



UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DO PARÁ
INSTITUTO DE CIÊNCIAS DA SOCIEDADE
PROGRAMA DE CIÊNCIAS JURÍDICAS

JEFERSON ORIENTE BRELAZ SAMPAIO JUNIOR

SINAIS DISTINTIVOS: Dificuldades e perspectivas do registro de marcas coletivas e indicações geográficas para artesanato de tradição cultural.

SANTARÉM - PA
2014

JEFERSON ORIENTE BRELAZ SAMPAIO JUNIOR

SINAIS DISTINTIVOS: Dificuldades e perspectivas do registro de marcas coletivas e indicações geográficas para artesanato de tradição cultural.

Trabalho apresentado como requisito obrigatório para obtenção de nota final no Curso de Direito, Turma Direito 2010, do Programa de Ciências Jurídicas, do Instituto de Ciências da Sociedade da Universidade Federal do Oeste do Pará - UFOPA.

Orientador: Prof^º. MSc. Bruno Alberto Paracampo Mileo.

JEFERSON ORIENTE BRELAZ SAMPAIO JUNIOR

SINAIS DISTINTIVOS: Dificuldades e perspectivas do registro de marcas coletivas e indicações geográficas para artesanato de tradição cultural.

Parecer: _____

Local da Defesa: _____

Data da defesa: _____

Conceito: _____

EXAMINADORES

Orientador
Bruno Alberto Paracampo Mileo



AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus, pois ele é minha fortaleza, a pedra fundamental que sustenta minha existência. É Dele que retiro a força e sabedoria necessárias para escrever, pensar e viver.

Aos meus pais, que apesar das inúmeras dificuldades fizeram o possível e o impossível para que eu pudesse chegar até este ponto e continuar caminhando.

Ao meu grande orientador, por sua imensa paciência e incentivo nos momentos de desânimo e sua dedicação sem igual para auxiliar-me nesta empreitada.

Ao meu amor, Taciane, por sua paciência e apoio nos inúmeros momentos de desestímulo que passei antes que pudesse finalizar este trabalho.

Por fim, a todos meus amigos e familiares que acreditaram em mim, ajudaram-me e foram compreensíveis pela minha ausência em muitos encontros sociais.

RESUMO: Este trabalho reflete a experiência advinda dos planos de trabalho desenvolvidos nos anos de 2011 e 2012 no âmbito do Programa de Extensão Patrimônio Cultural na Amazônia (PEPCA), da Universidade Federal do Oeste do Pará (UFOPA). À época realizaram-se ações de extensão para divulgação de marcas coletivas e indicações geográficas em estratégias de acesso a mercados, bem como assessoria jurídica para o registro de Marca Coletiva para bens culturais produzidos a partir de modos de fazer de tradição cultural e representativos da região do oeste paraense, quais sejam: artesanatos de cuias pretas ornamentadas da Associação de Artesãs Ribeirinhas de Santarém (ASARISAN) e de trançados de palha de tucumã da Associação dos Artesãos do Arapiuns (AARTA). As atividades realizadas principalmente com as artesãs de Aritapera, suscitaram análises pertinentes, expressas em preocupações e possibilidades para o uso de sinais distintivos na identificação de bens de tradição cultural, fruto da prática de grupos populares. Assim, o presente trabalho, partindo da análise bibliográfica sobre Direitos Intelectuais, Propriedade Intelectual e Patrimônio Cultural, bem como pela revisão de relatórios produzidos a partir das atividades de pesquisa e extensão, tem como objetivo estudar o uso e o registro desses institutos para bens de tradição cultural, tais como peças de artesanato confeccionadas por comunidades locais a partir de conhecimentos tradicionais e modos de fazer reconhecidos como patrimônio cultural imaterial, analisando as dificuldades e as perspectivas colocadas pelo Sistema de Propriedade Intelectual.

Palavras-chave: Marca Coletiva, Indicação Geográfica, Artesanato, Patrimônio Imaterial, Mercado.

ABSTRACT: This study reflects the experience arising from work plans developed in the year 2011 and 2012 under the Cultural Heritage Outreach Program in the Amazon (PEPCA) , the Federal University of Western Pará (UFOPA) . At the time were held extension actions for dissemination of collective marks and geographical indications in market access strategies and legal advice for the registration of Collective Brand for cultural goods produced from ways of making cultural tradition and representative of the region the Para west, namely: craft ornate black bowls of Riparian Artisans Association of Santarém (ASARISAN) and twisted tucumã straw of the Association of Artisans of Arapiuns (AARTA) . The activities carried out primarily with the artisans of Aritapera , raised relevant analyzes , expressed in concerns and possibilities for the use of distinctive signs to identify cultural tradition of durable, practical result of popular groups . The present work starts from literature review on Intellectual Rights , Intellectual Property and Cultural Heritage , and by reviewing reports produced from the research and extension activities , aims to study the use and registration of these institutes for goods cultural traditions , such as handicrafts made by local communities from traditional knowledge and ways of doing recognized as intangible cultural heritage , analyzing the difficulties and prospects posed by the Intellectual Property System .

