ADRIANA CARVALHO PINTO VIEIRA
KELLY LISSANDRA BRUCH
LILIANA LOCATELLI
PATRÍCIA MARIA DA SILVA BARBOSA

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA, SIGNOS COLETIVOS E DESENVOLVIMENTO

3

AYA EDITORA
2021

Direção Editorial
Prof.° Dr. Adriano Mesquita Soares

Organizadoras
Prof.ª Dr.ª Adriana Carvalho Pinto Vieira
Prof.ª Dr.ª Kelly Lissandra Bruch
Prof.ª Dr.ª Liliana Locateli
Prof.ª Dr.ª Patricia Maria da Silva Barbosa

Capa
AYA Editora

Revisão
Os Autores

Executiva de Negócios
Ana Lucia Ribeiro Soares

Produção Editorial
AYA Editora

Imagens de Capa
br.freepik.com

Área do Conhecimento
Ciências Sociais Aplicadas

Conselho Editorial

Prof.° Dr. Aknaton Toczek Souza
Centro Universitário Santa Amélia
Prof.ª Dr.ª Andreia Antunes da Luz
Faculdade Sagrada Família
Prof.° Dr. Carlos López Noriega
Universidade São Judas Tadeu e Lab. Biomecatrônica - Poli - USP
Prof.° Me. Clécio Danilo Dias da Silva
Centro Universitário FACEX
Prof.ª Dr.ª Daiane Maria De Genaro Chiroli
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof.ª Dr.ª Déborah Aparecida Souza dos Reis
Universidade do Estado de Minas Gerais
Prof.ª Dr.ª Eliana Leal Ferreira Hellvig
Universidade Federal do Paraná
Prof.° Dr. Gilberto Zammar
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof.ª Dr.ª Ingridi Vargas Bortolaso
Universidade de Santa Cruz do Sul
Prof.ª Ma. Jaqueline Fonseca Rodrigues
Faculdade Sagrada Família
Prof.° Dr. João Luiz Kovaleski
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof.° Me. Jorge Soistak
Faculdade Sagrada Família
Prof.° Me. José Henrique de Goes
Centro Universitário Santa Amélia
Prof.ª Dr.ª Leozenir Mendes Betim
Faculdade Sagrada Família e Centro de Ensino Superior dos Campos Gerais
Prof.ª Ma. Lucimara Glap
Faculdade Santana
Prof.° Dr. Luiz Flávio Arreguy Maia-Filho
Universidade Federal Rural de Pernambuco
Prof.° Me. Luiz Henrique Domingues
Universidade Norte do Paraná
Prof.° Dr. Marcos Pereira dos Santos
Faculdade Rachel de Queiroz
Prof.° Me. Myller Augusto Santos Gomes
Universidade Estadual do Centro-Oeste
Prof.ª Dr.ª Pauline Balabuch
Faculdade Sagrada Família
Prof.° Me. Pedro Fauth Manhães Miranda
Centro Universitário Santa Amélia
Prof.ª Dr.ª Regina Negri Pagani
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof.° Dr. Ricardo dos Santos Pereira
Instituto Federal do Acre
Prof.ª Ma. Rosângela de França Bail
Centro de Ensino Superior dos Campos Gerais
Prof.° Dr. Rudy de Barros Ahrens
Faculdade Sagrada Família
Prof.° Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares
Universidade Federal do Piauí
Prof.ª Ma. Silvia Apª Medeiros Rodrigues
Faculdade Sagrada Família
Prof.ª Dr.ª Silvia Gaia
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof.ª Dr.ª Sueli de Fátima de Oliveira Miranda Santos
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof.ª Dr.ª Thaisa Rodrigues
Instituto Federal de Santa Catarina

© 2021 - AYA Editora - O conteúdo deste Livro foi enviado pelos autores para publicação de acesso aberto, sob os termos e condições da Licença de Atribuição Creative Commons 4.0 Internacional **(CC BY 4.0)**. As ilustrações e demais informações contidas desta obra são integralmente de responsabilidade de seus autores.

I3991 Indicação geográfica, signos coletivos e desenvolvimento 3. / Organizadora Adriana Carvalho Pinto Vieira...[et.al] . -- Ponta Grossa: Aya, 2021. 147p. – ISBN: 978-65-88580-41-7

Inclui biografia
Inclui índice
Formato: PDF
Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader.
Modo de acesso: World Wide Web.
DOI 10.47573/aya.88580.2.27

1. Indicação geográfica. 2. Economia regional. 3. Artesanato. 4. Patentes. 5. Propriedade intelectual - Aspectos econômicos. 6. Cultura. I. Vieira, Adriana Carvalho Pinto. II. Bruch, Kelly Lissandra. III. Locateli, Liliana. IV. Barbosa, Patricia Maria da Silva. V. Título

CDD: 306.36

Ficha catalográfica elaborada pela bibliotecária Bruna Cristina Bonini - CRB 9/1347

International Scientific Journals Publicações de Periódicos e Editora EIRELI
AYA Editora©
CNPJ: 36.140.631/0001-53
Fone: +55 42 3086-3131
E-mail: contato@ayaeditora.com.br
Site: https://ayaeditora.com.br
Endereço: Rua João Rabello Coutinho, 557
Ponta Grossa - Paraná - Brasil
84.071-150

Prefácio

Vivemos num tempo rico em oportunidades, no qual podemos ver o mundo no seu todo, como também na individualidade das suas partes. Os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável - ODS, estabelecidos pela Assembleia Geral das Nações Unidas, pelo seu alcance mundial, traça uma visão inclusiva (“todos”), na ótica do desenvolvimento sustentável nas vertentes sociais, econômicas e ambientais. O conjunto de objetivos/metas contemplado oportuniza caminhar para um desenvolvimento sustentável contemplando a heterogeneidade inerente à construção histórica das sociedades e países, que possuem realidades próprias, como no caso do Brasil. E podemos nos indagar sobre qual é a contribuição da propriedade intelectual na busca pelo desenvolvimento sustentável, na ótica das indicações geográficas, outros signos distintivos e temas afins.

É fato que a PI tem crescido em importância no cenário nacional. Aproveito o tema desta publicação para trazer à reflexão um olhar para o desenvolvimento endógeno da realidade nacional, na ótica da PI aplicada às culturas autóctones do Brasil - povos e comunidades tradicionais, e suas implicações ambientais, sociais, culturais e econômicas. Nesta vertente, me ocorre o referencial conceitual da “inovação social” - resultando no conhecimento aplicado às necessidades sociais - aquele que é autoconstruído pelos atores locais gerando soluções novas e duradouras para grupos sociais e comunidades. Estão contemplados aqui temas associados ao etnodesenvolvimento, conservação e uso da agrobiodiversidade, sociobiodiversidade, diferenciação dos produtos com origem associada ao território, preservação dos valores identitários, reconhecimento e proteção de ativos materiais e imateriais no âmbito local ou internacional, formulação e implementação de políticas públicas de alcance endógeno, governança, apropriação dos benefícios pelas comunidades locais.

Dentro deste contexto e realidade brasileira, fica a questão: num mundo complexo e multifacetado, poderá a propriedade intelectual assimilar as necessidades de “ver de uma nova forma”? promover o “desenvolvimento sustentável endógeno” dos diferentes povos e comunidades? se abrir para gerar soluções sustentáveis para os desafios, que possam orgulhar gerações futuras?

Esta obra contempla abordagens diversas, no guarda-chuvas das indicações geográficas e outros signos coletivos, na ótica da propriedade intelectual como instrumento de desenvolvimento, oportunidade para subsidiar o debate sobre o futuro que estamos construindo para os desafios do Brasil e do mundo.

Jorge Tonietto

Pesquisador da Embrapa

SUMÁRIO

Apresentação 8

01

Indicações geográficas, desenvolvimento local e artesanato..... 10

Fabrício Carvalho da Silva

Ana Eleonora Almeida Paixão

DOI: 10.47573/aya.88580.2.27.1

02

A prospectiva territorial e as Indicações Geográficas: caminhos do desenvolvimento 20

Thomaz Fronzaglia

DOI: 10.47573/aya.88580.2.27.2

03

A marca de certificação como instrumento de proteção dos conhecimentos tradicionais aplicados no artesanato indígena..... 36

Rafael dos Santos Viveiros de Faria

Alexandre Guimarães Vasconcellos

DOI: 10.47573/aya.88580.2.27.3

04

Propriedade intelectual em comunidades tradicionais: o etnodesenvolvimento em terras indígenas brasileiras atrelado a indicação geográfica..... 52

Silvia Cristina Vieira Gomes.
Ana Elisa Bressan Smith Lourenzani.
Adriana Carvalho Pinto Vieira.
Cristiane Hengler Corrêa Bernardo

DOI: 10.47573/aya.88580.2.27.4

05

O entendimento do Tribunal de Justiça da União Europeia sobre o conflito entre indicação geográfica e outros signos distintivos: um modelo para o Brasil?.. 64

Samyr Leal da Costa Brito

DOI: 10.47573/aya.88580.2.27.5

06

Possibilidades de aplicação do regulamento de utilização da marca coletiva – titular, usuários e concorrentes 80

Igor Schumann Seabra Martins
Vinicius Bogéa Câmara
Patricia Pereira Peralta

DOI: 10.47573/aya.88580.2.27.6

07

Possibilidades de uso do design como ferramenta estratégica na gestão da marca coletiva "Amorango" 97

Patricia Pereira Peralta

Suellen Costa Wargas

DOI: 10.47573/aya.88580.2.27.7

08

Signos coletivos paraenses 112

Sheila de Souza Corrêa de Melo

DOI: 10.47573/aya.88580.2.27.8

Organizadoras 133

Autores..... 135

Índice Remissivo 142

Apresentação

O mercado de consumo se apresenta cada vez mais competitivo. Nessa perspectiva, a diferenciação de produtos e serviços permanece como um desafio aos diferentes produtores e prestadores. Os signos coletivos, sem dúvida, constituem uma importante ferramenta para uma melhor inserção competitiva nesse mercado.

Entretanto, as potencialidades dos signos coletivos não se esgotam nas vantagens concorrenciais, mas trazem significativos impactos no território e na coletividade envolvida. Consoante com os objetivos do Grupo Interdisciplinar e Interinstitucional de Pesquisa em Propriedade Intelectual (GIPPI), essa edição, mais uma vez, traz pesquisas que exploram as diversas facetas dos signos coletivos, bem como algumas questões técnicas (jurídicas) que se mostram pertinentes e relevantes.

A obra inicia com um estudo sobre o artesanato e sua proteção como Indicação Geográfica (IG), observando a relevância dessa atividade para a economia, cultura e identidade das pessoas e regiões envolvidas. Trata-se de um tema de especial pertinência ao nosso país, considerando a tradição no setor. Tal estudo foi desenvolvido por dois autores, dentre os quais a Professora Ana Eleonora Almeida Paixão, que infelizmente nos deixou no último dia 17 de maio de 2021. À querida Ana Eleonora prestamos nossa homenagem póstuma pela pessoa iluminada que sempre foi, bem como pelas importantes contribuições que deu para a pesquisa em Propriedade Intelectual, especialmente na Universidade Federal de Sergipe, no Programa de Pós-Graduação em Ciência da Propriedade Intelectual, assim como no grupo nacional de Indicações Geográficas.

