Bonfá (à esq.), Renato Russo e Dado Villa-Lobos

Os músicos Dado Villa-Lobos e Marcelo Bonfá, ex-integrantes da banda de rock Legião Urbana, se manifestaram nesta quinta (29) contra um novo site sobre o grupo, criado pela empresa Legião Urbana Produções Artísticas, hoje nas mãos do filho do vocalista Renato Russo (1960-1996), Giuliano Manfredini.

Em um comunicado divulgado para a imprensa, Dado e Bonfá escrevem que "nem o herdeiro de Renato Manfredini Jr. nem a empresa Legião Urbana Produções Artísticas" os representa, e "tampouco representam a banda" criada por eles, junto com Renato Russo, na década de 1980. O novo portal está previsto para ser lançado no dia 4 de junho.

"Informamos que não temos conhecimento algum sobre o conteúdo ou o que esse novo site pretende apresentar, e que também não nos foram solicitadas as eventuais autorizações para o uso da nossa imagem ou das nossas gravações originais", escrevem os músicos.

Em repúdio às declarações de Dado e Bonfá, a Legião Urbana Produções Artísticas também se manifestou por meio de uma nota nesta quinta-feira, dizendo que o comunicado dos músicos é "intempestivo" e "patético".

"O site a ser lançado não é o 'site oficial' da 'banda Legião Urbana', mas o da Legião Urbana, marca histórica cuja propriedade foi deixada por Renato Russo a seus herdeiros", diz o texto enviado à imprensa.

A nota se refere a Dado e Bonfá como "ressentidos".

"Os signatários de tal 'comunicado' promovem confusão e induzem ao erro, ao não relatarem a verdade: a marca 'Legião Urbana' foi criada e registrada por Renato Russo, que doou pequena participação aos dois



O filho de Renato Russo, Giuliano Manfredini

Continuação: Ex-integrantes do Legião Urbana se manifestam contra novo site da banda

músicos. Dado e Bonfá revenderam ao próprio Renato o que haviam recebido graciosamente dele, um homem sabidamente generoso. Farta documentação oficial dos cartórios, jamais contestada, prova cabalmente toda questão da propriedade da marca", escreve a empresa.

A disputa entre os ex-integrantes do Legião e o filho de Renato Russo se arrasta desde meados de 2013, quando Dado e Bonfá foram proibidos de utilizar a marca da banda, em mãos da empresa de Manfredini.

Em março deste ano, a questão se acirrou após o lançamento do site www.renatorusso.com.br, dedicado apenas à memória do cantor. Na ocasião, o site original do grupo, criado em 2010, foi apagado e redirecionado para o de Renato Russo.

Atualmente, ao acessar o portal www.legiaourbana.com.br, o internauta é recebido pelo aviso de que um "novo site da banda" estará no ar em breve, e tem a opção de passar para o endereço dedicado ao vocalista.

Em entrevista ao jornal "O Globo", em março deste ano, Carlos Taran, ex-empresário de Dado Villa-Lobos e de Marcelo Bonfá, usou os Beatles para fazer uma comparação com a situação do site da banda brasileira. "Como se sentiriam os fãs dos Beatles se, ao tentar acessar o site oficial da banda, fossem direcionados para o site particular de John Lennon?", disse à época.

A empresa, no comunicado divulgado hoje, critica a analogia, que, segundo escrevem, "engrossa o folclore da MPB pela ausência de humildade". "Nós a [a

comparação] rejeitamos em nome do bom senso e da seriedade que deve permear o debate."

DIREITOS

A empresa Legião Urbana Produções Artísticas foi criada em 1987 para proteger os **direitos autorais** dos membros do grupo. Como a legislação indica que apenas uma pessoa física ou jurídica pode ter propriedade sobre uma marca, Renato Russo se tornou o sócio majoritário da empresa e os outros, sócios minoritários.

Na época, a banda entrou com pedidos de registro da marca Legião Urbana no Instituto Nacional de Propriedade Intelectual. No entanto, os direitos sobre a marca só foram obtidos depois que Dado e Bonfá já haviam deixado a sociedade, e a empresa passou aos cuidados da família de Renato Russo.

Ano passado, a Justiça determinou que os ex-integrantes não poderiam mais usar a marca da banda. "Eles podem se apresentar como ex-integrantes, mas não podem usar a marca. Quem foi o fundador da Legião Urbana foi o Renato Russo", disse na época Sérgio Nery Maia, advogado da Legião Urbana Produções Artísticas. Na nota de hoje à imprensa, a empresa reforça sua posição de que "a Legião Urbana se foi com Renato Russo".

No comunicado divulgado nesta quinta, os ex-integrantes da banda dizem que não pretendem autorizar o lançamento de qualquer produto da banda Legião Urbana "enquanto o processo que hoje está no âmbito da Justiça não seja resolvido".

Polícia apreende CDs e DVDs piratas que seriam vendidos em Petrópolis

Material foi trazido do Rio em ônibus abordado no Quitandinha.

Operações na cidade visam coibir entrada de drogas e outros materiais.

A equipe do Patrulhamento Tático Móvel (Patamo) da Polícia Militar de Petrópolis, na Região Serrana do Rio, apreendeu por volta de 700 CDs e **DVDs piratas** em uma operação realizada nesta quinta-feira (29). O material estava com Carlos Eduardo Silva de Souza e Robson Ribeiro Correa que foram abordados em um ônibus vindo no município vizinho de Duque de Ca-

xias. O flagrante aconteceu na entrada da cidade, próximo ao pátio do Quitandinha. O caso está sendo registrado na 105ª Delegacia de Petrópolis.

Os dois homens confessaram que pretendiam vender o material pirateado, que estava em duas mochilas, em Petrópolis. Eles compraram os DVDs e CDs em Belford Roxo. Os dois homens foram encaminhados para a delegacia, onde vão prestar depoimento. Segundo um dos policiais que participou da operação, o objetivo deste tipo de abordagem, que tem sido frequente, é coibir irregularidades como a entrada de drogas na cidade.

Homem é preso com 2,4 mil mídias piratas no centro do Gama, no DF



Fiscais trabalham em operação antipirataria na área central do Gama, nesta quinta (29) (Foto: Diovani Ribeiro/Seops/Divulgação)

É muito comum a **pirataria** estar associada a outros crimes. É provável que ele acabe cumprindo pena em regime fechado após o somatório das penas, afirma o subsecretário de Operações da Seops, Luciano Teixeira. Nesta quarta-feira (28), outras três pessoas foram detidas pela venda de **produtos piratas** no Gama, em decorrência de uma ação da Seops. Um dos suspeitos, de 41 anos, tinha seis passagens pelo crime e portava 1,5 mil mídias.

Suspeito tem três passagens pelo mesmo crime, segundo secretaria.

Em fevereiro último ele foi detido vendendo CDs em carro roubado.

Um homem foi preso nesta quinta-feira (29) suspeito de vender 2,4 mil mídias piratas na área central do Gama, no Distrito Federal. Ele foi levado à Delegacia de Combate Contra os Crimes de Propriedade Imaterial (DCPim) por suspeita de violação de **direito autoral**.

Segundo a Secretaria de Ordem Pública e Social (Seops), o homem tem três passagens pelo mesmo crime, a mais recente em fevereiro deste ano. Na ocasião, ele vendia CDs e DVDs em um carro roubado e também foi autuado por receptação.

Nesta quinta-feira, o suspeito estava em uma banca com a mercadoria e tentou fugir quando percebeu a aproximação dos fiscais. Para ser colocado em liberdade foi estipulada a fiança de R\$ 3 mil, que dá direito a ele responder em liberdade.

Três ambulantes são presos no DF suspeitos de vender mídias piratas



CDs e DVDs piratas apreendidos durante operação no DF (Foto: Flávio Barbosa/Seops)

fim do processo.

Um deles já tinha seis passagens pelo crime e portava 1,5 mil itens.

Crime prevê até quatro anos de reclusão.

Três ambulantes foram presos suspeitos de vender CDs e DVDs falsificados durante uma operação contra **pirataria** no centro do Gama, no Distrito Federal, nesta quarta-feira (28). Um deles, de 41 anos, já tinha seis passagens pelo crime e portava 1,5 mil mídias. O crime prevê até quatro anos de reclusão. Todos poderão ser liberados após pagamento de fiança.

Durante a ação, fiscais recolheram 4,6 mil itens piratas. Uma amostra do material apreendido foi encaminhado para perícia, enquanto o restante ficou à disposição da Justiça e poderá ser destruído após o

Fifa proíbe marketing em redes sociais durante a Copa

ESPORTES

A Fifa proibiu o uso das redes sociais pelos jogadores para fins de publicidade durante a Copa do Mundo, que vai acontecer de 12 de junho a 13 de julho no Brasil. A entidade que regula o futebol mundial enviou um regulamento de mídia e marketing para cada uma das 32 seleções participantes do torneio, informando que o merchandising nesses grandes sites será considerado como **marketing de emboscada**.