Keywords: Collective marks, geographical indication , Crafts, Intangible Heritage Market.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	7
CAPÍTULO I - PATRIMÔNIO CULTURAL IMATERIAL	10
1.1. Cenário Global.....	10
1.2. Conceito Jurídico Constitucional.....	15
1.3. Proteção do Patrimônio Cultural Brasileiro: Os instrumentos de Salvaguarda ...	16
CAPÍTULO II - PROPRIEDADE INTELECTUAL.....	20
2.2. Sinais Distintivos.....	23
2.2.1. Marcas	23
2.2.2. Indicação Geográfica	28
CAPÍTULO III - O ARTESANATO DE CUIAS DO ARITAPERÁ	35
3.1. Associação das Artesãs Ribeirinhas de Santarém - ASARISAN	36
3.2. O Pedido de Registro da Marca Coletiva Aíra	39
3.3. Artesanato de Cuias do Baixo Amazonas: Perspectiva para o registro de Indicação Geográfica.....	42
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	44
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	46

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, percebe-se um gradativo crescimento na atenção que instituições públicas e privadas vêm dando à gestão e salvaguarda do patrimônio cultural, buscando efetivar práticas que garantam a proteção do patrimônio constituído e os meios e modos dos grupos ligados à construção da cultura regional.

A ampliação dos conceitos de patrimônio cultural imaterial presentes no artigo 216 da Constituição de 1988 representa o vértice de discussões que se delineiam no cenário nacional desde a semana de arte moderna em 1922 e estimulou a elaboração do Decreto nº 3.551, de 04 de agosto de 2000, que institui o registro de bens culturais de natureza imaterial que constituem patrimônio cultural brasileiro e cria o programa nacional de patrimônio imaterial.

A partir do Decreto 3.551/2000, ampliam-se as políticas de preservação e salvaguarda do patrimônio cultural imaterial. Entre as várias maneiras de garantir a salvaguarda do patrimônio, fruto da interação das comunidades locais com o meio, está a valorização dos bens culturais em circuitos de mercados. Assim, alguns grupos têm encontrado em institutos da Propriedade Intelectual uma forma de proteção e agregação de valor aos seus produtos, é o caso dos sinais distintivos, especificamente as marcas coletivas e indicações geográficas.

Os sinais distintivos são institutos da Propriedade Intelectual de grande relevância quando se busca diferenciar produtos e serviços, podendo ainda proteger e agregar valor aos bens, através de estipulação específica em regulamento de uso seguida de boas estratégias de acesso a mercados, especialmente para as marcas coletivas e indicações geográficas. Associados comumente às necessidades mercadológicas do médio e grande empresariado, tais sinais, em especial as marcas coletivas e as indicações geográficas, vêm despertando cada vez mais o interesse de pequenos produtores rurais e artesãos, criando novas interfaces com questões ligadas a direitos culturais das populações locais, usos de recursos naturais e conhecimentos tradicionais.

Nesse contexto, no ano de 2011 e 2012, no âmbito do Programa de Extensão Patrimônio Cultural na Amazônia (PEPCA), da Universidade Federal do Oeste do Pará (UFOPA), realizaram-se ações de extensão para divulgação de marcas coletivas e indicações geográficas em estratégias de acesso a mercados, bem como assessoria jurídica para o registro de Marca Coletiva para bens culturais produzidos a partir de modos de fazer de tradição cultural e representativos da região do oeste paraense, quais sejam: artesanatos de cuíbas pretas ornamentadas da Associação de Artesãs Ribeirinhas de Santarém (ASARISAN) e de trançados de palha

de tucumã da Associação dos Artesãos do Arapiuns (AARTA).

Em 2013, desenvolveu-se o plano de trabalho “Uso de sinais distintivos para bens culturais: dificuldades e perspectivas do registro de Marcas Coletivas e Indicações Geográficas para artesanato de tradição cultural”, no qual, para além das atividades de extensão realizadas com os artesãos, buscou-se o aprofundamento teórico sobre o uso de sinais distintivos para o artesanato de tradição cultural, estudando perspectivas e desafios para o cotidiano dos grupos populares e acesso a mercados.