Na sequência, tem-se um estudo sobre a perspectiva territorial associada às IGs, a partir da abordagem francesa, discutindo a importância dessa para o futuro desses signos no Brasil. Ainda sobre artesanato, mais especificamente indígena, o terceiro capítulo aborda a marca de certificação como um potencial instrumento de proteção jurídica aos conhecimentos tradicionais envolvidos nessas expressões artesanais. Visa identificar formas de proteger o artesanato indígena e o consumidor de práticas concorrenciais como a falsa origem dessas peças. Acerca da mesma temática – saber fazer indígena, o quarto capítulo traz uma análise da Indicação Geográfica voltada à produção das comunidades indígenas, sob o viés do etnodesenvolvimento.

Em uma perspectiva jurídica, a contribuição do quinto capítulo é verificar à luz do direito comparado e das decisões do Tribunal de Justiça de União Europeia os conflitos entre indicações geográficas e outros signos distintivos. A partir disso, busca identificar se os caminhos adotados na União Europeia podem atender às demandas nacionais, especialmente nesse momento em que o número de IGs nacionais vem crescendo.

Seguindo nesse viés de abordagem técnica-jurídica, na sequência apresenta-se uma exposição sobre Marcas coletivas, estudando os dispositivos legais pertinentes e nessa ótica identificando as possíveis aplicações dos Regulamentos de utilização (RU) pelos seus titulares. A pesquisa foi além do marco legal, avaliando alguns RUs de marcas coletivas registradas no Instituto Nacional de Propriedade Industrial.

No intuito do fortalecimento dos signos coletivos junto ao mercado consumidor, o sétimo

capítulo objetiva identificar o uso do design como ferramenta estratégica para estes signos. Realizou-se um estudo de caso da Marca Coletiva Amorango no intuito de verificar como o titular dessa marca utiliza esse recurso – design – na sua comunicação com seu público-alvo.

No último capítulo, por sua vez, evidencia-se a experiência paraense em relação aos signos coletivos. A partir das marcas coletivas e indicações geográficas registradas até o momento no Para, sendo quatro casos de cada instituto, foi explorado o seu impacto para o desenvolvimento local.

Como tradição nas publicações do Grupo de Pesquisa, a proposta dessa obra é reunir diferentes vieses da propriedade Intelectual e signos coletivos, considerando a perspectiva interdisciplinar envolvida na matéria. Assim, tendo em vista a relevância de avançarmos nessas diferentes perspectivas para consolidar esses signos como instrumentos que possam impactar positivamente a vida das coletividades envolvidas, convidamos o leitor a compartilhar conosco esses estudos.

Que todos os leitores tenham uma boa leitura.

Adriana, Kelly, Liliana e Patrícia

Comissão Organizadora

03

A marca de certificação como instrumento de proteção dos conhecimentos tradicionais aplicados no artesanato indígena

Rafael dos Santos Viveiros de Faria

Tecnologista em Propriedade Industrial da Diretoria de Marcas do INPI – Instituto Nacional da Propriedade Industrial e Doutorando do Programa de Pós-graduação e Pesquisa da Academia de Propriedade Intelectual, Inovação e Desenvolvimento do INPI.

rafasvf@gmail.com

Alexandre Guimarães Vasconcellos

Professor e Pesquisador da Divisão de Pós-graduação e Pesquisa da Academia de Propriedade Intelectual, Inovação e Desenvolvimento do Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Líder do Grupo de Pesquisa em Propriedade Intelectual em Biotecnologia e Saúde (PIBIOS) no INPI.

alexguim@inpi.gov.br

DOI: 10.47573/aya.88580.2.27.3

INTRODUÇÃO

Ao longo do tempo os povos indígenas e as comunidades locais desenvolveram uma infinidade de conhecimentos tradicionais e expressões culturais tradicionais que, por sua riqueza e importância, demandam proteção. Infelizmente, estes conhecimentos e expressões culturais vêm sendo utilizados muitas vezes sem autorização dos seus detentores, não havendo, tão pouco, o devido compartilhamento dos benefícios de tal uso. Em razão da importância que tais conhecimentos possuem, tanto do ponto de vista social/cultural quanto do ponto de vista econômico, é fundamental que sejam devidamente reconhecidos, protegidos e valorizados pelas próprias comunidades tradicionais e pela sociedade.

Da mesma forma que ainda não foi elaborado um conceito internacionalmente aceito de conhecimento tradicional, também não se encontrou uma solução universal para a promoção e proteção desses conhecimentos. A comunidade internacional tem reunido esforços para estabelecer parâmetros de proteção adequados que incluam a definição legal desses conhecimentos e sua titularidade, os direitos deles decorrentes, bem como mecanismos que coíbam a utilização indevida por terceiros desses conhecimentos e dos ativos correspondentes. A criação de um ou vários instrumentos jurídicos internacionais voltados para a proteção eficaz dos conhecimentos tradicionais e das expressões culturais tradicionais encontra-se em debate na Organização Mundial da Propriedade Intelectual – OMPI no âmbito da Comissão Intergovernamental da OMPI sobre a Propriedade Intelectual e os Recursos Genéticos, os Conhecimentos Tradicionais e o Folclore, instaurada pela Assembleia Geral da OMPI em 2000 (OMPI, 2016b).

O sistema de propriedade intelectual vigente que, de modo geral, confere proteção durante um período limitado a novas invenções e obras originais de pessoas ou empresas, não oferece soluções aos desafios que os povos indígenas e as comunidades locais enfrentam para protegerem seus conhecimentos tradicionais e expressões culturais tradicionais. Entretanto, algumas ferramentas podem ser usadas tanto para proteger diretamente o conhecimento tradicional e as expressões culturais tradicionais quanto para evitar sua apropriação indevida.

Assim, existem algumas formas pelas quais os povos indígenas e as comunidades locais podem se beneficiar do sistema de propriedade intelectual. Não se trata de esperar que o sistema de propriedade intelectual atenda a todas as necessidades dos povos e comunidades locais indígenas, mas sim de poder utilizar estrategicamente as ferramentas que este oferece para impedir, ou ao menos diminuir, a exploração sem autorização do conhecimento e cultura tradicionais. Combater a apropriação indevida dos conhecimentos tradicionais por meio de instrumentos de propriedade intelectual (PI) possibilita que as comunidades controlem de forma mais eficiente a sua exploração comercial e dela se beneficiem coletivamente, inclusive podendo maximizar o valor econômico dos produtos que desenvolvem com base em sua cultura tradicional.

Embora, para muitas comunidades, os conhecimentos tradicionais, os recursos genéticos e as expressões culturais tradicionais façam parte de um único patrimônio integrado, sob a perspectiva da propriedade intelectual suscitam abordagens diferentes, podendo exigir conjuntos de soluções diversas, assim, o enfoque do presente artigo será apenas as marcas de certificação.

Objetivo geral

O objetivo geral do trabalho é discutir como uma marca de certificação relacionada ao artesanato indígena brasileiro poderia contribuir para evitar a concorrência desleal pela falsa indicação de origem das peças, auxiliar as comunidades indígenas a serem reconhecidas pelo seu saber-fazer artesanal e desfrutarem dos benefícios decorrentes de sua atividade, bem como proporcionar segurança à sociedade na aquisição de peças de artesanato indígena legítimas e, ao mesmo tempo, utilizar a certificação como meio para que os consumidores aprendam sobre o modo de vida, a cultura e a arte das comunidades tradicionais indígenas brasileiras.

Procedimentos metodológicos

O método utilizado no presente trabalho foi a pesquisa documental. Conforme afirma Gil (2002, p. 45):

> A pesquisa documental assemelha-se muito à pesquisa bibliográfica. A diferença essencial entre ambas está na natureza das fontes. Enquanto a pesquisa bibliográfica se utiliza fundamentalmente das contribuições dos diversos autores sobre determinado assunto, a pesquisa documental vale-se de materiais que não recebem ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos da pesquisa.

Dentro dessa abordagem foram utilizados documentos como descrições de casos, leis e portarias relacionados ao contexto da pesquisa, destacando-se três fontes principais:

1) Documentação de estudos de casos feitos em várias partes do mundo, a partir da qual se verificou como o registro de marca de certificação tem sido utilizado em outros países para a proteção, reconhecimento e valorização do saber-fazer relacionado ao artesanato indígena.

2) Lei 9.279 de 14 de maio de 1996, onde foram analisados os conceitos relacionados e o potencial de aplicação do registro da marca de certificação para o artesanato indígena brasileiro.

3) Portaria da FUNAI nº 666/PRES, de 17 de julho de 2017, para a consideração da potencial participação da FUNAI como titular de um registro de uma marca de certificação para o artesanato indígena brasileiro.

CONHECIMENTOS TRADICIONAIS E O SISTEMA DE PI

Para as comunidades indígenas, o conhecimento tradicional consiste em mais do que invenções e trabalhos criativos comumente cobertos pela legislação de propriedade intelectual existente. O conhecimento tradicional é a expressão da alma humana em todos os seus aspectos, bem como a base para o crescimento econômico, social e espiritual (BRASCOUPÉ & ENDEMANN, 1999).

Devido à sua natureza dinâmica e abrangente, não há uma definição universalmente adotada de conhecimentos tradicionais. Segundo a OMPI (2016a, p. 01) “trata-se de um conjunto dinâmico de conhecimentos que é desenvolvido, sustentado e transmitido de geração em geração dentro de uma comunidade, muitas vezes fazendo parte de sua identidade cultural ou espiritual”. O conhecimento tradicional geralmente é entendido como o know-how, habilidades, inovações e práticas desenvolvidas pelos povos indígenas e laços comunitários locais. É um corpo vivo de conhecimento que é desenvolvido, sustentado e transmitido de geração em geração

em uma comunidade, muitas vezes fazendo parte de sua identidade cultural ou espiritual. Neste sentido, conforme ensinam Souza e Locatelli (2015):

> Conhecimento tradicional pode ser definido como sendo a expressão usada para designar os saberes das comunidades tradicionais indígenas e não indígenas, elaborados através da experiência prática destas comunidades, a partir da relação humanos/natureza, normalmente permeado por questões místicas ou espirituais e que são repassados oralmente ao longo das gerações.

Os conhecimentos tradicionais estão incluídos na noção de patrimônio imaterial e não são assim denominados em função de critérios atrelados ao conceito de antiguidade, mas sim em virtude de um acúmulo de conhecimentos, práticas e experiências de um povo ou cultura que é passado de geração em geração (FÁVERO, 2010).

A Declaração das Nações Unidas sobre os Direitos dos Povos Indígenas (2007) estabelece o seguinte sobre os povos indígenas e a propriedade intelectual no seu artigo 31:

> (1) Os povos indígenas têm o direito de manter, controlar, proteger e desenvolver sua herança cultural, conhecimento tradicional e expressões culturais tradicionais, bem como as manifestações de suas ciências, tecnologias e culturas, incluindo recursos humanos e genéticos, sementes, medicamentos, conhecimentos das propriedades da fauna e da flora, tradições orais, literaturas, desenhos, esportes e jogos tradicionais e artes visuais e performáticas. **Eles também têm o direito de manter, controlar, proteger e desenvolver sua propriedade intelectual sobre esse patrimônio cultural, conhecimento tradicional e expressões culturais tradicionais** (grifo nosso).

Segundo Terri Janke (1998), os direitos de propriedade cultural e intelectual indígena referem-se aos direitos dos povos indígenas ao seu patrimônio cultural. Ainda de acordo com a pesquisadora, a herança dos povos indígenas é uma herança viva e inclui objetos, conhecimentos, histórias, canções, danças e imagens que são criadas hoje ou no futuro, com base nessa herança.