Grandes nomes da Seleção Brasileira, como Neymar, Bernard, Hulk, David Luiz e Daniel Alves, utilizam-se de posts patrocinados para ganhar dinheiro. O craque ex-Santos e atualmente no Bar-

celona tem como patrocinadores as empresas Claro e Panasonic, que são rivais de parceiras da Fifa, Oi e Sony.

Existem dois artigos na Lei Geral da Copa que legitimam punições como multas às empresas e até prisões, que podem durar um ano, aos responsáveis pelo **marketing de emboscada** durante a competição. A Confederação Brasileira de Futebol (CBF) orientou os atletas sobre as medidas impostas pela entidade presidida por Joseph Blatter e está de acordo com a resolução.

Cientistas fazem apelo à OMS em defesa dos cigarros eletrônicos

BRASIL

Em carta aberta, mais de 50 pesquisadores e profissionais de saúde estão apelando à Organização Mundial de Saúde (OMS) para que 'resista à ânsia de controlar e suprimir o uso de cigarros eletrônicos'.

A carta diz que os aparelhos 'podem ser uma inovação significativa para a saúde'.

Mas instituições ligadas à saúde, entre elas a Faculty of Public Health - a Faculdade de Saúde Pública da Grã-Bretanha - dizem que ainda é cedo demais para sabermos se os benefícios da tecnologia superam os possíveis riscos.

A OMS disse que ainda não decidiu que recomendações fazer a governos sobre a questão.

O cigarro eletrônico é uma engenhoca que substitui a combustão do tabaco e de outras substâncias pela queima de nicotina líquida, transformando-a em vapor. O usuário pode escolher o nível de concentração da substância e os ingredientes que quer misturar ao produto.

No Brasil, a Agência de Vigilância Sanitária, **Anvisa**, proíbe, desde 2009, a venda e importação do cigarro eletrônico. A proibição se baseia na ausência de comprovação científica a respeito da qualidade e dos possíveis efeitos do produto sobre a saúde.

Carta Aberta

A carta foi divulgada em antecipação a importantes negociações internacionais sobre políticas em relação ao tabaco que devem acontecer neste ano.

Grupos favoráveis ao cigarro eletrônico argumentam que o produto oferece uma opção de baixo risco para fumantes. Eles temem que os aparelhos sejam alvo de controle excessivo e que sejam excluídos de cam-

panhas publicitárias.

Na Grã-Bretanha, houve grande crescimento no mercado de cigarros eletrônicos, mas autoridades de saúde no país dizem que eles não são isentos de riscos.

Um relatório encomendado recentemente pela Saúde Pública da Inglaterra disse que cigarros eletrônicos requerem 'monitoramento cuidadoso e controle de riscos' para que seus benefícios sejam maximizados.

A carta foi assinada por 53 pesquisadores - entre eles, especialistas em políticas de saúde pública e especialistas como Robert West.

West publicou um estudo na semana passada que concluiu que cigarros eletrônicos têm mais probabilidades de ajudar uma pessoa a abandonar o fumo do que alguns métodos convencionais.

Outros especialistas que assinam a carta trabalham em pesquisas sobre a ciência do tabaco e a supressão do hábito de fumar.

'Efeito perverso'

A carta diz: 'Estes produtos podem estar entre as mais significativas inovações para a saúde do século 21 - salvando, talvez, milhões de vidas'.

'Se os reguladores tratarem produtos de nicotina de baixo risco da mesma forma como tratam produtos de nicotina tradicionais (...) estarão, erroneamente, definindo esses produtos como parte do problema'.

'Os reguladores deveriam evitar dar apoio a medidas que poderiam ter o efeito perverso de prolongar o consumo de cigarros'.

Continuação: Cientistas fazem apelo à OMS em defesa dos cigarros eletrônicos

'A classificação desses produtos como tabaco nos preocupa bastante e pode trazer mais danos do que benefícios'.

'O potencial de produtos que diminuam os efeitos danosos do tabaco na redução do fardo de doenças associadas ao fumo é muito grande'.

Os envolvidos na elaboração da carta citam um documento interno da OMS que se refere a cigarros eletrônicos como uma 'ameaça (...) que pode resultar em uma nova onda da epidemia de tabaco'.

O tratado da OMS para o controle do tabaco cobre atualmente 178 países e 90% da população.

Cigarros eletrônicos são movidos a bateria e tentam imitar a experiência do fumar convencional. Os usuários inalam vapor de um líquido aquecido que contém uma concentração de nicotina.

West, professor da University College London, em Londres, disse à BBC que esses produtos deveriam ser 'regulamentados de maneira apropriada' e explicou que são muito mais seguros do que os cigarros convencionais.

Ele pediu 'regulamentação sob medida', o que incluiria proibição de venda para menores de 18 anos e publicidade direcionada para os que já são fumantes.

Críticos

Um porta-voz da OMS disse que a organização 'está trabalhando atualmente nas recomendações sobre re-

gulamentação e marketing de cigarros eletrônicos'.

'Também estamos trabalhando com órgãos nacionais de regulamentação para considerar as opções regulatórias e com especialistas em toxicologia para compreendermos melhor o possível impacto dos cigarros eletrônicos e aparelhos similares sobre a saúde'.

A British Medical Association (Associação Médica Britânica, BMA, na sigla em inglês) pediu que os aparelhos sejam melhor regulamentados na Grã-Bretanha.

A diretora da entidade, Vivienne Nathanson, disse à BBC que há evidências de que crianças que nunca fumaram estão começando a usar cigarros eletrônicos, influenciadas por campanhas de marketing.

'Como os cigarros na década de 50 e 60, realmente precisamos ficar atentos a isso e, eu acredito, proibir (a propaganda) para impedir que sejam anunciados de uma forma que atraia as crianças', ela acrescentou.

Outro especialista, o professor Martin McKee da London School of Hygiene and Tropical Medicine, disse que seria 'premature' advogar o uso de cigarros eletrônicos até que sua segurança tenha sido estabelecida.

BBC Brasil - Todos os direitos reservados. É proibido todo tipo de reprodução sem autorização por escrito da BBC.

Marcas de empresas não patrocinadoras da Copa podem impedir acesso a jogos

DEFESA DO CONSUMIDOR



Uso de camisas com logomarca de empresas não patrocinadoras é proibido pela Lei Geral da Copa Agência O Globo / Ivo Gonzalez/31-5-2013

A duas semanas do torneio, consumidor pode ser vítima do chamado **marketing de emboscada**

RIO - Ingresso na mão, o torcedor se aproxima do estádio, ultrapassando pacientemente uma longa série de barreiras e filas. Antes de ultrapassar o último obstáculo, o portão de acesso, é impedido de entrar sob a alegação que aquela camisa especial e chamativa que comprou dias antes, com motivos da Copa, não pertence ao seletor clube de marcas patrocinadoras, e isso se caracteriza como propaganda indevida e não autorizada pela Fifa.

O que parece um caso de ficção, a duas semanas do início dos jogos, bem pode acontecer, já que o consumidor foi vítima, involuntária, do chamado **marketing de emboscada**, expressão cunhada pelo publicitário americano Jerry Welsh, para caracterizar uma ação de publicidade que objetiva a associação da imagem de uma empresa a um evento de qualquer natureza para tirar vantagem da exposição da marca, do serviço ou do produto.

O advogado do escritório Di Blasi, Parente & Associados, especialista em propriedade industrial, abpi.empauta.com

Paulo Mendes, diz que o **marketing de emboscada** é uma prática recorrente nos grandes eventos, em especial agora, na Copa do Mundo. Segundo ele, esse tipo de estratégia representa uma concorrência desleal entre empresas que desembolsaram altas somas para patrocinar ou co-patrocinar um espetáculo e outras, que nada investiram, e que buscam tirar partido da situação. Para o consumidor, além do risco do exemplo acima, o **marketing de emboscada** pode representar também prejuízo material, na medida que o preço cobrado por um produto ou serviço associados ao "padrão Fifa" pode ser elevado, sem a consequente qualidade esperada.

- O consumidor normalmente associa qualidade a empresas que patrocinam grandes eventos. No caso dos jogos da Copa, por exemplo, o consumidor pode receber um brinde de uma empresa nas proximidades do estádio e ser impedido de entrar porque aquela logomarca representa propaganda não autorizada. O inconveniente será ele ter que se desfazer do "presente" e perder tempo para ingressar na arena.

Segundo Mendes, há dois tipos básicos de **marketing de emboscada**: por associação e por intrusão. A primeira se caracteriza por divulgar marcas, produtos ou serviços, com o fim de alcançar vantagem econômica ou publicitária, por meio de associação direta ou indireta com os eventos ou símbolos oficiais, sem autorização da Fifa ou de pessoa por ela indicada, induzindo terceiros a acreditar que tais marcas, produtos ou serviços são aprovados, autorizados ou endossados pela federação, como prevê a Lei Geral da Copa.