O presente trabalho resulta de experiência advinda dos planos de trabalho desenvolvidos em anos anteriores. Tem como objetivo estudar o uso e o registro de Marcas Coletivas e Indicações Geográficas para bens de tradição cultural, tais como peças de artesanato confeccionadas por comunidades locais a partir de conhecimentos tradicionais e modos de fazer reconhecidos como patrimônio cultural imaterial, analisando as dificuldades e as perspectivas colocadas pelo Sistema de Propriedade Intelectual.

O arcabouço conceitual aqui utilizado, longe de esgotar qualquer matéria ou discussão, possui a função de contextualizar as impressões retiradas da experiência de atuação. No âmbito do programa realizamos atividades bibliográficas voltadas a estudos dirigidos sobre Direitos Intelectuais, Propriedade Intelectual e Patrimônio Cultural, com ênfase especialmente em sinais distintivos, mais especificamente o registro de marcas coletivas e indicações geográficas. Além disso, atuamos junto aos grupos, realizando oficinas para divulgação dos institutos da marca coletiva e Indicação Geográfica, bem como entrevistamos alguns sujeitos, material que foi registrado em relatórios de viagem, mensal e final dos planos de extensão e pesquisa. Também produzimos um capítulo de livro, um artigo, duas cartilhas e alguns resumos relacionados ao tema. Assim, o método de pesquisa adotado neste trabalho está pautado na revisão de material produzido e sistematização do conteúdo com base nos conhecimentos apreendidos nos estudos dirigidos das matérias mencionadas.

As atividades desenvolvidas, tanto de um ponto de vista prático, como teórico, permitiram visualizarmos que a diversidade de bens culturais e contextos sociais que se inserem no conceito de patrimônio cultural exigem que as iniciativas de valorização desses bens ocorram também a partir de aproximações com outros campos de conhecimento e intervenção, como é o caso das discussões sobre as interfaces existentes entre Patrimônio Cultural e Propriedade Intelectual.

Para atingir nosso mister dividimos o trabalho em três capítulos principais, além da introdução e considerações finais. O primeiro capítulo apresenta um panorama global partindo do cenário internacional busca demonstrar as preocupações mundiais com a perda do patri-

mônio cultural imaterial, as quais, juntamente com as discussões internas, iniciadas com Mario de Andrade, foram ponto de partida para adoção do conceito de patrimônio presente no artigo 216 da Constituição federal e mais tarde constituíram todo o cenário institucional de proteção e valoração do patrimônio imaterial nacional.

No segundo capítulo, tecemos breves considerações acerca da Propriedade Intelectual, visando demonstrar algumas interfaces existentes com o patrimônio cultural. Em seguida partimos para discussões específicas relacionadas aos sinais distintivos, conceituando os institutos. Este capítulo funciona como complementação do terceiro, no qual se apresenta o caso da marca Aíra. Assim, antes de adentrarmos no estudo do caso é preciso apresentar, ainda que sucintamente o instituto e suas características, porquanto é fundamental conhecer as categorias que norteiam a matéria para que possamos compreender os limites e possibilidades da relação entre a Propriedade Intelectual e o Patrimônio Cultural Imaterial.

No Terceiro capítulo, as considerações gerais traçadas anteriormente ganham contornos específicos. Contextualiza-se o universo em que estão inseridas as artesãs de Aritapera, apresentando as práticas institucionais que levaram à criação da Associação das Artesãs Ribeirinhas de Santarém (ASARISAN), no âmbito da qual as mulheres participaram de atividades para retomar práticas esquecidas de ornar as cuias com grafismos. Neste capítulo, também apresentamos como ocorreu a interação com o grupo, bem como o procedimento de registro da marca Aíra, sempre tecendo considerações acerca das possibilidades de gestão do patrimônio cultural imaterial através de estipulações no regulamento de uso, além da valoração do bem em circuitos de mercado especializados. Por fim, sucintamente, apontamos para a perspectiva de registro de uma Indicação Geográfica para o artesanato de Cuias do Baixo Amazonas.

Nesse contexto, para a academia este trabalho torna-se relevante pela especificidade da abordagem, vez que ainda é diminuta a produção de textos científicos que busquem a interação do Patrimônio Cultural com a Propriedade Intelectual, principalmente sobre uma abordagem de Marcas Coletivas e Indicações Geográficas. Além disso, ajuda a construir um quadro de interdisciplinaridade, porquanto busca interrelacionar conhecimentos científicos outrora distantes.