Assim, os Estados devem, em conjunto com os povos indígenas, adotar medidas efetivas para o reconhecimento e proteção do exercício desses direitos. Atualmente, a proteção dos conhecimentos tradicionais e das expressões culturais tradicionais pela propriedade intelectual são questões a serem tratadas principalmente pelos governos nacionais. Sistemas convencionais de PI têm se mostrado insuficientes para a proteção de conhecimentos tradicionais baseados na transmissão oral e intergeracional, o que tem levado alguns países a criarem um sistema sui generis próprio para proteger os conhecimentos tradicionais, com base nos tipos de medidas, princípios e valores que constituem o sistema de propriedade intelectual.

O objetivo da proteção através da propriedade intelectual é garantir que a criatividade e as manifestações socioculturais e espirituais das comunidades incorporadas nos conhecimentos tradicionais não sejam utilizadas para fins inadequados, utilizando-se de leis, valores e princípios da propriedade intelectual para impedir utilizações não autorizadas ou inapropriadas, por terceiros, de conhecimentos tradicionais e expressões culturais tradicionais.

Existem dois ângulos para a proteção pela propriedade intelectual (OMPI, 2016):

• Proteção defensiva - tem por objetivo impedir que pessoas de fora da comunidade venham adquirir direitos de propriedade intelectual sobre os conhecimentos tradicionais. As estratégias defensivas também podem ser utilizadas para proteger manifestações culturais sagradas (como palavras ou símbolos sagrados) e impedir que sejam registradas como marcas por

terceiros.

• Proteção positiva - é a concessão e exercício de direitos que habilitam as comunidades a promoverem os seus conhecimentos tradicionais, a controlarem as suas utilizações e a se beneficiarem com sua exploração comercial. Tem por objetivo ajudar as comunidades a impedir que terceiros obtenham acesso ilegítimo aos conhecimentos tradicionais e às expressões culturais tradicionais, ou que os utilizem com fins de lucro comercial, sem efetuar a repartição equitativa dos benefícios. Isto pode ser alcançado por meio do sistema vigente de proteção da PI.

Os conhecimentos tradicionais configuram direitos coletivos dos povos que os detém. A natureza coletiva desses direitos contrapõe-se ao caráter individualista, privatista e exclusivista dos direitos de propriedade intelectual (DANTAS, 2003). Neste contexto, a questão que se impõe, segundo CALDAS (2004), seria como lançar mão de um sistema fundado no reconhecimento de proteção a título privado, individual e exclusivo para regular o conhecimento tradicional, sem limitá-lo ou, ainda, sem interferir (direta ou indiretamente) na organização social e política das comunidades que detém esses saberes.

Organismos internacionais como a Organização Mundial da Propriedade Intelectual – OMPI e a Organização das Nações Unidas – ONU, têm promovido debates em torno da necessidade de proteção dos conhecimentos tradicionais, buscando uma solução acerca do melhor meio de se promover e proteger os mesmos.

O direito a controlar o acesso, a divulgação e o uso de seus conhecimentos e expressões culturais tradicionais deve ser garantido às comunidades tradicionais. Assim, é inegável a necessidade de um regime jurídico que proteja de forma efetiva os direitos dos titulares dos conhecimentos tradicionais. No entanto, a natureza complexa desses saberes e dos ativos deles resultantes implica numa dificuldade na elaboração de regras adequadas.

Assim, na ausência de um sistema de proteção sui generis que proteja adequadamente os conhecimentos tradicionais, o sistema de PI vigente é utilizado para protegê-los, a fim de impedir sua utilização abusiva, sua apropriação indevida ou outras formas de exploração ilícita. Embora não sejam capazes de proteger o conhecimento tradicional em si, os direitos de PI podem ter grande relevância no tocante aos bens cujo modo de fazer é baseado em conhecimentos tradicionais, como é o caso do artesanato indígena abordado a seguir.

ARTESANATO INDÍGENA

O patrimônio cultural imaterial indígena pode se manifestar das mais diversas formas, seja através de expressões orais como o idioma de determinada tribo, expressões artísticas, práticas sociais, rituais religiosos e atos festivos, como nos conhecimentos relacionados à natureza e nas técnicas artesanais tradicionais.

A arte indígena tem sido uma das formas mais eficazes de promover e aumentar a compreensão, aceitação e apreciação das culturas indígenas por não indígenas. Para a maioria dos povos não indígenas, a arte é o primeiro, e em alguns casos o único ponto de contato que eles têm com as culturas indígenas. A arte é, portanto, um meio importante através do qual os povos indígenas comunicam sua relação com a terra, suas histórias e sua visão contemporânea do mundo (JANKE, 2003).

O artesanato é uma atividade que faz parte do dia a dia das comunidades tradicionais. Cada cultura, a partir do seu contexto, necessidade e criatividade, utiliza os recursos disponíveis na natureza para a confecção de uma infinidade de produtos, na maior parte das vezes tendo um caráter de produção familiar. Muitos produtos são usados em atividades cotidianas das próprias comunidades, outros, por sua vez, são importantes para geração de renda local. O artesanato também está relacionado à valorização do conhecimento tradicional, que é passado de geração em geração.

Em geral, o artesanato tradicional exige técnicas especializadas e tradicionais, habilidades e conhecimentos muitas vezes antiquíssimos e transmitidos através das gerações. As obras do artesanato podem incorporar conhecimentos tradicionais sob a forma de aptidões e know-how utilizados para criá-las e produzi-las (OMPI, 2016d).

O artesanato é considerado como uma valiosa expressão cultural, social e histórica das comunidades que o desenvolvem e conservam. É tido também como um importante recurso econômico, visto que pode ser comercializado, sendo, muitas vezes, a única fonte de rendimentos econômicos das comunidades indígenas. Infelizmente, porém, as técnicas tradicionais e o estilo associados ao artesanato estão suscetíveis à imitação e à apropriação indevida. As imitações de baixo custo, qualidade imprópria e descontextualizadas culturalmente, frequentemente prejudicam as vendas de artigos artesanais tradicionais, assim como a reputação de qualidade referencial dos produtos genuínos o que, em termos econômicos, causa perda de renda para as comunidades. Contudo, conforme ressaltam Janke e Quiggin (2006), tal situação acarreta também o risco de perda considerável em termos de valor cultural. Os efeitos podem potencialmente reduzir a produção cultural indígena e também ameaçar a produção de artes indígenas legítimas, valorizada internacionalmente.

Embora a herança artística de uma comunidade desempenhe papéis sociais, espirituais e culturais significativos, ela também pode, como fonte de criatividade e inovação, desempenhar um papel no desenvolvimento econômico. O uso de materiais culturais tradicionais como fonte de criatividade contemporânea pode contribuir para o desenvolvimento econômico das comunidades tradicionais através do estabelecimento de empresas comunitárias, criação de empregos locais, desenvolvimento de habilidades, turismo apropriado e renda estrangeira proveniente de produtos comunitários (OMPI, 2005).

Neste contexto, a PI pode desempenhar um papel relevante ao proporcionar proteção legal para a criatividade baseada na tradição, permitindo que as comunidades comercializem suas criações baseadas no conhecimento tradicional, caso desejem fazê-lo, e/ou excluir os concorrentes que praticam o parasitismo. A comercialização de produtos artesanais também representa uma forma de dar visibilidade às comunidades e fortalecer sua identidade e diversidade cultural. As marcas de certificação podem ser ferramentas eficazes no combate às falsificações das artes e ofícios indígenas vendidas como “autênticas” e na apropriação indevida dos elementos e conhecimentos neles contidos, conforme demonstrado a seguir.

MARCA DE CERTIFICAÇÃO COMO INSTRUMENTO DE PROTEÇÃO DOS CONHECIMENTOS TRADICIONAIS APLICADOS NO ARTESANATO INDÍGENA

Dentre as diversas ferramentas de PI, as marcas coletivas e de certificação e as indicações geográficas aparentemente são as mais bem adaptadas à proteção das práticas relacionadas ao artesanato e, ao mesmo tempo, aos conceitos de coletividade e direitos coletivos que estão no cerne da grande maioria das sociedades indígenas.

A marca de certificação está definida no inciso II do art. 123 da LPI – Lei da Propriedade Industrial como "aquela usada para atestar a conformidade de um produto ou serviço com determinadas normas ou especificações técnicas, notadamente quanto à qualidade, natureza, material utilizado e metodologia empregada" (BRASIL, 1996).

Ângulo (2006) define a marca de certificação como:

> signo distintivo destinado a atestar, assegurar e informar sobre a presença ou ausência de determinados atributos comuns nos produtos ou serviços que a portam, diferenciando-os em relação a aqueles que não a apresentam, de acordo às normas ou especificações técnicas voluntárias e determinadas ao efeito, pelo titular da marca, de conformidade com as exigências da lei, no interesse geral dos diferentes agentes econômicos e consumidores que se vinculam em relação com este tipo de signo distintivo no mercado.

Assim, com base na leitura de Ângulo (2006) do conceito legal formulado pela referida legislação, poderão ser registrados como marcas de certificação os sinais distintivos visualmente perceptíveis, não compreendidos nas proibições legais, utilizados para certificar a conformidade de um produto ou serviço que atendam determinadas normas ou especificações técnicas, especialmente em relação à qualidade, natureza, material utilizado e procedimento empregado. A conformidade a ser atestada pela marca deve obedecer algumas regras e condições elencadas em documento técnico no qual serão definidas tanto as características e o padrão técnico presentes nos produtos ou serviços, quanto à forma de controle de conformidade dos mesmos com tais características ou padrão.

O titular da marca de certificação pode ser pessoa física ou jurídica, de direito privado ou público, desde que não tenha interesse comercial ou industrial direto no produto ou serviço prestado. Não é necessário que seja uma entidade certificadora, porém, deverá possuir a imparcialidade própria de uma. O titular não é usuário da marca de certificação, visto que o uso desta se dá por terceiros, autorizados pelo titular, desde que se ajustem às condições preestabelecidas na documentação técnica. Cabe ao titular não só conceder autorizações para o uso do signo, mas também estabelecer e aplicar as medidas de controle, bem como as sanções em caso de descumprimento das regras de utilização.

Portanto, a certificação, que pode ser efetuada tanto por órgãos privados como por órgãos públicos, bem como ser voluntária ou compulsória, somente pode ser emitida por pessoas estranhas ao fabrico e uso dos produtos e à prestação dos serviços, previamente habilitadas e com autoridade comprovada. O cumprimento dessa exigência é fundamental para garantir a imparcialidade e a idoneidade do titular da marca na elaboração da documentação técnica que estabelece os requisitos para utilização da marca, bem como na avaliação se tais requisitos estão sendo efetivamente cumpridos. Por essa razão, somente indivíduos sem interesse comercial ou industrial direto nos produtos ou serviços atestados podem ser titulares de marcas de certifi-

cação, uma vez que necessitam de distanciamento e imparcialidade para certificar os mesmos. Além da imparcialidade, é exigido do titular capacidade técnica para atestar a conformidade e certificar as características dos produtos e serviços, bem como exercer as medidas de controle aplicáveis para manutenção dos padrões técnicos certificados. Em regra, as certificações precisam ser renovadas e reavaliadas periodicamente por um órgão regulador certificador, que será responsável pela credibilidade dos métodos de avaliação de quem foi certificado (PORTO, 2010).