Um bom exemplo disso ocorreu durante as Olimpíadas de 2012 em Pequim, quando uma grande cadeia de fast food fez uma promoção no Brasil oferecendo uma porção dupla de batatas fritas no dia seguinte, caso algum atleta ou equipe brasileira ga-

Continuação: Marcas de empresas não patrocinadoras da Copa podem impedir acesso a jogos

nhasse medalha. Nesse caso, pelo contrário, não houve prejuízo para o consumidor, apenas para as empresas concorrentes.

Já o **marketing de emboscada** por intrusão é aquele que expõe marcas, negócios, estabelecimentos, produtos, serviços ou que pratica atividade promocional, não autorizados pela Fifa ou por seus representantes, atraindo a atenção pública nos locais da ocorrência dos eventos, com o fim de obter vantagem econômica ou publicitária.

Além da penalidade criminal, a Lei Geral da Copa prevê a proteção dos símbolos e marcas da Fifa em todas as classes de produtos e serviços, bem como resguarda a possibilidade de obter indenização cível por **marketing de emboscada**. Segundo Mendes, fora da Lei Geral da Copa, é possível invocar violação a **direitos autorais**, violação a marcas e concorrência desleal, além de enriquecimento ilícito, dependendo do caso.

Para se ter uma ideia dos valores envolvidos nos grandes eventos, estima-se que os investimentos em publicidade realizados pelos 12 maiores patrocinadores nas **Olimpíadas** de Pequim, em 2008, tenham atingido US\$ 866 milhões. A Coca-Cola gastou entre US\$ 75 milhões e US\$ 90 milhões e a Adidas, cerca de US\$ 250 milhões. Além disso, do orçamento de US\$ 19,2 bilhões levantado para as **Olimpíadas**, cerca de US\$ 2,35 bilhões vieram dos patrocinadores oficiais.

Nas **Olimpíadas** de 2012, em Londres, foram 25 patrocinadores oficiais e cerca de 30 fornecedores credenciados, que desembolsaram US\$ 1,6 bilhão para realização do evento. O Brasil deve seguir a mesma rigidez de Londres nos Jogos Olímpicos de 2016, tendo em vista que o comitê organizador comprou todos os espaços de outdoors do Rio de Janeiro entre os dias 5 de julho a 29 de setembro de 2016.

Na Copa, torcedor que for ao estádio deve ficar atento a regras de propaganda da Fifa

DEFESA DO CONSUMIDOR



Uso de camisas com logomarca de empresas não patrocinadoras é proibido pela Lei Geral da Copa. Agência O Globo / Ivo Gonzalez/31-5-2013

Entidade considera indevido o uso por grupos de roupas com alusão a marcas de empresas não patrocinadoras do Mundial, e impõe restrições

RIO - Às vésperas da Copa do Mundo, o consumidor precisa ficar atento ao chamado **marketing de emboscada**, que acontece quando empresas que não são patrocinadoras oficiais distribuem a torcedores camisas, bonés ou outros acessórios com alusão à marca, para que usem no estádio, tirando proveito publicitário no Mundial. Em alguns casos, esses grupos são contratados e sentam juntos nas arquibancadas, numa grande ação de marketing.

A Lei Geral da Copa proíbe essas ações no estádio e num raio de dois quilômetros no entorno, por considerá-las propaganda indevida e não autorizada. Para coibir iniciativas como essa, fiscais da Fifa, ao identificar esses grupos, solicitam que troquem de roupa ou, no caso de um acessório, que guardem o material. Caso não seja possível trocar de vestimenta, a entidade cola um adesivo sobre a inscrição da marca, para que não seja veiculada na transmissão do jogo.

No entanto, a Fifa afirma que nenhum torcedor é impedido de entrar no estádio com roupas de outras empresas não patrocinadoras do evento, como a camiseta oficial da seleção brasileira, que é da Nike. A restrição vale apenas quando é identificada uma ação de má-fé.

Além da penalidade criminal, a Lei Geral da Copa prevê a proteção dos símbolos e marcas da Fifa em todas as classes de produtos e serviços, bem como resguarda a possibilidade de obter indenização cível por **marketing de emboscada**.

A expressão **marketing de emboscada** foi cunhada pelo publicitário americano Jerry Welsh. O advogado do escritório Di Blasi, Parente & Associados, especialista em propriedade industrial, Paulo Mendes, diz que é uma prática recorrente nos grandes eventos, em especial agora, na Copa do Mundo.

Segundo ele, esse tipo de estratégia representa uma concorrência desleal entre empresas que desembolsaram altas somas para patrocinar ou co-patrocinar um espetáculo e outras, que nada investiram, e que buscam tirar partido da situação.

Para o consumidor, além do risco de constrangimento no estádio, o **marketing de emboscada** pode representar também prejuízo material, na medida que o preço cobrado por um produto ou serviço associados ao 'padrão Fifa' pode ser elevado, sem a consequente qualidade esperada.

- O consumidor normalmente associa qualidade a empresas que patrocinam grandes eventos. No caso dos jogos da Copa, por exemplo, o consumidor pode receber um brinde de uma empresa nas proximidades do estádio e ser impedido de entrar com ela porque aquela logomarca representa propaganda não autorizada. O inconveniente será ele ter que se desfazer

Continuação: Na Copa, torcedor que for ao estádio deve ficar atento a regras de propaganda da Fifa

do "presente" e perder tempo para ingressar na arena.

Um bom exemplo disso ocorreu durante as Olimpíadas de 2012 em Pequim, quando uma grande cadeia de fast food fez uma promoção no Brasil oferecendo uma porção dupla de batatas fritas no dia seguinte, caso algum atleta ou equipe brasileira ganhasse medalha. Nesse caso, pelo contrário, não houve prejuízo para o consumidor, apenas para as empresas concorrentes.

Segundo Mendes, fora da Lei Geral da Copa, é possível invocar violação a **direitos autorais**, violação a marcas e concorrência desleal, além de enriquecimento ilícito, dependendo do caso.

Para se ter uma ideia dos valores envolvidos nos grandes eventos, estima-se que os investimentos em publicidade realizados pelos 12 maiores patrocinadores nas **Olimpíadas** de Pequim, em 2008, tenham atingido US\$ 866 milhões. A Coca-Cola gastou entre US\$ 75 milhões e US\$ 90 milhões e a Adidas, cerca de US\$ 250 milhões. Além disso, do

orçamento de US\$ 19,2 bilhões levantado para as **Olimpíadas**, cerca de US\$ 2,35 bilhões vieram dos patrocinadores oficiais.

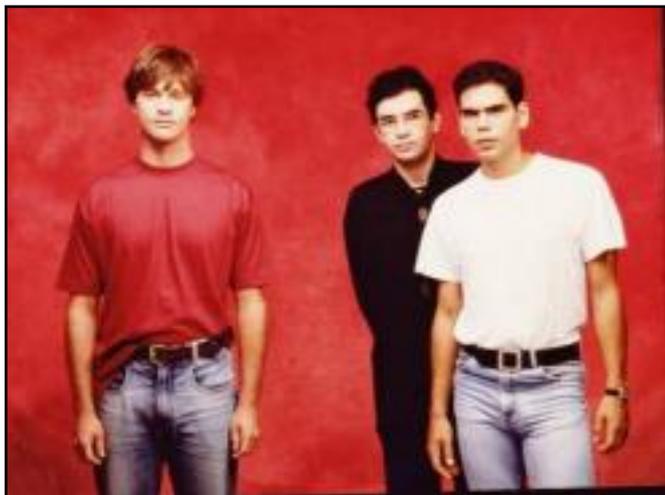
Nas **Olimpíadas** de 2012, em Londres, foram 25 patrocinadores oficiais e cerca de 30 fornecedores credenciados, que desembolsaram US\$ 1,6 bilhão para realização do evento. O Brasil deve seguir a mesma rigidez de Londres nos Jogos Olímpicos de 2016, tendo em vista que o comitê organizador comprou todos os espaços de outdoors do Rio de Janeiro entre os dias 5 de julho a 29 de setembro de 2016.

Clique aqui para conferir a lista completa dos patrocinadores e parceiros do Mundial 2014.

Correção: Primeira versão dessa reportagem informou que a Fifa poderia barrar entrada de torcedores individualmente nos estádios, mas entidade negou.

Dado Villa-Lobos e Bonfá 'indignados' com o novo site da Legião Urbana

CULTURA



Marcelo Bonfá, Renato Russo e Dado Villa-Lobos O GLOBO

Músicos afirmam que portal criado por filho de Renato Russo não tem o consentimento dos dois

RIO - O guitarrista Dado Villa-Lobos e o baterista Marcelo Bonfá, ex-integrantes da Legião Urbana, lançaram um comunicado nesta manhã comentando a decisão de Giuliano Manfredini, filho de Renato Russo, de lançar um novo site oficial da banda sem o consentimento ou a participação de ambos.

"Através da imprensa - e com muita indignação - tomamos conhecimento que no próximo dia 4 de junho será lançada uma nova versão do site 'oficial' da banda Legião Urbana... Achamos por bem esclarecer que essa nova versão do site não conta com a participação, apoio ou qualquer tipo de consentimento e/ou autorização da nossa parte", diz trecho do comunicado.