CAPÍTULO I - PATRIMÔNIO CULTURAL IMATERIAL

1.1. Cenário Global

Nas décadas de 70 e 80, as mudanças políticas, econômicas e tecnológicas delinearam uma nova conjuntura mundial. O Advento das novas tecnologias facilitou a disseminação de informações e tornou fluida a fronteira dos Estados. Esse novo recorte, chamado globalização, apela à padronização, à massificação de valores, sob o discurso da construção de uma sociedade global, sempre em detrimento das identidades nacionais. A crescente expansão de padrões culturais, sucedido desse processo, tem instigado reflexões acerca da preservação de uma cultura particular, nacional, não massifica.

Conscientes dessa realidade, atores sociais, particulares e coletivos, públicos e privados, voltam-se cada vez mais para o estudo, valorização e salvaguarda do Patrimônio Cultural Brasileiro. Desde a realização da semana da Arte Moderna em 1922 observam-se movimentos para preservar os modos de ser, viver e fazer das populações formadoras da cultura nacional (CAVALCANTE, FONSECA, 2008).

Para um país socialmente diverso e com planos ambiciosos de desenvolvimento, como o Brasil, é fundamental resguardar as formas genuínas de expressão cultural, principalmente quando se observa no cenário mundial o predomínio de modos europeus e norte-americanos, consequência da rápida disseminação de informações e interdependência ocasionada pela globalização. Nesse sentido Laurent Lévi-Strauss faz as seguintes considerações:

Na era da mundialização, em que a diversidade externa tende a tornar-se cada vez mais pobre, torna-se urgente manter e preservar a diversidade interna de cada sociedade, gestada por todos os grupos e subgrupos humanos que a constituem e que desenvolvem, cada um, diferenças as quais atribuem extrema importância. (LÉVI-STRAUSS, 2006, p. 82)

Defender elementos das identidades que compõem a diversidade social brasileira é evitar, antes de tudo, o empobrecimento cultural, além de ser meio para garantir um desenvolvimento igualitário, pautado no respeito à pluralidade e complexidade cultural. A necessidade de salvaguardar o patrimônio cultural mostra-se ainda mais reveladora pelas palavras da professora Luciana Gonçalves (2012, p. 19), para quem “O estudo do patrimônio é [...] mecanismo revelador de múltiplas faces das sociedades do passado e do presente, permitindo ainda vislumbrar suas projeções para o futuro”.

Nessa direção, o país tem buscado, por meio de mudanças legislativas importantíssimas, como os artigos 215 e 216 da Constituição de 1988, o Decreto nº 3.551/2000 e pela adoção de políticas públicas, garantir a diversidade cultural, proporcionando meios à manutenção das práticas e costumes que compõem o patrimônio cultural brasileiro.

Em verdade, essas mudanças refletem um contexto de discussões férteis voltadas à valorização e preservação da cultura popular, tanto no cenário nacional como internacional.

Em âmbito internacional, destaca-se a criação da Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura – UNESCO, em 1946. No interior da Organização muitos países demonstraram interesse na criação de Comissões Nacionais voltadas à identificação, estudo, documentação e valorização do patrimônio cultural. O interesse dos países em preservar seu patrimônio cultural reflete, entre outros fatores, preocupações com a perda de bens culturais, principalmente após a destruição de obras e monumentos em países participantes da II Guerra Mundial (MENEZES, 2010).

Desde sua criação, foram tímidas as ações da UNESCO em favor do patrimônio cultural. Somente na década de 1960, após o anúncio da construção da barragem de Assuã, no Rio Nilo, cujas águas inundariam um vasto patrimônio arqueológico, passou a mobilizar os Estados-membros para um esforço conjunto, buscando preservar vestígios milenares da história da humanidade presentes naquela região (MENEZES, 2010).

A partir daí, vários países passaram a discutir significativamente acerca do patrimônio cultural, o que levou à elaboração da “Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Mundial, Cultural e Natural”, aprovada na 17ª Sessão da Conferência Geral da UNESCO, em 1972, ocasião em que foi criada a “Lista do Patrimônio Mundial”. Assim, esse tema foi efetivamente inserido na agenda mundial de discussões. No entanto, a “Lista do Patrimônio Mundial” nitidamente priorizou o registro de conjuntos arquitetônicos e sítios urbanos nos moldes europeus, por conta disto vários países não encontraram representatividade na iniciativa, uma vez que os mais significativos elementos de suas culturas não se enquadravam em tal critério (BRAYNER, 2012).