A marca de certificação tem como objetivo assegurar e atestar que produtos ou serviços provenientes de produtores ou prestadores de serviço distintos tenham determinadas características comuns, garantindo que tais produtos ou serviços foram testados e aprovados e que sofreram um controle prévio e foram considerados adequados. Por meio da documentação técnica, o titular da marca de certificação determina as características ou atributos a serem certificados nos produtos ou serviços, atendendo assim às demandas dos consumidores ou do mercado em geral. Através deste instrumento normativo é possível regular de forma precisa e pormenorizada o regime administrativo específico para a certificação de cada produto ou serviço, que passa a adquirir um valor agregado certificado.

A conformidade a ser atestada pela marca deve obedecer algumas regras e condições elencadas em documento técnico no qual serão definidas tanto as características e o padrão técnico presentes, por exemplo, com relação à qualidade, natureza, material utilizado, modo de produção do produto ou de prestação do serviço, quanto à forma de controle de conformidade dos mesmos com tais características ou padrão.

A documentação técnica é o instrumento designado pela legislação vigente por meio da qual serão regulados os aspectos técnicos e características dos produtos/serviços certificados, as medidas de controle, o escopo da marca e as limitações, direitos, deveres e sanções dos seus usuários. É um requisito legal, condicionante para a proteção jurídica da própria marca de certificação, haja vista que é imprescindível para dar efetividade a mesma. Assim, além de estabelecer e dar publicidade às condições para autorização do uso da marca de certificação, especificações, características, métodos de controle, limites e sanções, “é por meio desse instrumento que se traçam os contornos e extensões do vínculo obrigacional do titular da marca com seus usuários, com seus consumidores e com a sociedade de uma forma geral” (PORTO, 2010).

Ângulo (2006) argumenta que a certificação constitui uma das melhores formas para o consumidor final reconhecer nos produtos ou serviços a presença de certas propriedades que os caracterizam e/ou qualificam, uma vez que tenham sido submetidos a um sistema de controle, realizado por terceiro independente do fabricante ou comerciante, com idoneidade econômica e técnica.

Neste contexto, a marca de certificação pode ser utilizada como instrumento de proteção dos conhecimentos tradicionais aplicados no artesanato indígena. Tal proteção não incide diretamente sobre os conhecimentos tradicionais, todavia, a certificação pode contribuir para a proteção indireta destes, ao atestar a conformidade na utilização de conhecimentos tradicionais nos meios de produção artesanais praticados pelas comunidades tradicionais.

A certificação informa aos consumidores a respeito de características do produto que não são visíveis, aparentes ou capazes de serem verificadas no ato da compra (RADOMSKY, 2010), como a utilização de conhecimentos tradicionais no processo produtivo. No tocante aos

produtos artesanais indígenas, as características intrínsecas são consideravelmente complexas, visto que envolvem questões de difícil verificação pelos consumidores, como a utilização de técnicas e conhecimentos tradicionais utilizados na fabricação dos mesmos. Neste contexto, não é desejável apenas que os consumidores tenham acesso às informações sobre tais características, mas que, além disso, haja algum tipo de garantia que lhes assegure a autenticidade dos produtos e a conformidade dos mesmos com os métodos tradicionais de produção utilizados.

Neste sentido, as marcas de certificação exercem um papel de grande relevância pois além de trazerem todas as informações pertinentes na documentação técnica que as instrui, garantem que os produtos por elas assinalados possuam tal conformidade com base em especificações que respeitam critérios pré-estabelecidos que, consequentemente, atestam sua autenticidade.

Assim, a marca de certificação confere aos produtos que assinala uma maior confiabilidade. Devido à segurança conferida pela garantia de conformidade, o consumidor terá uma maior confiança para adquirir tais produtos. Portanto, as marcas de certificação são ferramentas de grande valia para orientar e facilitar os processos de escolha e as decisões de compra dos consumidores que visam adquirir artesanato indígena genuíno, reduzindo os custos de busca dos mesmos por estes produtos. Destarte, as certificações, de certa forma, resguardam o consumidor das práticas enganosas, por meio da comunicação de informações legítimas e verificáveis acerca dos atributos dos produtos artesanais, conferindo credibilidade às informações que embasam as escolhas do público consumidor. Além de autenticar os conhecimentos tradicionais aplicados no processo produtivo, a certificação induz reconhecimento e ainda tem a função de criar mercados diferenciados, facilitando a prática de um preço-prêmio e o aproveitamento das vantagens econômicas oriundas dos produtos pelas próprias comunidades indígenas.

Ademais, a reputação é altamente relevante para influenciar as decisões de compra dos consumidores, especialmente quando se trata de escolha por produtos genuínos. O fato de se adequarem a normas e padrões técnicos e se submeterem a medidas de controle prévio, confere aos usuários das marcas de certificação uma maior credibilidade, fortalecendo sua reputação no mercado e fomentando a fidelização da clientela. De acordo com Ramello (2006), o surgimento da fidelidade à marca indica o estabelecimento de uma relação especial entre os sinais distintivos e os consumidores, transcendendo o âmbito da informação para tocar as esferas emocional e psicológica, com algumas implicações claramente desejáveis para os seus usuários.

Cumpre ressaltar que os fatores econômicos acima mencionados também podem contribuir para a valorização cultural e para a preservação dos conhecimentos, visto que a possibilidade de geração de renda funciona como um atrativo para a comunidade e para o envolvimento da mesma em produções artesanais baseada na sua própria cultura. Tal atratividade gerada sobre as novas gerações se revela como importante fator para a preservação e continuidade dos conhecimentos e práticas próprios da respectiva coletividade, conforme destacam Fernandes e Pedreira (2013) e podem auxiliar no surgimento de nichos de mercado próprios e diferenciados em termos de visibilidade junto aos consumidores (MARTINS & VASCONCELLOS, 2020).

CASOS DE UTILIZAÇÃO DE CERTIFICAÇÕES E/OU SELOS DE AUTENTICIDADE EM ARTESANATOS DE COMUNIDADES INDÍGENAS ESTRANGEIRAS

Em alguns países, a utilização de marcas de certificação para artes e ofícios indígenas tem sido bem-sucedida, conforme verificado nos casos relatados a seguir:

No Panamá, as molas são uma arte em tecidos tradicionalmente produzidas pelas artesãs ameríndias da região de Kuna Yala. Em geral, as molas autênticas feitas à mão, usando técnicas e padrões tradicionais, podem levar de duas a quatro semanas para serem concluídas, conferindo agregação de valor artístico, cultural e econômico às peças. Todavia, a venda de cópias baratas e de qualidade inferior, costuradas por mulheres não indígenas ou produzidas em massa, tanto no Panamá como em outros lugares, afeta negativamente a reputação e o valor de mercado das peças originais. As consequências para a comunidade são graves, uma vez que a criação e venda dessa arte têxtil constitui a única fonte de renda para muitas mulheres Kuna e suas famílias. As imitações representam uma ameaça não só para o desenvolvimento econômico local, mas também para o próprio legado cultural do povo Kuna.[1]

Diante disso, o governo panamense passou a utilizar selos que garantem a autenticidade das molas como forma de protegê-las e diferenciá-las das imitações. Ainda que a rotulagem de autenticidade não possa por si só impedir a venda de cópias não autorizadas, ela pode ajudar na identificação do genuíno artesanato tradicional e, assim, possibilitar que compradores mais exigentes paguem um preço justo por um produto autêntico e de qualidade.

Na Nova Zelândia, foi registrada em 2002 por uma agência governamental neozelandesa a marca “Toi Iho”, que significa “feito em Maori”. A referida marca funciona como um chancela de qualidade e autenticidade da arte e dos produtos feitos por artistas Maoris, que constituem o povo nativo da Nova Zelândia. A Toi Iho Charitable Trust é a entidade legalmente estabelecida para administrar a “Toi Iho” em nome do povo Maiori. Ela aprova os trabalhos feitos pelos artistas e identifica os produtos como “Maori-Made”, garantindo assim a sua genuinidade face às cópias e imitações com as quais concorrem no mercado. Além dessas funções, tal iniciativa auxilia na promoção e preservação da cultura Maiori.[2]

Na Austrália, a NIAAA - National Indigenous Arts Advocacy Association, organização sem fins lucrativos dedicada à proteção dos direitos, cultura, e valores dos povos indígenas australianos, desenvolveu e registrou uma marca com objetivo de proteger a arte, os produtos e espetáculos culturais indígenas, por meio de um sistema de certificação nacional para a autenticação das obras do povo indígena australiano. Todo indígena australiano que cumpra as normas e condições estabelecidas para a certificação pode requerer a utilização do selo de autenticidade em suas obras e auferir os benefícios do sistema de certificação, que permite aos consumidores identificar mais facilmente produtos indígenas autênticos. Ademais, segundo Terri Janke (2003), este sistema ajuda a “educar os consumidores sobre a diversidade de expressão artística indígena tradicional e contemporânea, arte e histórias”.[3]

Já os Sámi, únicos indígenas que vivem na Europa (espalhados na Noruega, Suécia, Finlândia e Rússia), se utilizam da marca “Sámi Duodji” para certificar a autenticidade do artesa-

1 Fontes: Nota informativa OMPI nº 5 (2016): A propriedade Intelectual e o artesanato tradicional.
2 Fonte: Case Studies on IP and Traditional Cultural Expressions – study nº 1 (WIPO, 2003)
3 Fonte: Case Studies on IP and Traditional Cultural Expressions – study nº 1 (WIPO, 2003)

nato produzido por eles com utilização de antigas tradições. A marca foi registrada pelo Saami Council visando, principalmente, diferenciar os produtos Sámi autênticos para que os consumidores possam mais facilmente identificar e escolher estes produtos e não os falsificados. Para o Conselho, os consumidores, especialmente os turistas, querem adquirir artesanatos genuínos e a existência de uma marca de certificação, além de facilitar a identificação, não exige que os compradores conheçam o estilo, a linhagem ou quaisquer traços que garantam a autenticidade dos produtos Sámi. Ao fomentar a escolha por produtos certificados, acreditam que haverá diminuição na quantidade e variedade de cópias indevidas.[4]

PROPOSTA DE MARCA DE CERTIFICAÇÃO PARA O ARTESANATO INDÍGENA NACIONAL

Segundo os dados do censo demográfico realizado em 2010 pelo IBGE, a população indígena brasileira é de 817.963 indivíduos, que representam 220 diferentes povos, sendo 502.783 habitantes de zonas rurais e 315.180 de zonas urbanas, correspondendo a 0,4% da população brasileira, presentes nas cinco regiões do país.[5] A proteção e promoção dos direitos dos povos indígenas no Brasil são atribuições da Fundação Nacional do Índio – FUNAI, responsável pela coordenação e execução da política indigenista adotada pelo Governo Federal.

A atuação da FUNAI é orientada por diversos princípios, dentre eles o reconhecimento da organização social, dos costumes, línguas, crenças e tradições dos povos indígenas, cabendo destacar aqui os conhecimentos tradicionais, visando o alcance da autonomia e autodeterminação dos povos indígenas no Brasil. Dentre as atribuições elencadas pelo regimento interno da FUNAI, instituído pela portaria nº 666 de 17/07/2017, estabelece o inciso IX do art. 152 que compete à coordenação de geração de renda da fundação “apoiar a promoção e agregação de valor dos produtos indígenas, por meio de marcas coletivas, selos, indicações de procedência, denominações de origem e certificações participativas” (BRASIL, 2017).