Há dois meses, O GLOBO publicou matéria sobre o lançamento do site oficial de Renato Russo. Nela, Carlos Tarán, ex-empresário de Bonfá e Villa-Lobos, criticava o fato de o portal da banda ter sido apagado e de seu domínio redirecionar à página do cantor, projeto de Giuliano.

- Como se sentiriam os fãs dos Beatles se, ao tentar acessar o site oficial da banda, fossem direcionados para o site particular de John Lennon? - disse na ocasião.

Em 2010, um trabalho conjunto entre os ex-membros da banda e os herdeiros de Renato lançou o www.legiaourbana.com.br, site que tinha parte de seu conteúdo elaborado em colabração com os fãs da banda.

Leia abaixo o comunicado na íntegra:

Através da imprensa - e com muita indignação - tomamos conhecimento que no próximo dia 4 de junho será lançada uma nova versão do site "oficial" da **banda Legião Urbana**, desta vez desenvolvido unilateralmente pelo herdeiro de Renato Manfredini Jr, Giuliano, sócio majoritário da **empresa Legião Urbana Produções Artísticas**.

Achamos por bem esclarecer que essa nova versão do site não conta com a participação, apoio ou qualquer tipo de consentimento e/ou autorização da nossa parte.

Informamos que não temos conhecimento algum sobre o conteúdo ou o que esse novo site pretende apresentar, e que também não nos foram solicitadas as eventuais autorizações para o uso da nossa imagem ou das nossas gravações originais.

Como é de conhecimento público, em março deste ano foi lançado - também por parte do herdeiro e da **empresa Legião Urbana Produções Artísticas** - o site oficial www.renatorusso.com.br. Até aí, tudo bem; não fosse o fato do site original da **banda Legião Urbana** (esse sim, site colaborativo desenvolvido conjuntamente pelas três partes da **Legião Urbana** e pelos fãs da banda, em 2010), ter sido por eles apagado e redirecionado para o site par-

Continuação: Dado Villa-Lobos e Bonfá 'indignados' com o novo site da Legião Urbana

ricular de Renato Russo quando digitado www.legiaourbana.com.br.

Levando em consideração tudo isso, aproveitamos para confirmar que:

1) Nem o herdeiro de Renato Manfredini Jr. nem a **empresa Legião Urbana Produções Artísticas** nos representa e tampouco representa idealística e/ou artisticamente a **banda Legião Urbana**.

2) A **empresa Legião Urbana Produções Artísticas** detém perante o **INPI** o registro da **marca comercial /B>LEGIÃO URBANA**, porém, existe um **Processo Judicial com o objetivo de que sejam reconhecidos os nossos direitos sobre o nome da banda que formamos juntamente com Renato Russo e que hoje é conhecida e reconhecida tanto no Brasil quanto no exterior. Quem quiser entender mais sobre esta disputa, pode ler a verdade dos fatos em <http://entendaocasolegioo.blogspot.com.br/>**

3) Não será autorizado por nossa parte o lançamento de qualquer produto da **banda Legião Urbana** (seja esse site, CD's, DVD's, etc.) enquanto o processo que hoje está no âmbito da Justiça não seja resolvido e os nossos direitos sejam reconhecidos.

4) Não existe - nem nunca existiu - nenhum tipo de envolvimento ou participação da nossa parte em projetos ou tributos realizados pelo herdeiro ou pela **empresa Legião Urbana Produções Artísticas** desde o falecimento do Renato.

5) Em momento algum pensamos em nos aproveitar da triste situação de Renato Rocha para tentar ganhar a simpatia dos fãs. Reconhecemos e valorizamos sua participação nos primeiros 3 dos 8 discos de estúdio da Legião, mas a sua saída da banda aconteceu - contratualmente - no começo de 1989. Tanto ele quanto os verdadeiros fãs sabem que tentamos ajudá-lo quando foi necessário, inclusive convidando-o para tocar no último CD de estúdio, chamado **Uma Outra Estação**.

6) Como publicado num comunicado assinado pela própria família Manfredini e por nós no dia 5 de setembro de 2009: "**não existe Legião Urbana sem Renato, Dado e Bonfá**".

RENATO RUSSO = RENATO RUSSO

LEGIÃO URBANA = DADO VILLA-LOBOS + RENATO RUSSO + MARCELO BONFÁ

Richemont, dona da Cartier e Montblanc, quer derrubar sites que vendem imitações no Reino Unido

ECONOMIA



O bracelete Love, best-seller da Cartier, tem reproduções vendidas por internet. Divulgação

Provedores de internet banda larga reagem com cautela

Londres - A suíça Richemont, conglomerado que possui a joalheria Cartier e a relojoaria Montblanc, está apelando a uma alta corte para impedir os britânicos de visitar sete sites que vendem imitações de seus produtos. Para isto, quer que cinco provedores de banda larga - BT, Virgin Media, Sky, TalkTalk and EE - bloqueiem o acesso às páginas. O caso pode se tornar um marco na regulação das atividades de provedores de banda larga, com controle de conteúdo.

O mecanismo que a Richemont pretende usar é o mesmo aplicado para bloquear sites que oferecem filmes e músicas pirata. Porém, enfrenta resistências, pois o processo pode prejudicar varejistas on-line como eBay e Gumtree, que vendem tanto imitações como mercadorias autênticas.

"Se é para bloquear os sites assim, então o Parlamento deveria discutir o assunto antes", disse o ativista Jim Killock, diretor-executivo do Open Rights Group. "A lei não é desenhada para infrações co-

merciais, que são uma atividade completamente diferente de infrações aos **direitos autorais**."

Um dos sete sites que a Richemont quer tirar do ar é o CartierLoveOnline.com, que vende reproduções do bracelete Love, um líder de vendas. Os nomes dos outros não foram relevados.

Desde 2012, pressões legais vem forçando os provedores de banda larga britânicos a tirar do ar web-sites oferecendo download ilegal de jogos, livros, música, filmes e séries de televisão.

Provedoras reagem com cautela

Uma vez que a Justiça foi convencida de que uma organização como The Pirate Bay está violando **direitos autorais**, qualquer endereço de **internet** associado com ela é colocado numa lista de banidos e pode ser bloqueados sem nova ordem judicial. É neste precedente que a Richemont se apoia, argumentando que a empresas de banda larga deveriam ser objeto de injunções do gênero **anti-pirataria** quando as marcas são violadas.

As provedoras de banda larga reagiram pedindo cautela. Gareth Mead, porta-voz da Virgin Media, disse: "O pedido levanta questões legais não testadas e nós achamos que deveria ser cuidadosamente analisado pelas cortes". O representante da BT, por sua vez, afirmou: "Apoiamos completamente a proteção a **direitos autorais** e marcas, no entanto acreditamos que uma revisão total deveria ser feita para qualquer pedido que possa afetar o conteúdo on-line. Estamos revendo o pedido e vamos responder no devido momento."

Extinção de espécies está dez mil vezes mais veloz do que se imaginava, alerta pesquisa

CIÊNCIA



Arara-azul: espécie ameaçada de extinção é encontrada na Caatinga e no Pantanal. Divulgação/Laizer Fishenfeld/4-5-2011

Ação humana sobre a natureza é tão destruidora quanto o fenômeno que causou o fim dos dinossauros

RIO - A ação humana acelerou em mil vezes a extinção de espécies, de acordo com um estudo publicado esta semana na revista "Science". Novas tecnologias para mapear o desmatamento e a destruição de habitats permitiram uma revisão dos números que serviam como base para encontros internacionais, como a Convenção sobre **Diversidade Biológica** (CBD).

Se não houver ações urgentes, o impacto provocado pelo homem no meio ambiente causaria a sexta maior extinção em massa da História do planeta - uma das anteriores foi o desaparecimento dos dinossauros.

Não é simples estimar quantas espécies foram extintas desde o início do século XX, já que, segundo estimativas, apenas 3,6% delas são conhecidas pelos cientistas. Para calcular a velocidade das extinções, os cientistas criaram um modelo matemático levando em conta o percentual de desaparecimento das espécies conhecidas em relação a sua população total e

extrapolaram os resultados.

O estudo defende que a Lista Vermelha de Espécies Ameaçadas seja radicalmente ampliada - a publicação abrigaria 160 mil espécies que correm o risco de extinção, em vez de 70 mil, como ocorre hoje. Esta atualização da listagem pode levar à criação de novas políticas de conservação ambiental.

- Hoje temos novas tecnologias para detectar o desmatamento e analisar o deslocamento de cada espécie - avalia Clinton Jones, coautor do estudo e pesquisador do Instituto de Pesquisas Ecológicas do Brasil (Ipê). - A maioria vive fora das áreas protegidas, por isso a compreensão da mudança de seus ecossistemas é vital. É uma oportunidade para atualizar mapas sobre os impactos e as ameaças a cada área.