Nesse contexto, alguns Estados membros, liderados pela Bolívia, solicitaram à UNESCO a realização de estudos que apontassem formas jurídicas de proteção às manifestações da cultura tradicional e popular como um importante aspecto do Patrimônio Cultural da Humanidade. Esses estudos levaram à “Recomendação sobre a Salvaguarda da Cultura Tradicional e Popular”, aprovada na 25ª Reunião da Conferência Geral da UNESCO, em 1989. Esse foi um dos eventos que impulsionaram a elaboração, em 2003, da “Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial” (MENEZES, 2010).

Laurent Lévi-Strauss resume o contexto e posicionamento internacional que orientou por muito tempo o tratamento do patrimônio cultural imaterial:

É verdade que, durante muito tempo, o estudo e a salvaguarda das formas de patrimônio cultural, normalmente denominadas “imateriais”, em particular aquelas ligadas à vida cotidiana e culturas populares, eram vistas como primos pobres das políticas de conservação do patrimônio, se comparadas com os meios e esforços consagrados às obras de arte e aos monumentos. Como decorrência, sem dúvida, de uma aplicação estrita do artigo primeiro do Ato constitutivo da UNESCO, que lhe confere, na área cultural, a missão de assegurar “a conservação e proteção do patrimônio universal de livros, obras de arte e outros monumentos de interesse histórico ou científico”, dos anos 50 ao fim dos anos 70, todas as grandes convenções, recomendações e cartas adotadas por sua iniciativa, inclusive a mais célebre de todas, a Convenção do Patrimônio Mundial de 1972, definiram seu campo de aplicação segundo uma concepção bastante restritiva de patrimônio cultural, limitada apenas à sua dimensão física. Foi preciso esperar o ano de 1989 para que a Conferência Geral adotasse uma Recomendação para a salvaguarda da cultura tradicional e popular, único texto jurídico internacional na matéria até hoje. (LÉVI-STRAUSS, 2006, p.79)

A Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial, celebrada pela UNESCO em Paris, no dia 17 de outubro de 2003, fruto desse processo de mudança internacional, é sem dúvida o instrumento mais importante na atualidade para o tratamento do patrimônio cultural imaterial. O Brasil participou ativamente da sua elaboração e a ratificou por meio do Decreto nº 5.753/2006. Seguindo as diretrizes dessa normativa, o Estado instaurou um conjunto de políticas públicas de cultura que configuram o atual contexto institucional do patrimônio cultural imaterial brasileiro (CAVALCANTE, FONSECA, 2008).

Entretanto, cumpre ressaltar que no Brasil as discussões do patrimônio cultural remontam a 1922, quando da realização da Semana da Arte Moderna, pela qual se projetou as ideias de Mário de Andrade a respeito do tema da diversidade cultural e do interesse etnográfico pela cultura das camadas populares (CAVALCANTE, FONSECA, 2008). Mario de Andrade é o expoente máximo da luta pela proteção e valorização do patrimônio cultural nacional, foi um dos primeiros a vislumbrar a natureza ampla do patrimônio, para além das expressões em formas de esculturas e monumentos de pedra e cal.

Na introdução do “Relatório Final das Atividades da Comissão e do Grupo de Trabalho Patrimônio Imaterial”, publicado em 2006 pelo IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional), demonstra-se a importância do escritor para o atual estágio de proteção e valorização dos bens culturais:

No Brasil, o reconhecimento do papel das expressões populares na formação de nossa identidade cultural remonta aos anos 30 e faz parte do contexto de criação do próprio Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - Iphan. O registro dessas manifestações culturais está previsto no anteprojeto elaborado por Mário de Andrade, em 1936, para a instituição e, embora não tenha sido levado a efeito por longo

tempo, teve sua ideia retomada nos anos 70 pelo Centro Nacional de Referência Cultural e, em seguida, pela Fundação Nacional Pró-Memória. Nesse período, foram realizadas ações de registro bastante significativas que, apesar do seu caráter experimental e não sistemático, propiciaram uma importante reflexão sobre a questão, tendo como principal fruto a sedimentação de uma noção mais ampla de patrimônio cultural. Este conceito está expresso nos artigos 215 e 216 da Constituição Federal de 1988, que também estabeleceu a necessidade de se elaborar “outras formas de acautelamento e de preservação”, além do tombamento, para as formas de expressão e os modos de criar, fazer e viver. (GTPI, 2006, p. 15)

Entre os principais eventos que surgiram a partir da iniciativa de Mario de Andrade destacamos a criação, em 1937, do Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN), primeira instituição do governo brasileiro voltada para a proteção do patrimônio cultural do país, que posteriormente transformou-se no atual IPHAN, autarquia do Ministério da Cultura que é a instituição de referência para a atuação relativa ao Patrimônio Cultural na esfera federal (MENEZES, 2010).