Neste sentido, por ser o órgão que detém maior conhecimento técnico acerca dos povos indígenas brasileiros, a FUNAI possui a aptidão necessária para realizar o controle de conformidade dos conhecimentos tradicionais empregados na produção artesanal indígena, ainda que a certificação não seja atividade precípua da fundação. Assim, o artesanato indígena nacional poderia ser objeto de uma marca de certificação de titularidade da FUNAI, cujos usuários autorizados a utilizá-la seriam todas as comunidades indígenas que empregassem conhecimentos tradicionais no modo de fazer o artesanato.

Ademais, tendo em vista que o art. 2º da Portaria º 666/PRES/2017 estabelece como finalidade da FUNAI “proteger e promover os direitos dos povos indígenas, em nome da União”, a marca de certificação de titularidade da FUNAI contribuiria para reforçar o direito coletivo da comunidade sobre sua produção artesanal e evitar a concorrência desleal ocasionada pela atribuição indevida do nome da etnia a peças de artesanato não confeccionadas pelos membros do grupo.

Destarte, a documentação técnica que instrui o pedido de registro da marca de certifi-

4 Fontes: Webinar OMPI “How to Protect and Promote Your Culture” realizado em 24 de março de 2021 e https://yle.fi/uutiset/osasto/sapmi/saami_people_are_trying_to_stop_exploitation_of_indigenous_handicrafts/8485815. Acessado em 17 de abril de 2021.

5 Fonte: IBGE. Disponível em https://indigenas.ibge.gov.br/graficos-e-tabelas-2.html. Acessado em 15 de abril de 2021.

cação poderia elencar: as formas de atestar a conformidade e assegurar o controle, as normas de uso da marca, as sanções aplicáveis em caso de violação, bem como a caracterização do conhecimento tradicional empregado no meio de produção e as matérias-primas utilizadas, por exemplo.

Adicionalmente, a marca de certificação empregada no produto artesanal poderia ser associada a um código QR[6], o qual, ao ser acessado pelo consumidor, traria informações a respeito da comunidade indígena, tais como etnia, localização geográfica, dados da população, principais atividades (modo de vida, festividades, rituais espirituais), matérias-primas utilizadas na produção do artesanato, dentre outras. O conjunto de informações, imagens, vídeos e demais possibilidades acessadas através do código QR possibilitariam uma disseminação de informações sobre os conhecimentos tradicionais e as comunidades indígenas, bem como uma contextualização da peça de artesanato no âmbito da cultura da comunidade indígena que o produziu, exercendo um forte papel didático para a sociedade compreender melhor o modo de viver, a cultura e a arte das diferentes comunidades indígenas do Brasil.

A utilização destas ferramentas teria o objetivo de fornecer o maior número de informações sobre o artesanato e os artesãos indígenas, bem como reforçar a autenticidade dos produtos e, consequentemente, a confiança do público consumidor, o que geraria uma agregação de valor e um incentivo ao consumo consciente. Além disso, permitiria a rastreabilidade dos produtos, bem como a mensuração da produção e venda.

Por fim, cabe salientar que apenas o registro e a utilização da marca de certificação não são suficientes para garantir os benefícios e vantagens dela advindos. No caso em questão, é fundamental que haja a adesão e participação das comunidades no processo de certificação para que ela seja bem sucedida. A atuação da FUNAI, enquanto titular da marca, exercendo efetivamente as funções de atestar conformidade e controle dos produtos, bem como a promoção de ações de capacitação das comunidades para utilização do instrumento de proteção da marca, aliadas a campanhas de conscientização pública a respeito da importância dos conhecimentos tradicionais e da arte e cultura indígenas, são fatores essenciais para o sucesso da marca de certificação enquanto ferramenta estratégica de proteção e promoção dos conhecimentos tradicionais e das comunidades que deles se valem no seu modo de produzir e viver.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme buscou-se demonstrar ao longo deste capítulo, a utilização de uma marca de certificação pelas comunidades indígenas pode funcionar como um instrumento eficiente de diferenciação do artesanato indígena em relação às imitações ofertadas no mercado. Além de fomentar a promoção do artesanato genuíno, nacional e internacionalmente, a marca de certificação fomenta o reconhecimento das comunidades que o produzem, contribuindo para que obtenham uma remuneração justa e uma maior autonomia econômica e poder decisório.

Embora as marcas de certificação não possam impedir a venda das imitações, elas podem ajudar a combater e diminuir tais vendas ao fornecer informações que orientem e facilitem

6 Código QR (sigla do inglês Quick Response, resposta rápida em português) é um código de barras bidimensional que pode ser facilmente escaneado usando a maioria dos telefones celulares equipados com câmera. Esse código é convertido em texto (interativo), um endereço URI, um número de telefone, uma localização georreferenciada, um e-mail, um contato ou um SMS (Wikipedia, disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/C%C3%B3digo_QR. Acessado em 22 de junho de 2020).

as decisões de compra dos consumidores que, em regra, não possuem conhecimento suficiente para distinguir entre os artigos artesanais autênticos e suas falsificações, geralmente mais baratas e diversificadas. Tal situação gera não só uma desvantagem econômica para as comunidades artesãs, mas também uma apropriação indevida da sua cultura e conhecimentos tradicionais. Assim, a utilização de uma marca de certificação tem por escopo informar os consumidores sobre a autenticidade dos produtos, dando maior visibilidade e conferindo distinguibilidade aos mesmos, possibilitando assim que o público consumidor identifique e prefira adquirir produtos genuinamente feitos com a utilização de conhecimentos tradicionais indígenas ao invés de imitações que não geram valor socioeconômico para os seus legítimos detentores, proporcionando assim uma melhor experiência de compra.

A disponibilidade de informações, somadas às garantias de conformidade da produção artesanal, aumentam e reforçam a confiança dos consumidores e a sua fidelização. O robustecimento dessa relação de consumo funciona como incentivo para produção artesanal das comunidades indígenas, promovendo também, em última análise, a perpetuação dos conhecimentos tradicionais aplicados. Ademais, a certificação gera uma agregação de valor aos produtos, possibilitando que se pratiquem preços mais altos do que os praticados pela concorrência, que não se diferencia no mercado pela utilização de uma marca de certificação.

Contudo, uma vez que a construção bem-sucedida de uma marca é consideravelmente custosa e complexa, é inviável que fique ao encargo das comunidades indígenas, seja por questões técnicas, econômicas e/ou operacionais. Por esta razão o presente trabalho propõe que a FUNAI seja titular de uma marca que certifique a aplicação de conhecimentos tradicionais na produção artesanal indígena nacional. Além da capacidade técnica e as atribuições necessárias à certificação, a fundação dispõe dos recursos financeiros e operacionais requeridos para gestão deste ativo intangível de propriedade intelectual.

A estrutura e credibilidade da fundação, inclusive, podem contribuir para reforçar a garantia de conformidade conferida pela certificação, bem como potencializar o caráter informacional e educacional da marca, ou seja, mais do que informar e fornecer dados sobre comunidades indígenas, seus produtos artesanais e conhecimentos tradicionais, a FUNAI pode, por meio da marca de certificação sugerida, educar os consumidores para um consumo consciente que reconheça e valorize a cultura indígena nacional e incentivar varejistas, revendedores e exportadores a trabalharem somente com produtos indígenas autênticos.

Destarte, concluímos que a proteção conferida pelas marcas de certificação pode auxiliar não só na promoção do artesanato indígena genuíno e preservação dos conhecimentos tradicionais e da reputação das comunidades indígenas, como também pode ser tida como fator de reconhecimento e agregação de valor dos produtos e da cultura indígenas, coibindo a sua apropriação indevida e funcionando como barreira de proteção contra práticas comerciais enganosas. Dessa forma, a proteção legal e econômica, bem como a proteção e promoção da cultura dos povos indígenas, contribuem para a sua preservação e bem-estar que, em última análise, é o objetivo maior que se pretende alcançar. Por todo o exposto, consideramos que seria altamente recomendável que futuros estudos continuassem a orientar os passos para o desenvolvimento, registro e utilização da marca de certificação ora proposta.

REFERÊNCIAS

ÂNGULO, A. C. U. As marcas de certificação. Tese de Doutoramento em Direito, Área de Relações Internacionais pela Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2006.

BRASCOUPÉ, S. & ENDEMANN, K.. Intellectual Property and Aboriginal People: A Working Paper. Canadá, 1999. Disponível em: https://www.wipo.int/export/sites/www/tk/en/databases/creative_heritage/docs/ip_aboriginal_people.pdf. Acessado em 10 de março de 2021.

BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regulamentação de Direitos e Obrigações relativos à Propriedade Industrial. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9279.htm. Acessado em 08 de junho de 2020.

_____. Regimento Interno da Fundação Nacional do Índio aprovado pela Portaria nº 666/PRES, de 17 de julho de 2017. Disponível em: http://www.FUNAI.gov.br/index.php/estrutura-organizacional/regimento-interno. Acessado em 08 de junho de 2020.

CALDAS, A. La regulación jurídica del conocimiento tradicional: la conquista de los saberes. ILSA, Bogotá, 2004. Disponível em: http://ilsa.org.co/biblioteca/EnClaveSur/EnclaveSur_5/En_clave_sur_5.pdf. Acessado em 02 de junho de 2020.

DANTAS, F. A. C. Os Povos Indígenas Brasileiros e os Direitos de Propriedade Intelectual. HILEIA Revista de Direito Ambiental da Amazônia. Amazonas, 2003. Disponível em: http://www.pos.uea.edu.br/data/direitoambiental/hileia/2003/1.pdf. Acessado em 04 de maio de 2020.

FÁVERO, K. C. As indicações geográficas como instrumento de proteção jurídica internacional do conhecimento tradicional: harmonizando propostas de OMC, ONU E OMPI. Dissertação apresentada no Programa de Pós-Graduação em Direito da Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2010. Disponível em https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/94483/285387.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acessado em 18 de maio de 2020.

FERNANDES, L. R. R. M. V.; PEDREIRA, R. B. A Proteção no Brasil das Indicações Geográficas nacionais no período 1997-2011. In: NIEDERLE, P. A. (org.). Indicações Geográficas: qualidade e origem nos mercados alimentares. Rio Grande do Sul: Editora UFRGS, 2013. p. 227-243.

GARCÉS, C. L. L. Proteção aos Conhecimentos das Sociedades Tradicionais: Tendências e Perspectivas. In: BARROS, B. S. *et al.* (org.). Proteção aos Conhecimentos das Sociedades Tradicionais. Pará: Museu Paraense Emílio Goeldi, Centro Universitário do Pará. 2007. p. 71-84.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

INPI – Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Instrução Normativa nº 59, de 25 de agosto de 2016. Dispõe sobre o pedido de registro da marca de certificação. Disponível em: http://www.inpi.gov.br/sobre/legislacao-1. Acessado em 08 de junho de 2020.

JANKE, T. & QUIGGIN, R. Indigenous cultural and intellectual property: the main issues for the Indigenous arts industry in 2006. Escrito para o Aboriginal and Torres Strait Islander Arts Board Australia Council. Australia, 2006. Disponível em: https://www.wipo.int/export/sites/www/tk/en/databases/creative_heritage/docs/terry_janke_icip.pdf. Acessado em 19 de março de 2021.