Coautor do levantamento, Stuart Limm, professor de Ecologia de Conservação da Universidade de Duke (EUA), ressalta que ainda existe uma "cratera" entre o que os pesquisadores sabem e o que ignoram sobre a biodiversidade do planeta. A tecnologia, no entanto, está preenchendo este espaço, além de estender o acesso a dados científicos para amadores. Bancos de dados on-line e até aplicativos de smartphones facilitam a identificação de espécies.

- Quando combinamos informações sobre o uso da terra com as observações de milhões de cientistas amadores, conseguimos acompanhar melhor a biodiversidade e suas ameaças - assinala. - No entanto, precisamos desenvolver tecnologias ainda mais sofisticadas para sabermos qual é a taxa de extinção das espécies.

Espaço restrito

O homem eliminou os principais predadores e outras grandes espécies. As savanas africanas, por exemplo,

Continuação: Extinção de espécies está dez mil vezes mais veloz do que se imaginava, alerta pesquisa

já cobriram 13,5 milhões de km². Agora, os leões dispõem de somente 1 milhão de km². Trata-se de um exemplo de como a restrição do espaço colabora para as extinções.

- Sabemos que muitas espécies terrestres ocupam pequenas áreas, algumas menores do que o Estado do Rio. - alerta Jones. - Espécies distribuídas em pequenas regiões estão mais vulneráveis à extinção. Precisamos concentrar nossos projetos de conservação nestes locais.

Um dos pontos mais críticos é a Mata Atlântica, uma

das 34 regiões do planeta onde há maior número de espécies exclusivas - ou seja, aquelas que só ocorrem naquele local - enfrentando risco de extinção.

- A floresta remanescente está degradada e há muitas espécies exclusivas em todos os seus ambientes, do solo às montanhas - destaca Jones. - Sua preservação deve ser uma prioridade mundial.

Os oceanos são ainda menos preservados. Somente 2% de suas espécies seriam conhecidas.

Ex-integrantes da Legião Urbana se manifestam contra site da banda

FOTO: DIVULGAÇÃO



A disputa entre os ex-integrantes do Legião e o filho de Renato Russo se arrasta desde meados de 2013

Os músicos Dado Villa-Lobos e Marcelo Bonfá, ex-integrantes da banda de rock Legião Urbana, se manifestaram nesta quinta (29) contra um novo site sobre o grupo, criado pela empresa Legião Urbana Produções Artísticas, hoje nas mãos do filho do vocalista Renato Russo (1960-1996), Giuliano Manfredini.

Em um comunicado divulgado para a imprensa, Dado e Bonfá escrevem que "nem o herdeiro de Renato Manfredini Jr. nem a empresa Legião Urbana Produções Artísticas" os representa, e "tampouco representam a banda" criada por eles, junto com Renato Russo, na década de 1980. O novo portal está previsto para ser lançado no dia 4 de junho.

"Informamos que não temos conhecimento algum sobre o conteúdo ou o que esse novo site pretende apresentar, e que também não nos foram solicitadas as eventuais autorizações para o uso da nossa imagem ou das nossas gravações originais", escrevem os músicos.

Em repúdio às declarações de Dado e Bonfá, a Legião Urbana Produções Artísticas também se manifestou por meio de uma nota nesta quinta-feira, dizendo que

o comunicado dos músicos é "intempestivo" e "patético".

"O site a ser lançado não é o "site oficial" da "banda Legião Urbana", mas o da Legião Urbana, marca histórica cuja propriedade foi deixada por Renato Russo a seus herdeiros", diz o texto enviado à imprensa.

A nota se refere a Dado e Bonfá como "ressentidos".

"Os signatários de tal 'comunicado' promovem confusão e induzem ao erro, ao não relatarem a verdade: a marca 'Legião Urbana' foi criada e registrada por Renato Russo, que doou pequena participação aos dois músicos. Dado e Bonfá revenderam ao próprio Renato o que haviam recebido graciosamente dele, um homem sabidamente generoso. Farta documentação oficial dos cartórios, jamais contestada, prova cabalmente toda questão da propriedade da marca", escreve a empresa.

A disputa entre os ex-integrantes do Legião e o filho de Renato Russo se arrasta desde meados de 2013, quando Dado e Bonfá foram proibidos de utilizar a marca da banda, em mãos da empresa de Manfredini.

Em março deste ano, a questão se acirrou após o lançamento do site www.renatorusso.com.br, dedicado apenas à memória do cantor. Na ocasião, o site original do grupo, criado em 2010, foi apagado e redirecionado para o de Renato Russo.

Atualmente, ao acessar o portal www.legiaourbana.com.br, o internauta é recebido pelo aviso de que um "novo site da banda" estará no ar em breve, e tem a opção de passar para o endereço dedicado ao vocalista.

Em entrevista ao jornal "O Globo", em março deste ano, Carlos Taran, ex-empresário de Dado Villa-Lobos e de Marcelo Bonfá, usou os Beatles para fa-

Continuação: Ex-integrantes da Legião Urbana se manifestam contra site da banda

zer uma comparação com a situação do site da banda brasileira. "Como se sentiriam os fãs dos Beatles se, ao tentar acessar o site oficial da banda, fossem direcionados para o site particular de John Lennon?", disse à época.

A empresa, no comunicado divulgado hoje, critica a analogia, que, segundo escrevem, "engrossa o folclore da MPB pela ausência de humildade". "Nós a [a comparação] rejeitamos em nome do bom senso e da seriedade que deve permear o debate."

DIREITOS

A empresa Legião Urbana Produções Artísticas foi criada em 1987 para proteger os **direitos autorais** dos membros do grupo. Como a legislação indica que apenas uma pessoa física ou jurídica pode ter propriedade sobre uma marca, Renato Russo se tornou o sócio majoritário da empresa e os outros, sócios minoritários.

Na época, a banda entrou com pedidos de registro da

marca Legião Urbana no Instituto Nacional de Propriedade Intelectual. No entanto, os direitos sobre a marca só foram obtidos depois que Dado e Bonfá já haviam deixado a sociedade, e a empresa passou aos cuidados da família de Renato Russo.

Ano passado, a Justiça determinou que os ex-integrantes não poderiam mais usar a marca da banda. "Eles podem se apresentar como ex-integrantes, mas não podem usar a marca. Quem foi o fundador da Legião Urbana foi o Renato Russo", disse na época Sérgio Nery Maia, advogado da Legião Urbana Produções Artísticas. Na nota de hoje à imprensa, a empresa reforça sua posição de que "a Legião Urbana se foi com Renato Russo".

No comunicado divulgado nesta quinta, os ex-integrantes da banda dizem que não pretendem autorizar o lançamento de qualquer produto da banda Legião Urbana "enquanto o processo que hoje está no âmbito da Justiça não seja resolvido".

China acusa EUA de mentirem sobre ciberespionagem como fizeram sobre Iraque

INTERNACIONAL

Pequim, 30 mai (EFE).- O exército da China rompeu o silêncio sobre as acusações feitas pelos Estados Unidos de ciberespionagem contra cinco de seus membros, e rebateu ao afirmar que Washington falsificou provas como fez com as supostas armas de destruição em massa que justificaram a intervenção militar americana no Iraque, em 2003. "As supostas provas apresentadas (no caso da espionagem) lembram as da Guerra do Iraque, quando os EUA garantiram que tinham evidências suficientes sobre armas de destruição em massa, mas mais de uma década depois ainda não foram encontradas", alfinetou em entrevista coletiva o porta-voz do Ministério da Defesa chinês, Geng Yansheng. Citado pela agência de notícias "Xinhua", o porta-voz militar afirmou que os Estados Unidos "têm vantagens únicas em tecnologia de **internet** e infraestrutura" com as quais demonstrou ser capaz e estar disposto a fabricar falsas provas para justificar suas ações. Geng acrescentou que os EUA não deram ainda explicações sobre suas próprias redes de espionagem a líderes políticos estrangeiros, empresas e indivíduos, apesar do sistema de vigilância global Prism ter sido divulgado ao mundo há um ano, após as revelações do ex-técnico da CIA Edward Snowden. "Os EUA não estão em condição de apontar o dedo a ninguém enquanto seus notórios erros continuam sem correção", destacou o porta-voz, que ressaltou que o governo chinês prepara novas ações em protesto pela acusação a cinco

membros do exército chinês de espionagem industrial. O procurador-geral dos Estados Unidos, Eric Holder, após anunciar a apresentação de acusações, afirmou que a espionagem chinesa buscava dar vantagens competitivas a empresas estatais do país asiático com a ajuda de uma unidade militar de hackers sediada em Xangai. Entre as empresas afetadas pela suposta espionagem eletrônica industrial estariam United States Steel, Alcoa, Westinghouse Electric, SolarWorld e Alleghny Technologies, dos setores energético, de alumínio e siderúrgico. Um dia depois destas acusações, em 20 de maio, a China anunciou a ruptura do diálogo bilateral com os EUA em matéria de segurança. Os cinco militares chineses acusados nos EUA, que estão em território chinês, são Wang Dong (que na **internet** utilizava o sinônimo "UglyGorilla"), Gu Chunhui (conhecido como "KandyGoo"), Huang Zhenyu, Wen Xinyu e Sun Kailiang, este último com **patente** de capitão. Segundo relatório do Centro de Desenvolvimento da internet da China, publicado em 15 de maio, servidores radicados nos EUA foram a origem de um terço dos ataques que 10,9 milhões de computadores sofreram ano passado dentro do território chinês para poderem ser controlados desde o exterior. EFE abc/cd

Copyright Efe - Todos os direitos de reprodução e apresentação são reservados para a Agência Efe

Operação em favor da Fifa tem 15 prisões e toneladas de material apreendido

REDAÇÃO

Aiuri Rebello, Guilherme Costa, Vagner Magalhães e Vinícius Konchinski Do UOL em Brasília, São Paulo e no Rio de Janeiro*

Prisões, apreensões de produtos e de ingressos da Copa do Mundo. Receita Federal mobilizada em portos e aeroportos. Batalhões de policiais, guardas, fiscais e agentes públicos em alerta. Uma força-tarefa do poder público, que está nas ruas desde a semana passada, até agora já resultou na prisão ou detenção de pelo menos 15 pessoas, apreensão de toneladas de produtos e de pelo menos seis ingressos do Mundial de futebol nas regiões metropolitanas das 12 cidades-sede que receberão o torneio dentro de 14 dias.