Atualmente o instituto coordena as políticas de preservação e salvaguarda do patrimônio cultural, atuando tanto na construção conceitual, como na intervenção prática, que inclui diversas parcerias com órgãos públicos e organizações privadas. As políticas de preservação do patrimônio cultural corporificam-se nas ferramentas do Registro, no Inventário Nacional de Referências Culturais (INRC), no Programa Nacional de Patrimônio Imaterial (PNPI) e nos Planos de Salvaguarda, os mais relevantes serão discutidos oportunamente (CAVALCANTI, 2008).

Na esfera normativa a Constituição de 1988 é, sem dúvida, o reflexo mais importante das considerações feitas por Mario de Andrade em 1936. O texto inova na conceituação do patrimônio cultural por consagrar uma nova e moderna concepção, mais abrangente e democrática. A Constituição avança quando expressamente define como patrimônio os bens culturais de natureza imaterial, tais como as formas de expressão, os modos de criar, fazer e viver.

Essa ampliação significativa do rol de proteção traz situações inéditas para discussão do patrimônio. As políticas de gestão e salvaguarda, adotadas a partir das determinações constitucionais, tem se aproximado de outros campos do conhecimento para atuar de forma mais efetiva junto aos grupos tradicionais, como é caso do uso de sinais distintivos para identificação de bens de tradição cultural. A iniciativa busca agregar valor aos produtos, tais como peças de artesanato, a fim de melhorar a renda dos grupos produtores, estimulando a continuidade das práticas tradicionais, muitas vezes ameaçadas de esquecimento pela substituição por atividades mais rentáveis, como a agricultura e a pesca. Dessa forma, indiretamente favorece a salvaguarda do patrimônio material e imaterial vinculado.

Embora a Constituição Federal de 88 tenha trazido conceitos inovadores e amplos, a implantação de políticas no campo do patrimônio imaterial foi tímida. Somente em novembro de 1997, as orientações da Carta Magna resultaram em uma ação mais efetiva: “a realização do seminário internacional, promovido pela Superintendência do IPHAN em Fortaleza - CE, para discutir estratégias e formas de proteção ao patrimônio imaterial”. (MENEZES, 2010).

Rogério Menezes, explica o evento de Fortaleza e suas principais consequências:

Nesse evento, foram apresentadas experiências brasileiras e internacionais de identificação, de resgate e de valorização de manifestações culturais vivas. Também se discutiram os rumos da ação institucional nesse campo, os instrumentos legais e as medidas administrativas que poderiam ser propostas para a preservação dessa dimensão do patrimônio. O seminário produziu o documento A Carta de Fortaleza. Nela recomendavam-se o aprofundamento do debate sobre o conceito de patrimônio cultural imaterial e o desenvolvimento de estudos para a criação de instrumento legal, instituindo o ‘Registro’ como principal modo de preservação e de reconhecimento de bens culturais dessa natureza.

A Carta de Fortaleza repercutiu de imediato no Ministério da Cultura: em março de 1998, constituiu-se Comissão com o objetivo de elaborar proposta visando à regulamentação da salvaguarda do patrimônio cultural imaterial [...]. Também foi criado o Grupo de Trabalho Patrimônio Imaterial - GTPI, que reunia técnicos do Iphan, da Funarte e do MinC, para assessorar essa Comissão.

O resultado do trabalho conjunto entre a Comissão e o Grupo de Trabalho Patrimônio Imaterial – GTPI não demorou a surgir. Em 4 de agosto de 2000 o Decreto nº 3.551 instituiu “o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial que constituem patrimônio cultural brasileiro” e criou “o Programa Nacional do Patrimônio Imaterial”. Quatro anos depois, em 7 de abril de 2004, já na gestão de Gilberto Gil frente ao Ministério da Cultura, o Decreto nº 5.040 criou o Departamento do Patrimônio Imaterial do Iphan (DPI), ao qual se integrou o Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular - CNFCP. (MENEZES, 2010. p. 15)

Por fim, Maria Laura Cavalcante e Maria Cecília Fonseca, de forma sintética, contextualizam o percurso brasileiro para configuração da noção de patrimônio cultural imaterial, considerando os impulsos internos e externos:

A história do percurso brasileiro da noção de patrimônio cultural imaterial e do conjunto de atuações propiciadas por ela associa-se a um duplo impulso. De um lado, liga-se às preocupações expressas desde os anos 1920 pelo Modernismo brasileiro. Essas preocupações embasam diversas realizações não só intelectuais como institucionais, destacando-se entre elas a criação do Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN), em 1937. De outro lado, encontram-se os estímulos provenientes da rede internacional articulada na UNESCO, que, desde seu surgimento, após a Segunda Guerra Mundial, notabiliza-se pela defesa da riqueza humana resultante da diversidade cultural. (CAVALCANTE, FONSECA, 2008, p. 13)

Nesse contexto, faz-se necessária a criação desta linha temporal detalhando eventos relevantes para a evolução dos conceitos e construção das atuais estruturas de proteção do patrimônio cultural imaterial, a fim de contextualizar o leitor para temas fora da órbita jurídica, distantes da formação acadêmica do autor.

1.2. Conceito Jurídico Constitucional

Não são poucas as considerações a serem feitas quando se discute o conceito de patrimônio cultural imaterial. Rogério Menezes assevera que sequer “existe consenso no plano internacional ou no nacional sobre o termo que melhor define o conjunto dos bens culturais de natureza imaterial, que são chamados de patrimônio cultural intangível, patrimônio cultural imaterial, cultura tradicional e popular, patrimônio oral, patrimônio vivo, entre outros” (MENEZES, 2010, p. 17).

Nesse sentido, é preciso esclarecer que o conceito de patrimônio cultural imaterial abordado neste trabalho é eminentemente jurídico. Trata-se, em verdade, do conceito de cultura popular tradicionalmente estudada pela antropologia, mas que foi institucionalizado para um melhor manuseio no atuar político-institucional dos agentes ligados a pesquisa, divulgação e salvaguarda do patrimônio cultural imaterial.

No plano internacional a UNESCO, no artigo 2º da Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial, define o patrimônio imaterial como sendo:

[...] as práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas junto com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais que lhes são associados que as comunidades, os grupos e, alguns casos, os indivíduos reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural. Este patrimônio cultural imaterial, que se transmite de geração em geração, é constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função de seu ambiente, de sua interação com a natureza e de sua história, gerando um sentimento de identidade e continuidade e contribuindo assim para promover o respeito à diversidade cultural e à criatividade humana. (UNESCO, 2003)

No Brasil, o IPHAN e o Ministério da Cultura optaram por adotar a terminologia estabelecida no artigo 216 da Constituição Federal de 1988, *in verbis*:

Art. 216. Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem:

I – as formas de expressão;

II – os modos de criar, fazer e viver;

III – as criações científicas, artísticas e tecnológicas;

IV – as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais;

V – os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico (grifo nosso).

A Carta amplia a noção de patrimônio para além das definições do Decreto-Lei 25/37 (Lei do Tombamento), valoriza a multiplicidade cultural e permite a concretização da cidadania através de direitos culturais. Em verdade, é um reflexo da valorização da sociodiversidade

brasileira e o reconhecimento do papel das expressões culturais de diferentes grupos sociais na formação da identidade cultural nacional (SANTILLI, 2007).

Essa tutela constitucional do patrimônio imaterial fundamenta-se, segundo Santilli (2007), por não ser possível compreender os bens culturais sem considerar os valores neles investidos e que o representam, ou seja, sua dimensão imaterial, e, da mesma forma, não se pode entender a dinâmica do patrimônio imaterial sem o conhecimento da cultura material que lhe dá suporte. No mesmo sentido são as considerações da Comissão e Grupo de Trabalho Patrimônio Imaterial, feitas no relatório final de atividades:

Cientes dessas discussões, e levando em conta que ela está longe de chegar a uma conclusão, a Comissão e o GTPI optaram neste trabalho por seguir o Artigo 216 da Constituição Federal, que definiu o patrimônio cultural brasileiro como o conjunto de bens culturais de natureza material e imaterial que se referem À ação, À memória e À identidade dos grupos formadores da sociedade brasileira. Não há dúvida de que as expressões “patrimônio imaterial” e “bem cultural de natureza imaterial” reforçam uma falsa dicotomia entre esses bens culturais vivos e o chamado patrimônio material. (IPHAN, 2006, p. 17)

O Decreto nº 3.551/2000, em consonância com o texto constitucional também apresenta um conceito de patrimônio imaterial ao definir em seu artigo 1º que constituem patrimônio cultural brasileiro: os saberes, os ofícios, as festas, os rituais, as expressões artísticas e lúdicas (CAVALCANTE, FONSECA, 2008).