JANKE, T. for the World Intellectual Property Organization. Case Studies On Intellectual Property And Traditional Cultural Expressions – study n. 1. Genebra, 2003. Disponível em: https://www.wipo.int/edocs/

pubdocs/en/tk/781/wipo_pub_781.pdf. Acessado em 15 de março de 2021.

JANKE, T. *et al.*. Our Culture: Our Future. Report on Australian Indigenous Cultural and Intellectual Property Rights. Escrito e publicado sob encomenda pelo Australian Institute of Aboriginal and Torres Strait Islander Studies e pela Aboriginal and Torres Strait Islander Commission. Sydney, 1998. Disponível em: https://4b0a135d-0afc-4211-ad92-391c5def66bb.filesusr.com/ugd/7bf9b4_2740d8cff7d24320b70f8a34015f9a53.pdf. Acessado em 28 de março de 2021.

MARTINS, I. S.S. & VASCONCELLOS, A. G. A Relação entre o Regulamento de Uso das Indicações Geográficas e o Conhecimento Tradicional: o caso do guaraná envolvendo os territórios de Maués e da Terra Indígena Andirá-Marau. Cadernos de Prospecção – Salvador, v. 13, n. 1, p. 293-308, 2020. Disponível em: https://portalseer.ufba.br/index.php/nit/article/view/29829/20788. Acessado em 22 de abril de 2020.

OMPI – ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA PROPRIEDADE INTELECTUAL. Conhecimentos tradicionais e propriedade intelectual. Nota informativa nº 1, 2016(a). Disponível em: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/pt/wipo_pub_tk_1.pdf. Acesso em: 10 de maio de 2020.

____ - Comissão Intergovernamental da OMPI sobre a Propriedade Intelectual e os Recursos Genéticos, os Conhecimentos Tradicionais e o Folclore. Nota informativa nº 2, 2016(b). Disponível em: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/pt/wipo_pub_tk_2.pdf. Acessado em: 11 de maio de 2020.

____ - O desenvolvimento de uma estratégia nacional sobre a propriedade intelectual, os conhecimentos tradicionais e as expressões culturais tradicionais. Nota informativa nº 3, 2016(c). Disponível em: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/pt/wipo_pub_tk_3.pdf. Acessado em: 11 de maio de 2020.

____ - A propriedade intelectual e o artesanato tradicional. Nota informativa nº 5, 2016(d). Disponível em: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/pt/wipo_pub_tk_5.pdf. Acessado em: 11 de maio de 2020.

____ - A documentação de Conhecimentos Tradicionais e de Expressões Culturais Tradicionais. Nota informativa nº 9, 2016(e). Disponível em: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/pt/wipo_pub_tk_9.pdf. Acessado em: 11 de maio de 2020.

_____ - Propriedad Intelectual y Expresiones Culturales Tradicionales o del Folclore. Folleto nº 1 de la serie sobre propiedad intelectual y recursos genéticos, conocimientos tradicionales y expresiones culturales tradicionales o del folclore. Genebra, 2005

_____ - Intellectual Property Needs And Expectations Of Traditional Knowledge Holders - Report on Fact-finding Missions on Intellectual Property and Traditional Knowledge. Genebra, 2001.

ONU – Organização das Nações Unidas. Comissão Mundial Sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. United Nations Declaration on the Rights of Indigenous Peoples. Resolution adopted by the General Assembly on 13 September 2007. Disponível em: https://www.un.org/development/desa/indigenouspeoples/wp-content/uploads/sites/19/2018/11/UNDRIP_E_web.pdf. Acessado em 02 de maio de 2020.

PORTO, Patricia Carvalho da Rocha. As marcas de certificação e marcas coletivas como instrumento de inovação nas empresas nacionais. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <http://nbb.com.br/pub/propriedade04.pdf> Acesso em out. 2020.

_____ A Função de qualidade nos Signos Distintivos Substanciais. Dissertação (Mestrado em

Propriedade Intelectual e Inovação) – Instituto Nacional da Propriedade Industrial, Academia de Propriedade Intelectual e Inovação, Rio de Janeiro, 2011.

RADOMSKY, G.F.W. Certificação participativa e regimes de propriedade intelectual. Tese de doutoramento submetida ao programa de pós-graduação em Antropologia Social do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2010. Disponível em: https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/27154/000762486.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acessado em 29 de maio de 2020.

RAMELLO, G. B. What's in a sign? trademark law and economic theory, Journal of Economic Surveys, Volume 20, Issue 4, 2006.

SANTILLI, J. F. R.. Patrimônio imaterial e direitos intelectuais coletivos. In: BARROS, B.S.; GARCÉS, C.L.L.; MOREIRA, E.C.P.; PINHEIRO, A.S.F.. (Org.). Proteção aos conhecimentos das sociedades tradicionais. Belém: Museu Paraense Emilio Goeldi e Centro Universitário do Pará, 2006, v., p. 119-138.

_____ A valorização dos produtos indígenas. In: Ricardo, Beto; Ricardo, Fany. (Org.). Povos indígenas no Brasil 2001/2005. São Paulo: Instituto Socioambiental, 2006, v., p. 104-106.

_____ A proteção aos direitos intelectuais coletivos de comunidades indígenas brasileiras. Revista do Centro de Estudos Judiciários do Conselho da Justiça Federal, Brasília - DF, 1997.

SOUZA K. & LOCATELLI L. Proteção jurídica dos conhecimentos tradicionais pelo instituto das indicações geográficas. Revista de Direito, Inovação, Propriedade Intelectual e Concorrência. Minas Gerais, 2015. Disponível em: https://indexlaw.org/index.php/revistadipic/article/view/101/102. Acessado em 12 de maio de 2020.

Organizadoras

Adriana Carvalho Pinto Vieira

Possui graduação em Direito pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (1993), mestrado em Direito pela Universidade Metodista de Piracicaba (1999) e doutorado em Desenvolvimento Econômico pela Universidade Estadual de Campinas (2009) e fez parte do doutorado com Bolsa Santander, na Universidad Politécnica de Madrid / Escuela UPM, com orientação dos professores Prof. Ignácio Trueba, Julián Briz e Isabel de Felipe. Realizou o Pós-Doutorado em Política Científica e Tecnológica pelo Instituto de Geociências pela Universidade Estadual de Campinas (2010-2012), com Bolsa da Capes PNPD. Pós-doutorado no Programa de Agronegócio e Desenvolvimento da Universidade Estadual Julio de Mesquita Filho, Campus de Tupã (2018/2019), com bolsa Capes PNPD. Atualmente é pesquisador colaborador do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento - INCT/PPED. Foi professora visitante do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul. Foi líder do Grupo de Pesquisa cadastrado no CNPq denominado Propriedade Intelectual, Desenvolvimento e Inovação (PIDI). É colaboradora dos seguintes grupos de pesquisa: Gestão e Estratégia em Negócios Internacionais (GENINT), que tem como líder Júlio Cesar Zilli, Grupo Interdisciplinar de Pesquisa em Propriedade Intelectual – GIPPI, que tem como líder Kelly Lissandra Bruch / UFRGS, Grupo de Estudos em Economia Ecológica, tem como líder Junior Ruiz Garcia; Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento, tem como líder Renato Raul Boschi. Tem experiência na área de Direito e Administração, atuando principalmente nos seguintes temas: sistema de propriedade intelectual, indicação geográfica, estudos jurídicos (direito consumidor), gestão da inovação, sucessão familiar, agronegócio, cadeias alimentares e biotecnologia. Membro da Comissão de Estudos Especiais de Indicações Geográficas da Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT/SEBRAE. Membro do Conselho Regulador da Indicação de Procedência dos Vales da Uva Goethe.

Kelly Lissandra Bruch

Pós-Doutora em Agronegócios pelo CEPAN/UFRGS. Doutora em Direito pela Université Rennes I, France em co-tutela com a UFRGS. Mestre em Agronegócios pelo CEPAN/UFRGS. Especialista em Direito e Negócios Internacionais pela UFSC. Graduada em Direito pela Universidade Estadual de Ponta Grossa. Professora do Departamento de Direito Econômico e do Trabalho, da Faculdade de Direito da UFRGS. Professora do Programa de Pós Graduação (mestrado e doutorado) do Centro em Estudos e Pesquisas em Agronegócios - CEPAN/UFRGS. Professora do PROFNIT (Mestrado Profissional em Rede Nacional em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação) no Ponto Focal IFRS. Membro da Comissão Especial de Propriedade Intelectual da OAB/RS.

Liliana Locateli

Graduada em Direito pela Universidade Federal de Santa Maria (1999), com Mestrado (2002) e Doutorado (2006) em Direito pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Professora da Graduação e Pós-graduação em Direito da URI/FW, na áreas de Direito do Consumidor e Propriedade Intelectual e do Curso de Direito da UNOESC/SMO. Pesquisadora em Direito da Propriedade Intelectual, com ênfase em Signos Distintivos. Atuou como Consultora Sênior no Projeto Diálogos Setoriais UE - Brasil - Indicações Geográficas.

Patricia Maria da Silva Barbosa

Doutora em Biotecnologia Vegetal e Propriedade Intelectual pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Professora colaboradora no Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Inovação do Instituto Nacional da Proprieda Industrial onde ministra a disciplina Indicações Geográficas e outros sinais distintivos de uso coletivo. Tutora e conteudista de Curso INPI OMPI DL 101 e do Manual de Indicações Geográficas do INPI. Servidora do INPI desde 1998, atualmente na Divisão de exame de Marcas Coletivas, Marcas de Certificação e Indicações Geográficas da Diretoria de Marcas, Desenhos Industriais e Indicações Geográficas.

Autores

Alexandre Guimarães Vasconcellos

Biólogo, Mestre em Biofísica e Doutor em Biotecnologia Vegetal pela UFRJ. Fez Pós -doutorado Sênior em Gestão da Inovação em Saúde na FIOCRUZ e na WIPO, Suíça. É Pesquisador em Propriedade Industrial e Professor da Pós-graduação da Academia de Propriedade Intelectual, Inovação e Desenvolvimento do INPI, onde ministra as Disciplinas de Conhecimentos Tradicionais e Direitos Associados e Propriedade Intelectual em Biotecnologia. Lidera o Grupo de Pesquisa em Propriedade Intelectual em Biotecnologia e Saúde no INPI. É autor de diversas publicações na área de Propriedade Intelectual e já apresentou mais de 100 palestras no Brasil e no exterior sobre o tema.

Ana Eleonora Almeida Paixão

Possui graduação em Engenharia Química pela Universidade Federal de Sergipe (1980), mestrado em Engenharia Química pela Universidade Estadual de Campinas (1990) e doutorado em Engenharia Química pela Universidade Estadual de Campinas (1995). Foi, de 2005 a 2009, Diretora Geral do CISE - CENTRO INCUBADOR DE EMPRESAS DE SERGIPE, incubadora de empresas de base tecnológica vinculada à UFS, onde trouxe o Programa PRIME, da FINEP, tendo sido uma das 3 âncoras do programa no Nordeste. Tem experiência na área de Engenharia Química, com ênfase em Operações Industriais e Equipamentos para Engenharia Química, atuando principalmente nos seguintes temas: transporte pneumático, alimentos, frutas regionais, planejamento experimental e óleo de mamona. Especialista em PI - Propriedade Intelectual, participou do programa CAPACITE-NE: Capacitação em Inovação para Empresários do Nordeste, financiado pelo CNPq. Atualmente, participa, desde maio de 2017, como Orientadora, do Programa ALI - Agentes Locais de Inovação, do SEBRAE em parceria com o CNPq.