O foco da operação é o combate à violação dos direitos comerciais da Fifa e suas parceiras na realização da Copa, e é feita por agentes do governo federal, estadual e municipal. Produtos não licenciados ou falsificados que tragam as marcas oficiais da competição futebolística, da Fifa, de entidades esportivas e empresas parceiras são apreendidos seja no comércio ambulante ou em lojas. **Marcas** concorrentes das empresas parceiras e patrocinadoras do evento têm restrições de venda e publicidade em um raio de um a três quilômetros em volta dos estádios da Copa.

Os acusados são responsabilizados civil e criminalmente. A missão de fazer essa fiscalização foi aceita pelo governo federal e pelas sedes quando ganhou o Brasil ganhou direito de realizar o Mundial deste ano, em 2007, e foi posteriormente incluída na Lei Geral da Copa, aprovada em 2012.

No Rio de Janeiro, por enquanto, o foco das forças de segurança está no combate à venda ilegal de entradas para os jogos. Na terça-feira da semana passada (dia 20), a Polícia Civil fluminense deu início à "Operação Torcedor", visando justamente coibir a ação de cam-

bistas. Até agora, três pessoas já foram presas enquanto tentavam comercialização bilhetes para os jogos: duas na semana passada e uma nessa terça-feira (27).

Na semana passada, policiais da Decon (Delegacia do Consumidor) prenderam em flagrante um cambista que oferecia ingressos por R\$ 800. Na sexta (23), foi a vez de uma mulher ser presa no shopping da Zona Norte enquanto negociava tíquetes por R\$ 7.000. Por último, na terça, um cambista que vendia quatro ingressos do Mundial. Ele cobrava R\$ 27.000 por entradas para as quartas de final da Copa e R\$ 38.000 por um bilhete da final. Já em Curitiba, um cambista foi preso no dia 14 deste mês, vendendo ingressos para o jogo-teste da Arena Baixada. Naquele dia, o Atlético-PR, dono do estádio, enfrentou Corinthians em um amistoso que serviu para avaliar a estrutura da arena paranaense do Mundial de 2014. O Corinthians venceu por 2 a 1.

Pirataria, contrabando e afins

O CNCP (**Conselho Nacional de Combate à Pirataria** e Delitos contra a Propriedade Intelectual), vinculado ao Ministério da Justiça, firmou um acordo de cooperação com as prefeituras das 12 cidades-sede para capacitar guardas, policiais e fiscais a identificar produtos não autorizados. Em março e abril a "Operação Gol 14", desencadeada pela Receita Federal, apreendeu nos portos de todo o país cerca de 700 mil itens e duas toneladas de roupas contrabandeadas e falsificados. O objetivo anunciado da operação foi intensificar a luta contra a **falsificação** de produtos esportivos durante a preparação para a Copa. Outras ações do gênero devesse repetir.

Segundo informações da Receita, a operação foi um esforço conjunto do governo brasileiro, da União Eu-

Continuação: Operação em favor da Fifa tem 15 prisões e toneladas de material apreendido

ropeia, da Organização Mundial das Alfândegas e da Federação das Indústrias de Bens Esportivos Europeia para mostrar que os grandes eventos esportivos "não são mais um mercado para falsificações". De 224 contêineres fiscalizados na ação, 24 tinham mercadorias falsificadas. Entre as principais marcas esportivas estampadas em produtos contrabandeados estavam a Adidas, Nike e Fifa. Produtos não relacionados à Copa também foram apreendidos.

Localmente nas cidades-sede, as ações de fiscalização e repressão também já começaram. Em Brasília seis pessoas foram detidas e depois liberadas por comercializar produtos falsificados, a maioria camisas de seleções da Copa, desde a semana passada. Três mil peças foram apreendidas na "Feira dos Importados do SIA" em operação conjunta da Polícia Civil com a Seops (Secretaria de Ordem Pública e Social). No DF, 40 agentes participam da "Operação Mundial 2014" que vai até o fim de dezembro deste ano. Na segunda-feira (26), cerca de 50 itens entre camisas, bandeiras e calções esportivos foram apreendidos de um ambulante que não foi preso.

No porto de Manaus, a Receita Federal fez duas apreensões grandes ligadas à Copa este ano: 160 mil produtos -- 20 toneladas de artigos de decoração, festa e utensílios domésticos -- com temas e marcas da Copa. A carga foi importada do Peru por uma distribuidora que será processada e multada, e os produtos serão destruídos. Outros 7,2 mil porta-retratos não-licenciados com o logo da Copa estão no porto manauara aguardando destruição. A Fifa move processo contra a empresa importadora do material.

Em Salvador, a Decon (Delegacia de Defesa do Consumidor) tem feito operações e nesta quarta-feira (28) apreendeu 300 camisas falsificadas de seleções da Copa em duas lojas da capital baiana. De acordo com a delegada da Decon, Carla Santos Ramos, até o final da competição serão feitas ações em parceria com outros órgão públicos para combater a pirataria e os cambistas. O proprietário das lojas foi ouvido e

liberado. Ele vai responder por crime de violação de propriedade industrial e também por desacato, porque agrediu verbalmente um dos investigadores no momento da apreensão dos produtos.

Já em Natal, dezenas de bolas Brazuca (a bola oficial da Copa) e camisas de seleções falsificadas foram apreendidas no começo da semana -- todos com a logomarca da Adidas. Três lojistas foram detidos e vão responder em liberdade por falsificação de produtos.

Em São Paulo, o Deic (Departamento de Investigações Criminais) da Polícia Civil fechou no dia 20 uma confecção ilegal de camisas de seleções da Copa na zona leste da capital. O dono da fábrica foi preso, pagou fiança e responderá ao processo em liberdade. Em Cuiabá as apreensões ainda não começaram, mas houve uma operação conjunta da Prefeitura e da Polícia Civil na terça-feira no entorno da Arena Pantanal e nas imediações da Fan Fest, para orientar os comerciantes.

Em Porto Alegre e Belo Horizonte não houve ocorrências ligadas aos direitos da Fifa, de acordo com os governos locais. A reportagem do **UOL Esporte** não obteve informações sobre a operação em Fortaleza e no Recife. Parte das apreensões da "Operação Gol 14" da Receita foram feitas no Porto de Suape, em Pernambuco.

"As sanções podem ser aplicadas no âmbito civil, com pedidos de indenização por perdas e danos, ou no criminal, com detenção de 3 meses a um ano ou pagamento de multa", confirma a advogada Andreia de Andrade Gomes, sócia da área de Propriedade Intelectual de TozziniFreire Advogados. O processo criminal dos envolvidos depende de representação. No caso de produtos falsificados, a pena pode chegar a quatro anos de prisão.

A Fifa não divulga detalhes mas diz que, desde 2010, já identificou e acionou 500 casos de violação dos seus direitos no país. São situações em que uma das 1.116 marcas exclusivas que a Fifa registrou no Bra-

Continuação: Operação em favor da Fifa tem 15 prisões e toneladas de material apreendido

sil -- entre termos, logotipos e nomes -- com proteção de patente concedida pelo **Inpi** (Instituto Nacional da **Propriedade Industrial**), foi violada.

A lista engloba símbolos do evento, logotipos, emblemas, fonte de letra, o mascote Fuleco até termos como "Copa do Mundo", "Brasil 2014" e o nome de todas as cidades-sede seguido de "201Força4".

A entidade máxima do futebol mundial já declarou que está de olho em ações ilegais que podem pre-

judicar seus patrocinadores ou compradores de ingressos da Copa. A entidade monitora também monitora o uso irregular de suas marcas e já declarou que pode tomar medidas legais em casos específicos. "A Fifa tem a obrigação de tomar medidas contra qualquer reprodução não autorizada de suas marcas em um contexto comercial, sob pena de perder o seu direito legal sobre tais obras", informou a entidade. * *(Com informações da Agência Brasil)*

Governos de Lula e Dilma aderiram à agenda da direita mais retrógrada

ROBERTO FREIRE

Quando venceu as eleições presidenciais anunciando que a esperança vencera o medo, o Partido dos Trabalhadores deu início àquela que se desenhava como a primeira experiência real das esquerdas no comando do país.