Ana Elisa Bressan Smith Lourenzani

Possui graduação em Agronomia pela Universidade Federal de Viçosa (1998), mestrado em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de São Carlos (2003), doutorado em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de São Carlos (2006) e Pós-doutorado na Kansas State University. Livre docente em Análise de Sistemas Agroindustriais desde 2019, atualmente é Professora Associada da Universidade Estadual Paulista, Campus de Tupã. Tem experiência na área de Gestão de Sistemas Agroindustriais, atuando principalmente nos seguintes temas: agricultura familiar, acesso a mercados, compras institucionais, certificação e indicações geográficas.

Cristiane Hengler Corrêa Bernardo

Possui Doutorado em Educação pela UFMS (2010); Mestrado em Comunicação Midiática pela UNESP (2002); Especialização em Comunicação e Marketing e Graduação em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas (1990). É livre docente em Comunicação Empresarial pela UNESP (2018). Foi Coordenadora do Curso de Administração e atualmente é Professora Associada da UNESP - Faculdade de Ciências e Engenharia. Ministra as disciplinas de Comunicação Empresarial e Trabalho Interdisciplinar Orientado IV e V para o Curso de Administração e Construção do Conhecimento Interdisciplinar, Metodologia da Pesquisa e Comunicação, Redes e Cultura para o Mestrado Interdisciplinar em Agronegócio e Desenvolvimento (PGAD). Desenvolve projeto de pesquisa na área de Comunicação Rural, Responsabilidade Socioambiental e Educação e Trabalho. É membro dos seguintes grupos de pesquisa: CEPEAGRO e Pesquisa em Gestão e Educação Ambiental (PGEA). Atuou no Grupo Estácio Participações como Diretora Acadêmica da Faculdade Estácio de Sá de Campo Grande e Coordenadora do Curso de Jornalismo (2004 a 2006) e como Diretora Executiva e Diretora Geral da Faculdade Integrada do Recife (2006 a 2008). Tem experiência em Assessoria de Comunicação, Redação Jornalística; Ética; Comunicação Empresarial, Marketing e Gestão Educacional. Vem atuando principalmente nos seguintes temas: educação, responsabilidade socioambiental; comunicação rural, comunicação

empresarial e comunicação científica. Atua como avaliador Ad hoc do INEP/MEC.

Fabrício Carvalho da Silva

Doutorando em Ciência da Propriedade Intelectual pela Universidade Federal de Sergipe. Mestre em Ciência da Propriedade Intelectual pela Universidade Federal de Sergipe. Bacharel em Administração pela Universidade Federal do Piauí e especialista em Gestão Pública e Gerenciamento de Projetos. Servidor Público efetivo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Piauí, pertencente ao quadro dos docentes do Ensino Básico, Técnico e Tecnológico, Campus Uruçuí-PI.

Igor Schumann Seabra Martins

Possui graduação em Ciências Biológicas pela Universidade Federal Fluminense (2007), especialização em Controladoria e Gestão Pública pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (2013) e mestrado em Propriedade Intelectual e Inovação pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial — INPI¬ — (2020), com orientação do professor Vinicius Bogéa Câmara. Defendeu dissertação de mestrado intitulada “Titularidade, documentos de controle e causas específicas de extinção das marcas coletivas e de certificação na União Europeia e no Brasil”. Participou como palestrante no painel “Portuguese-speaking countries – Initiatives for Protecting Geographical Indications” do Worldwide Symposium on Geographical Indications, realizado em Lisboa (2019). Atuou como assessor técnico em assunto de propriedade industrial junto ao Ministério das Relações Exteriores na 42ª sessão do Standing Committee on the Law of Trademarks, Industrial Designs and Geographical Indications (SCT), comitê permanente da Organização Mundial da Propriedade Intelectual, realizada em Genebra (2019). Desde 2014 é tecnologista em propriedade industrial do INPI e em 2017 foi nomeado substituto do chefe da Divisão de Exame Técnico X, atuando principalmente como examinador de pedidos de registro de marcas de produtos e de serviços, marcas coletivas, marcas de certificação e indicações geográficas (indicações de procedência e denominações de origem).

Patricia Pereira Peralta

Graduada em Belas Artes pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Pós-doutora em Estudos Culturais pelo Programa Avançado de Cultura Contemporânea - UFRJ. Doutora em Artes Visuais e Mestre em História da Arte pela UFRJ. Professora permanente do Programa de Pós-graduação em Propriedade Intelectual e Inovação do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) desde 2007. Tecnologista em Propriedade Industrial do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) desde 2005. Atuou na Divisão de Desenhos Industriais do INPI de 2001 a 2005, como colaboradora, e no exame de marcas de 2005 a 2008, como servidora pública do INPI. Professora colaboradora do Mestrado Profissional do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN).

Rafael dos Santos Viveiros de Faria

Bacharel em Direito, Mestre e Doutorando em Propriedade Intelectual e Inovação pela Academia de Propriedade Intelectual, Inovação e Desenvolvimento do INPI – Instituto Nacional da Propriedade Industrial, com temas de pesquisa abrangendo marcas coletivas e de certificação. Possui cursos de extensão em Marcas promovidos pelo CEIPI - Centro de Estudos Internacionais da Propriedade Intelectual (Estrasburgo/França), USPTO – United States Patent and Trademark Office (Virginia/EUA) e pela Academia da OMPI – Organização Mundial da Propriedade Intelectual. Atua como examinador de marcas da Diretoria de Marcas do INPI desde 2006.

Samyr Leal da Costa Brito

Mestre em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação pelo IFBA (2020); Especialista em Gestão da Inovação e Desenvolvimento Regional pela UFRB (2017); Bacharel em Direito pela Universidade do Estado da Bahia (2014); Advogado; Professor Universitário; Membro da Comissão de Propriedade Intelectual da OAB/BA.

Silvia Cristina Vieira Gomes

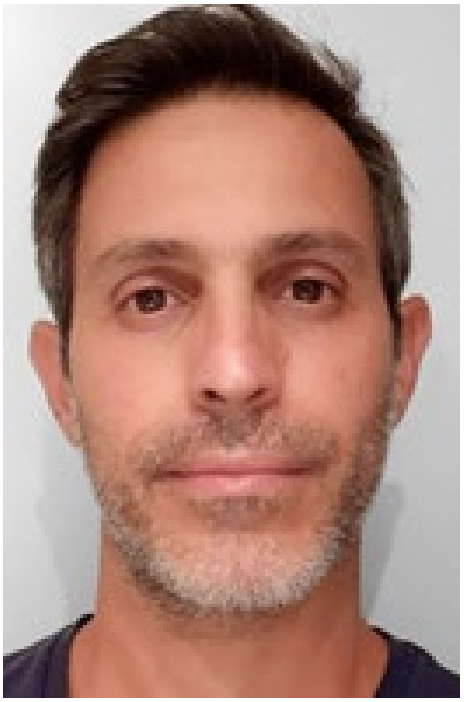
Doutoranda e Mestra (2016) do Programa Multidisciplinar de Pós Graduação em Agronegócio e Desenvolvimento da Universidade Estadual Paulista – Faculdade de Ciências e Engenharia de Tupã. Pós graduada lato sensu em Higiene e Inspeção dos Produtos de Origem Animal/ Vigilância Sanitária de Alimentos (2006) Instituto Qualittas/UCB e em Gestão do Agronegócio (2010) na Universidade Estadual Paulista FCE. Graduada em Medicina Veterinária pela Universidade de Marília (1992). Consultora de Agronegócios e Extensionista Rural por meio da COATER – Cooperativa de Trabalho de Assessoria Técnica e Extensão Rural (experiência como consultora, instrutora, conteudista e palestrante no SEBRAE SP, SESCOOP SP, FAESP/SENAR SP). Foi docente do ensino superior na Instituição Dom Bosco de Ensino e Cultura no curso de Turismo, Centro Universitário de Adamantina (UniFAI) nos cursos de Agronomia e Tecnologia do Agronegócio; Universidade Estadual Paulista na Faculdade de Ciências e Engenharia (UNESP - FCE) de Tupã no curso de Administração e na Faculdade de Medicina Veterinária de Araçatuba (UNESP -FMVA) no curso de Medicina Veterinária.

Sheila de Souza Corrêa de Melo

Mestre em Propriedade Intelectual e Inovação pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI e Mestre em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação - PROFNIT, possui graduação em Direito pela Universidade Federal do Pará e em Letras Bacharelado em Secretariado Executivo Trilíngue pela Universidade do Estado do Pará, especialização em Tradução pela Faculdade Integrada Brasil Amazônia. É Analista da Embrapa, Secretária Executiva do Comitê de Cooperação Internacional da Embrapa Amazônia Oriental, representante da Embrapa no Fórum Técnico de Indicação Geográfica e Marca Coletiva do Estado do Pará e é membro do conselho regulador da indicação geográfica Queijo do Marajó.

Suellen Costa Wargas

É graduada em Letras, especialista em Língua Portuguesa, Mestre Profissional em Propriedade Intelectual e Inovação pela Academia de Propriedade Intelectual, Inovação e Desenvolvimento do INPI e, atualmente, é aluna do curso de Doutorado Profissional em Propriedade Intelectual e Inovação do mesmo instituto. Exerce, desde 2017, o cargo de Tecnologista em Propriedade Industrial no INPI, atuando no exame de marcas de produto, serviço, coletivas, de certificação e indicações geográficas.



Thomaz Fronzaglia

Atua na Secretaria de Inteligência e Relações Estratégicas (SIRE) da Embrapa (Sede) com estudos e análises estratégicas da evolução da agricultura e da pesquisa agropecuária. Editor de seção do periódico Cadernos de Ciência & Tecnologia. Doutor em Política Científica e Tecnológica pelo DPCT-IG-Unicamp (2015), Mestre em Administração e Engenheiro Agrônomo pela Universidade de São Paulo (1999). Foi pesquisador visitante na UMR SAD APT (AgroParisTech-INRA) no período sanduíche do doutorado, pesquisador no Instituto de Economia Agrícola (IEA) de 2005 a 2007, consultor no Instituto de Tecnologia Social (ITS) em 2003, analista no Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo (SESCOOP/SP) de 2000 a 2002. Tem interesse em estudos de agregação de valor no agronegócio, estudos prospectivos, estratégias em CT&I com impacto na competitividade e no desenvolvimento regional.

Vinicius Bogéa Câmara

Possui graduação em Ciências Sociais pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (2002), mestrado em Sociologia pelo Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro - IUPERJ/UCAM (2004) e Doutorado em Sociologia com créditos obtidos na mesma instituição e título expedido pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (2010). Ingressou em 2004 no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), onde ocupou, entre 2011 e 2016, o cargo de Diretor de Marcas da Instituição. Foi professor substituto do Departamento de Sociologia do Instituto de Filosofia e Ciências Sociais da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) entre 2006 e 2008 e entre 2016 e 2017. Foi Pesquisador-Visitante do Centre dÉtudes Internationales de la Propriété Intellectuelle (CEIPI), da Universidade de Estrasburgo, onde realizou estudos de Pós-Doutorado em 2018. É professor permanente da Academia de Propriedade Intelectual do INPI, onde coordenou, entre agosto de 2018 e setembro de 2019, os Programas de Mestrado e Doutorado Profissionais. Atualmente atua como Coordenador na Coordenação de Articulação e Fomento à Propriedade Intelectual e Inovação do INPI.

Índice Remissivo

A

agropecuária 26, 30, 34, 55, 62, 133, 142
Amazônia 51, 57, 115, 116, 118, 119, 120, 132, 134, 141
ameaças 24, 26
Amorango 10, 99, 100, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113
artesanais 10, 13, 16, 17, 18, 19, 42, 43, 45, 46, 50
artesanal 16, 17, 18, 40, 48, 49, 50, 56, 64, 128, 129
artesanato 10, 12, 13, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 38, 40, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 52, 112, 113
Artesãos 17, 18, 128

B

benefícios 4, 14, 16, 39, 40, 42, 47, 49, 59, 63, 94, 95, 109
Bragança 115, 116, 124, 125, 126, 127, 134
Brasil 3, 4, 10, 13, 15, 16, 18, 19, 21, 25, 31, 35, 48, 49, 51, 53, 55, 57, 58, 62, 63, 64, 66, 67, 70, 73, 74, 75, 76, 78, 79, 80, 83, 84, 96, 97, 100, 111, 112, 113, 118, 120, 123, 124, 126, 134, 136, 137, 139, 141
brasileiras 20, 40, 53, 54, 80, 100, 103
brinquedos 128

C

caminhos 10, 22, 23, 29, 30, 32, 74
coletiva 15, 25, 26, 30, 32, 34, 42, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 99, 100, 101, 104, 106, 108, 110, 111, 112, 113, 129, 130
comercial 39, 42, 44, 55, 62, 83, 90, 112, 116, 120
comunidade 15, 39, 40, 41, 43, 46, 47, 48, 49, 62, 113
concorrentes 43, 72, 82, 84, 87, 90, 91, 92, 94, 95
conflito 66, 67, 68, 69, 70, 71, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79
conhecimento 4, 13, 15, 16, 24, 25, 26, 28, 29, 30, 31, 33, 39, 40, 41, 42, 43, 48, 49, 50, 51, 55, 57, 58, 79, 94, 95, 100, 115
cooperação 27, 29, 30, 83, 119
criatividade 16, 17, 24, 41, 43
culturais 4, 13, 14, 16, 17, 23, 25, 29, 31, 33, 34, 35, 39, 41, 42, 43, 47, 52, 100, 103, 111

D

desafios 4, 23, 24, 25, 39, 63, 64, 79
desenvolvimento 4, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 19, 20, 22, 23, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 43, 47, 50, 52, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 80, 91, 100, 102, 104, 109, 116, 119, 132, 133, 134, 142
design 10, 16, 18, 20, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 108, 109, 111, 112, 113
direitos 16, 19, 39, 41, 42, 44, 45, 47, 48, 53, 69, 79, 87, 88, 93,

95, 96, 103, 112, 131, 132, 133
DO 13, 57, 58, 59, 62, 68, 79, 80, 120

E

economia 10, 15, 20, 25, 27, 29, 30, 58, 60, 100, 103, 112
econômica 13, 18, 25, 28, 45, 49, 50, 57, 58, 68, 83, 91, 92, 95
econômico 14, 15, 24, 26, 39, 40, 43, 47, 57, 59, 60, 72, 91, 113, 132
embalagem 17, 90, 100, 104, 105, 106, 107, 108, 111
entidade 44, 47, 83, 85, 87, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 100, 101, 130, 131
estratégica 10, 23, 24, 32, 33, 36, 49, 58, 84, 91, 99, 100, 101, 112
etnodesenvolvimento 4, 10, 54, 55, 56, 59, 60, 61, 62, 63
evolução 23, 24, 25, 27, 31, 32, 33, 34, 35, 113, 142

F

ferramenta 10, 13, 25, 27, 49, 67, 84, 85, 90, 91, 92, 94, 96, 99, 100, 101
futuro 4, 10, 23, 24, 25, 26, 27, 30, 31, 32, 34, 36, 41, 55, 57, 60, 63

G

Geográfica 10, 13, 14, 16, 17, 19, 20, 30, 31, 55, 61, 112, 115, 117, 120, 123, 133, 141
geração 13, 14, 15, 18, 20, 25, 28, 30, 31, 40, 41, 43, 46, 48, 59, 118
gestão 17, 30, 50, 84, 85, 89, 92, 93, 94, 99, 100, 101, 104, 111, 115, 135
governança 4, 25, 26, 27, 29, 30, 31, 32, 33, 35

I

IG 10, 13, 14, 15, 17, 18, 19, 20, 32, 35, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 86, 93, 115, 117, 142
Indicação 10, 13, 14, 16, 17, 19, 20, 30, 31, 55, 58, 61, 65, 86, 112, 115, 117, 119, 120, 123, 124, 133, 135, 141
indicação geográfica 18, 19, 21, 54, 57, 63, 66, 67, 68, 71, 72, 79, 80, 86, 93, 95, 100, 101, 118, 119, 120, 121, 128, 133, 134, 135, 141
indicações geográficas 4, 10, 11, 14, 23, 44, 51, 53, 62, 79, 80, 81, 96, 100, 115, 116, 127, 133, 138, 139, 142
indicadores-chave 24
indígenas 10, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 46, 47, 48, 49, 50, 53, 54, 55, 56, 57, 59, 60, 61, 62, 63, 65, 121
inovadoras 28, 59
intelectual 4, 13, 15, 16, 20, 39, 40, 41, 42, 50, 52, 53, 54, 55, 57,

58, 59, 61, 62, 63, 65, 69, 95, 96, 109, 113, 115, 119, 132, 133, 135

J

jurídica 10, 44, 45, 51, 53, 64, 67, 69, 70, 73, 75, 78, 80, 83, 101
jurisprudência 67, 79

M

marca 10, 29, 30, 38, 40, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 58, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 78, 79, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 99, 100, 101, 102, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 117, 118, 119, 129, 130, 131
marketing 15, 29, 32, 36, 89, 92, 102, 104, 105, 106, 110, 111
mercado 10, 14, 15, 16, 17, 44, 45, 46, 47, 49, 50, 56, 70, 74, 75, 77, 83, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 103, 104, 111, 128, 132, 134
morango 100, 104, 106, 108, 109, 110

N

nacional 4, 17, 20, 26, 47, 48, 49, 50, 52, 57, 67, 68, 69, 72, 74, 76, 77, 78, 102, 109, 122, 124, 126, 133
natureza 18, 34, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 56, 60, 67, 83, 85, 88, 101

O

oportunidades 4, 20, 23, 24, 26, 28, 31, 32, 33, 34, 35, 61, 111
organização 25, 26, 34, 42, 47, 48, 60, 63, 85, 94, 109, 110, 113, 115, 117, 128
Origem 13, 58, 120, 121, 141

P

paraenses 114, 115, 116, 128, 129
poder 19, 30, 32, 34, 39, 49, 88, 91, 94, 95, 115
políticas 4, 15, 19, 20, 23, 24, 25, 26, 27, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 63, 64, 65, 102, 116, 132, 133
práticas 3, 10, 13, 14, 27, 31, 32, 40, 41, 42, 44, 46, 50, 56, 57, 61, 65, 72, 85, 108, 111, 115, 122, 132
privado 24, 42, 44, 95, 115
processo 15, 16, 18, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 34, 35, 45, 46, 49, 55, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 73, 74, 77, 84, 89, 96, 97, 100, 102, 103, 104, 111, 118, 119, 120, 121, 123, 124, 126, 128, 129, 130, 131
produção 10, 13, 14, 15, 16, 18, 19, 21, 28, 29, 30, 32, 33, 43, 45, 46, 48, 49, 50, 55, 56, 57, 58, 77, 86, 90, 92, 94, 102, 104, 105, 106, 108, 109, 112, 119, 121, 126, 128, 131, 132
produto 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 28, 31, 44, 45, 47, 49, 55, 57, 58, 59, 60, 68, 70, 71, 72, 74, 75, 76, 77, 86, 89, 91, 101,

102, 103, 104, 105, 106, 107, 109, 110, 111, 117, 118, 119, 120, 121, 124, 129, 134, 142
produtores 10, 14, 15, 18, 19, 30, 45, 57, 58, 61, 62, 65, 84, 92, 100, 104, 106, 108, 109, 111, 115, 117, 119, 120, 126, 128, 132
produtos 4, 10, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 29, 30, 32, 33, 39, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 53, 55, 56, 57, 58, 59, 62, 63, 68, 70, 71, 72, 73, 75, 76, 77, 80, 81, 83, 85, 87, 88, 89, 90, 92, 93, 94, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 108, 109, 110, 112, 116, 117, 120, 124, 128, 130, 133, 134, 139
propriedade intelectual 4, 13, 15, 16, 20, 39, 40, 41, 42, 50, 52, 53, 55, 57, 58, 59, 61, 62, 63, 65, 69, 95, 96, 109, 113, 115, 119, 132, 133, 135
proteção 4, 10, 13, 14, 16, 17, 19, 20, 21, 28, 31, 33, 35, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 47, 48, 49, 50, 51, 53, 55, 57, 58, 63, 65, 67, 69, 70, 72, 75, 83, 86, 87, 91, 92, 95, 100, 101, 102, 103, 104, 106, 107, 108, 109, 111, 112, 115, 130, 132
públicas 4, 19, 20, 23, 25, 27, 28, 30, 34, 36, 64, 65, 116, 132, 133
público 10, 15, 19, 24, 32, 44, 46, 49, 50, 61, 74, 84, 89, 91, 92, 93, 94, 95, 100, 101, 115

Q

qualidade 14, 15, 16, 19, 23, 24, 28, 32, 33, 43, 44, 45, 47, 51, 52, 57, 58, 59, 60, 62, 63, 72, 81, 86, 87, 89, 90, 102, 109, 111, 125, 133

R

regional 14, 17, 18, 20, 23, 25, 26, 27, 28, 30, 34, 35, 36, 55, 57, 58, 63, 64, 113, 142
regulamento 82, 84, 85, 97, 101, 121, 130, 131

S

serviço 13, 14, 17, 44, 45, 55, 57, 58, 62, 76, 77, 84, 91, 93, 101, 131, 142
signos 4, 11, 66, 67, 68, 69, 70, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 86, 115
sistemas 24, 27, 29, 64
social 4, 15, 26, 31, 33, 39, 40, 42, 43, 48, 57, 58, 60, 62, 87, 113, 130, 132
stakeholders 24, 31
sustentáveis 4, 29, 60, 109
sustentável 4, 23, 25, 35, 57, 59, 62, 102, 119

T

técnicas 10, 14, 16, 18, 24, 35, 42, 43, 44, 46, 47, 50, 78, 103, 107, 118, 119, 133
tecnologias 27, 29, 41, 55, 122, 132

terras 54, 55, 59
territorial 10, 21, 22, 23, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 64, 65, 113, 123
territórios 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 52, 56, 62, 87, 109, 133
trabalho 13, 14, 16, 19, 28, 40, 50, 61, 64, 68, 69, 78, 84, 89, 102, 108, 116
tradicionais 4, 10, 13, 19, 30, 32, 33, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 60, 61, 62, 105
tradicional 16, 30, 33, 39, 40, 41, 42, 43, 47, 49, 51, 52, 56, 121

AYA EDITORA
2021