Doze anos depois, o PT recorre aos instrumentos mais conservadores para se perpetuar no poder, desqualificando adversários e propagando o discurso do medo do qual foi vítima em um passado recente.

A guinada do partido é simbolizada na propaganda em que os petistas assustam a população sobre o risco da volta de "fantasmas do passado", numa tentativa de atacar um dos candidatos da oposição no pleito de outubro.

O terrorismo midiático foi tão escandaloso que o Tribunal Superior Eleitoral suspendeu a veiculação do comercial na TV por se tratar de propaganda eleitoral antecipada.

A funcionalidade conservadora incorporada ao discurso do medo também é perceptível no modo petista de governar o país. O grande exemplo é o Bolsa Família, que nada tem de progressista ou transformador. O "maior programa de transferência de renda do mundo" é respaldado por conceitos classicamente liberais defendidos pelos criadores das chamadas políticas compensatórias.

Sérgio Lima/Folhapress Enquanto reivindica para si o monopólio da esquerda, o PT se vê obrigado a defender um governo que atendeu à banca financeira como "nunca antes neste país" Roberto Freire, deputado federal e presidente nacional do PPS, sobre

Anunciado como o suprasumo das políticas sociais, o Bolsa Família pode até melhorar o presente, mas não transforma profundamente a realidade e mantém

alienada a população espoliada ou excluída pelo sistema. A diferença em relação às velhas práticas dos coronéis -- hoje transmutados em fiéis aliados do lulopetismo -- é que a cooptação dos mais pobres é feita por meio de um cartão eletrônico.

Ao optar pelo caminho mais fácil da popularidade, Lula e o PT legaram a Dilma Rousseff um país muito diferente da fantasia vendida pelo marketing irresponsável. Segundo o IBGE, o contingente de brasileiros que não trabalham nem procuram emprego chega a 62 milhões (39% das pessoas em idade para trabalhar). Entre os jovens de 15 a 29 anos, 9,6 milhões (19,6%) não estudam nem trabalham, formando a geração dos "nem-nem".

Na educação, outro desastre. Após uma queda constante desde 1998, o índice de analfabetismo no país voltou a crescer em 2012, de acordo com o mesmo IBGE: 13,2 milhões de pessoas não sabiam ler nem escrever, o equivalente a 8,7% dos brasileiros com 15 anos ou mais. No ano anterior, havia 12,9 milhões de analfabetos (8,6%).

Sérgio Lima/Folhapress A diferença do Bolsa Família em relação às velhas práticas dos coronéis é que a cooptação dos mais pobres é feita por meio de um cartão eletrônico Roberto Freire, deputado federal e presidente nacional do PPS, sobre o programa de transferência de renda do governo federal

Enquanto reivindica para si o monopólio da esquerda, o PT se vê obrigado a defender um governo que atendeu à banca financeira como "nunca antes neste país", para usar expressão tornada célebre por Lula. Só no primeiro trimestre do ano, o lucro dos quatro principais bancos brasileiros foi de R\$ 10,5 bilhões, insuficiente para evitar o corte de mais de 2 mil postos de trabalho no setor.

Continuação: Governos de Lula e Dilma aderiram à agenda da direita mais retrógrada

Em 2013, os empréstimos do Tesouro aos bancos públicos, em especial o BNDES, somaram R\$ 438 bilhões. O apadrinhamento do governo para criar grandes capitalistas gerou, inclusive, um desastre recente que atende pelo nome de Eike Batista.

No campo da ciência, o medo também venceu a esperança. O PT se rende ao fundamentalismo religioso e não admite avanços na pesquisa científica, por exemplo. Ao lado das forças do atraso, o governo se articula para barrar eventuais mudanças na Lei de **Biossegurança**, ignorando o potencial social da biotecnologia consagrado por outros países e referendado por organismos internacionais como a Organização Mundial da Saúde.

O apadrinhamento do governo para criar grandes capitalistas gerou, inclusive, um desastre recente que atende pelo nome de Eike Batista Roberto Freire, deputado federal e presidente do PPS, sobre a política econômica do governo Dilma

Para onde quer que se olhe, o partido que recebeu o voto dos brasileiros não entregou o que prometeu. Com o coronelismo assistencialista disfarçado sob uma nova roupagem, as alianças espúrias com o que há de mais atrasado na política brasileira e a associação desbragada com o sistema financeiro, o atual governo não será capaz de levar a cabo as mudanças desejadas por 74% da população, segundo o Datafolha.

Se os petistas ainda preservam alguns valores caros à esquerda, os governos de Lula e Dilma aderiram à agenda da direita mais retrógrada. O medo venceu o PT.

Roberto Freire

deputado federal (PPS-SP) e presidente nacional do PPS

Operação em favor da Fifa tem 15 prisões e toneladas de material apreendido

Por: Uol

Médico afasta risco de cortes e vê seleção fisicamente inteira para a Copa. Prisões, apreensões de produtos e de ingressos da Copa do Mundo. Receita Federal mobilizada em portos e aeroportos. Batalhões de policiais, guardas, fiscais e agentes públicos em alerta. Uma força-tarefa do poder público, que está nas ruas desde a semana passada, até agora já resultou na prisão ou detenção de pelo menos 15 pessoas, apreensão de toneladas de produtos e de pelo menos seis ingressos do Mundial de futebol nas regiões metropolitanas das 12 cidades-sede que receberão o torneio dentro de 14 dias.

O foco da operação é o combate à violação dos direitos comerciais da Fifa e suas parceiras na realização da Copa, e é feita por agentes do governo federal, estadual e municipal. Produtos não licenciados ou falsificados que tragam as marcas oficiais da competição futebolística, da Fifa, de entidades esportivas e empresas parceiras são apreendidos seja no comércio ambulante ou em lojas. Marcas concorrentes das empresas parceiras e patrocinadoras do evento têm restrições de venda e publicidade em um raio de um a três quilômetros em volta dos estádios da Copa.

Os acusados são responsabilizados civil e criminalmente. A missão de fazer essa fiscalização foi aceita pelo governo federal e pelas sedes quando ganhou o Brasil o direito de realizar o Mundial deste ano, em 2007, e foi posteriormente incluída na Lei Geral da Copa, aprovada em 2012.

No Rio de Janeiro, por enquanto, o foco das forças de segurança está no combate à venda ilegal de entradas para os jogos. Na terça-feira da semana passada (dia 20), a Polícia Civil fluminense deu início à "Operação Torcedor", visando justamente coibir a ação de cambistas. Até agora, três pessoas já foram presas en-

quanto tentavam comercialização bilhetes para os jogos: duas na semana passada e uma nessa terça-feira (27).

Na semana passada, policiais da Decon (Delegacia do Consumidor) prenderam em flagrante um cambista que oferecia ingressos por R\$ 800. Na sexta (23), foi a vez de uma mulher ser presa no shopping da Zona Norte enquanto negociava tíquetes por R\$ 7.000. Por último, na terça, um cambista que vendia quatro ingressos do Mundial. Ele cobrava R\$ 27.000 por entradas para as quartas de final da Copa e R\$ 38.000 por um bilhete da final.

Já em Curitiba, um cambista foi preso no dia 14 deste mês, vendendo ingressos para o jogo-teste da Arena Baixada. Naquele dia, o Atlético-PR, dono do estádio, enfrentou Corinthians em um amistoso que serviu para avaliar a estrutura da arena paranaense do Mundial de 2014. O Corinthians venceu por 2 a 1.

Pirataria, contrabando e afins

O CNCP (**Conselho Nacional de Combate à Pirataria** e Delitos contra a Propriedade Intelectual), vinculado ao Ministério da Justiça, firmou um acordo de cooperação com as prefeituras das 12 cidades-sede para capacitar guardas, policiais e fiscais a identificar produtos não autorizados. Em março e abril a "Operação Gol 14", desencadeada pela Receita Federal, apreendeu nos portos de todo o país cerca de 700 mil itens e duas toneladas de roupas contrabandeadas e falsificadas. O objetivo anunciado da operação foi intensificar a luta contra a falsificação de produtos esportivos durante a preparação para a Copa. Outras ações do gênero devesse repetir.

Segundo informações da Receita, a operação foi um esforço conjunto do governo brasileiro, da União Europeia, da Organização Mundial das Alfândegas e da

Continuação: Operação em favor da Fifa tem 15 prisões e toneladas de material apreendido

Federação das Indústrias de Bens Esportivos Europeia para mostrar que os grandes eventos esportivos "não são mais um mercado para falsificações". De 224 contêineres fiscalizados na ação, 24 tinham mercadorias falsificadas. Entre as principais marcas esportivas estampadas em produtos contrabandeados estavam a Adidas, Nike e Fifa. Produtos não relacionados à Copa também foram apreendidos.

Localmente nas cidades-sede, as ações de fiscalização e repressão também já começaram. Em Brasília seis pessoas foram detidas e depois liberadas por comercializar produtos falsificados, a maioria camisas de seleções da Copa, desde a semana passada. Três mil peças foram apreendidas na "Feira dos Importados do SIA" em operação conjunta da Polícia Civil com a Seops (Secretaria de Ordem Pública e Social). No DF, 40 agentes participam da "Operação Mundial 2014" que vai até o fim de dezembro deste ano. Na segunda-feira (26), cerca de 50 itens entre camisas, bandeiras e calções esportivos foram apreendidos de um ambulante que não foi preso.

No porto de Manaus, a Receita Federal fez duas apreensões grandes ligadas à Copa este ano: 160 mil produtos -- 20 toneladas de artigos de decoração, festa e utensílios domésticos -- com temas e marcas da Copa. A carga foi importada do Peru por uma distribuidora que será processada e multada, e os produtos serão destruídos. Outros 7,2 mil porta-retratos não-licenciados com o logo da Copa estão no porto manauara aguardando destruição. A Fifa move processo contra a empresa importadora do material.

Em Salvador, a Decon (Delegacia de Defesa do Consumidor) tem feito operações e nesta quarta-feira (28) apreendeu 300 camisas falsificadas de seleções da Copa em duas lojas da capital baiana. De acordo com a delegada da Decon, Carla Santos Ramos, até o final da competição serão feitas ações em parceria com outros órgão públicos para combater a pirataria e os cambistas. O proprietário das lojas foi ouvido e liberado. Ele vai responder por crime de violação de

propriedade industrial e também por desacato, porque agrediu verbalmente um dos investigadores no momento da apreensão dos produtos.

Já em Natal, dezenas de bolas Brazuca (a bola oficial da Copa) e camisas de seleções falsificadas foram apreendidas no começo da semana -- todos com a logomarca da Adidas. Três lojistas foram detidos e vão responder em liberdade por falsificação de produtos.

Em São Paulo, o Deic (Departamento de Investigações Criminais) da Polícia Civil fechou no dia 20 uma confecção ilegal de camisas de seleções da Copa na zona leste da capital. O dono da fábrica foi preso, pagou fiança e responderá ao processo em liberdade. Em Cuiabá as apreensões ainda não começaram, mas houve uma operação conjunta da Prefeitura e da Polícia Civil na terça-feira no entorno da Arena Pantanal e nas imediações da Fan Fest, para orientar os comerciantes.

Em Porto Alegre e Belo Horizonte não houve ocorrências ligadas aos direitos da Fifa, de acordo com os governos locais. A reportagem do UOL Esporte não obteve informações sobre a operação em Fortaleza e no Recife. Parte das apreensões da "Operação Gol 14" da Receita foram feitas no Porto de Suape, em Pernambuco.

"As sanções podem ser aplicadas no âmbito civil, com pedidos de indenização por perdas e danos, ou no criminal, com detenção de 3 meses a um ano ou pagamento de multa", confirma a advogada Andreia de Andrade Gomes, sócia da área de Propriedade Intelectual de TozziniFreire Advogados. O processo criminal dos envolvidos depende de representação. No caso de produtos falsificados, a pena pode chegar a quatro anos de prisão.

A Fifa não divulga detalhes mas diz que, desde 2010, já identificou e acionou 500 casos de violação dos seus direitos no país. São situações em que uma das 1.116 marcas exclusivas que a Fifa registrou no Brasil -- entre termos, logotipos e nomes -- com proteção

Continuação: Operação em favor da Fifa tem 15 prisões e toneladas de material apreendido

de patente concedida pelo **Inpi** (Instituto Nacional da Propriedade Industrial), foi violada.

A lista engloba símbolos do evento, logotipos, emblemas, fonte de letra, o mascote Fuleco até termos como "Copa do Mundo", "Brasil 2014" e o nome de todas as cidades-sede seguido de "201Força4".

A entidade máxima do futebol mundial já declarou que está de olho em ações ilegais que podem pre-

judicar seus patrocinadores ou compradores de ingressos da Copa. A entidade monitora também monitora o uso irregular de suas marcas e já declarou que pode tomar medidas legais em casos específicos. "A Fifa tem a obrigação de tomar medidas contra qualquer reprodução não autorizada de suas marcas em um contexto comercial, sob pena de perder o seu direito legal sobre tais obras", informou a entidade.

Fifa proíbe jogadores de faturar nas redes sociais na Copa

ESPORTES



Vanderlei Almeida/AFP

O jogador Neymar da seleção brasileira, em treino no campo da Granja Comary, em Teresópolis, na Região Serrana do Rio de Janeiro, nesta quinta-feira (29)

Atletas com mais de 3 milhões de seguidores chegam a ganhar R\$ 50.000 por post

A Fifa proibiu o uso das redes sociais pelos jogadores para fins de publicidade durante a Copa do Mundo, de 12 de junho a 13 de julho, no Brasil. A entidade enviou um regulamento de mídia e marketing para as 32 seleções participantes do torneio, informando que o merchandising nas redes será considerado como **marketing de emboscada**. A CBF orientou os atletas sobre as medidas e seguirá a resolução.

Na seleção brasileira, Neymar, Bernard, Hulk, David Luiz e Daniel Alves, por exemplo, usam posts patrocinados para ganhar dinheiro. Neymar tem como patrocinadores as empresas Claro e Panasonic, rivais de parceiras da Fifa, Oi e Sony. Há dois artigos na Lei Geral da Copa que legitimam punições como multas às empresas e até prisões aos responsáveis pelo **marketing de emboscada** durante a competição.



Vanderlei Almeida/AFP

O técnico Luiz Felipe Scolari durante sessão de treino da seleção brasileira de futebol na Granja Comary, em Teresópolis, região serrana do Rio de Janeiro, na manhã desta quinta-feira (29)

Atletas com mais de 3 milhões de seguidores nas redes chegam a faturar até 50.000 reais por um post patrocinado. Neymar tem mais de 10,5 milhões de seguidores no Twitter, e mais de 5 milhões no Instagram; Daniel Alves tem pouco mais de 4,3 milhões de fãs no Twitter; David Luiz tem quase 2,5 milhões de seguidores no Twitter; e Hulk passa dos 666.000 seguidores no Instagram. (Com agência *Gazeta Press*)

Continuação: Fifa proíbe jogadores de faturar nas redes sociais na Copa

Vanderlei Almeida/AFP



A seleção brasileira faz sua preparação para disputar a Copa do Mundo de 2014, nesta quinta-feira (29), no campo da Granja Comary, em Teresópolis, na Região Serrana do Rio de Janeiro

Hassan Ammar/AP



O jogador Hulk da seleção brasileira, em treino no campo da Granja Comary, em Teresópolis, na Região Serrana do Rio de Janeiro, nesta quinta-feira (29)

Continuação: Fifa proíbe jogadores de faturar nas redes sociais na Copa

Vanderlei Almeida/AFP



O jogador Neymar da seleção brasileira, em treino no campo da Granja Comary, em Teresópolis, na Região Serrana do Rio de Janeiro, nesta quinta-feira (29)

Vanderlei Almeida/AFP



A seleção brasileira faz sua preparação para disputar a Copa do Mundo de 2014, nesta quinta-feira (29), no campo da Granja Comary, em Teresópolis, na Região Serrana do Rio de Janeiro

Continuação: Fifa proíbe jogadores de faturar nas redes sociais na Copa

Vanderlei Almeida/AFP



O técnico Luiz Felipe Scolari durante sessão de treino da seleção brasileira de futebol na Granja Comary, em Teresópolis, região serrana do Rio de Janeiro, na manhã desta quinta-feira (29)

Vanderlei Almeida/AFP



O jogador Neymar da seleção brasileira, em treino no campo da Granja Comary, em Teresópolis, na Região Serrana do Rio de Janeiro, nesta quinta-feira (29)

Continuação: Fifa proíbe jogadores de faturar nas redes sociais na Copa

Vanderlei Almeida/AFP



O técnico Luiz Felipe Scolari durante sessão de treino da seleção brasileira de futebol na Granja Comary, em Teresópolis, região serrana do Rio de Janeiro, na manhã desta quinta-feira (29)

Índice remissivo de assuntos

Marco regulatório | INPI

6, 17, 28, 54, 62, 67

Direitos Autorais

8, 12, 15, 22, 24, 26, 36, 39, 42, 45, 50, 52, 56, 59, 61

Inovação

10, 25, 34

Marco regulatório | Anvisa

13, 23, 30, 48

Patentes

14, 61

Marcas

19, 41, 47, 50, 52, 62, 70

ABPI

28

Propriedade Intelectual

28

Pirataria

31, 39, 44, 45, 46, 56, 62, 67

Direitos Autorais | Direito da Personalidade

37

Pirataria | Biopirataria

57, 65

Propriedade Industrial

62