Esses conceitos constitucionais e infraconstitucionais são fruto de um longo processo histórico de institucionalização de políticas de preservação e salvaguarda do patrimônio cultural imaterial, que procuram abandonar o olhar elitista, monumentalista e sacralizador de patrimônio cultural. (SANTILLI, 2007). É essa a nova perspectiva de patrimônio imaterial que norteia as atuais políticas de preservação.

1.3. Proteção do Patrimônio Cultural Brasileiro: Os instrumentos de Salvaguarda

A atual política de salvaguarda do patrimônio cultural imaterial executada pelo IPHAN é reflexo direto, embora tardio, do artigo 215 da Constituição Federal de 1988. As bases dessa política, como demonstramos, são consequência das diretrizes discutidas no seminário “Patrimônio Imaterial: estratégias e formas de proteção” de 1997, e sistematizadas na “Carta de Fortaleza”. Posteriormente muitas dessas diretrizes foram normatizadas através do Decreto nº 3.551, de 4 de agosto de 2000, que complementado pela Resolução nº 1, de 3 de

agosto de 2006, constitui o principal aparato legal da atuação relativa ao patrimônio cultural nacional (CAVALCANTE, FONSECA, 2008).

Em 2004, através do Decreto nº 5.040, de 6 de abril, foi instituído o Departamento do Patrimônio Imaterial (DPI) do IPHAN, um departamento voltado especificamente para a preservação do patrimônio cultural imaterial. (CAVALCANTE, FONSECA, 2008). A partir de dezembro de 2003, o Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular (CNFCP) associa-se também às ações do DPI, apoiando o departamento e realizando atividades específicas relacionadas à pesquisa, difusão, apoio e fomento às culturas populares (MENEZES, 2010).

Estes dois órgãos passaram a gerenciar o conjunto de políticas voltadas para o patrimônio cultural imaterial, tendo como principais instrumentos o Registro, o Inventário Nacional de Referências Culturais (INRC) e os Planos de Salvaguarda.

O registro foi instituído pelo Decreto nº 3.551/2000. Atua como uma forma de reconhecimento e busca a valorização dos bens imateriais, com base na produção de conhecimento, documentação, reconhecimento, valorização, apoio e fomento (MENEZES, 2010). Corporifica-se nos livros de registro que estão divididos tematicamente no §1º do Decreto, *in verbis*:

§ 1º Esse registro se fará em um dos seguintes livros:

I - Livro de Registro dos Saberes, onde serão inscritos conhecimentos e modos de fazer enraizados no cotidiano das comunidades;

II - Livro de Registro das Celebrações, onde serão inscritos rituais e festas que arcam a vivência coletiva do trabalho, da religiosidade, do entretenimento e de outras práticas da vida social;

III - Livro de Registro das Formas de Expressão, onde serão inscritas manifestações literárias, musicais, plásticas, cênicas e lúdicas;

IV - Livro de Registro dos Lugares, onde serão inscritos mercados, feiras, santuários, praças e demais espaços onde se concentram e reproduzem práticas culturais coletivas.

O processo de registro descreverá o bem cultural de forma completa, na medida do possível, será acompanhado da documentação correspondente a qual mencionará todos os elementos relevantes, abrangendo o seu passado e o presente, e suas diferentes versões. Poderá ser realizado por outros órgãos públicos ou entidades privadas, mas sempre sob a supervisão do IPHAN. Considerando que as práticas culturais são extremamente mutáveis, e que a própria declaração de um bem como patrimônio cultural poderá modificar a realidade de interação com os atores responsáveis, o registro deve ser renovado a cada 10 anos, porquanto seja referência de determinada época, é o que expressa o artigo 7º do Decreto nº 3.551/00 (MENEZES, 2010).

O Inventário Nacional de Referências Culturais (INRC) é instrumento estabelecido no art. 8º do Decreto nº 3.551/00, *in verbis*:

Art. 8º Fica instituído, no âmbito do Ministério da Cultura, o “Programa Nacional do Patrimônio Imaterial”, visando à implementação de política específica de inventário, **referenciamento** e valorização desse patrimônio. (grifo nosso)

O INRC consiste em uma metodologia de pesquisa que tem como objetivo produzir conhecimento sobre os domínios da vida social aos quais são atribuídos sentidos e valores, portanto, que constituem marcos e referências de identidade para determinado grupo social (MENESES, 2010). O INRC é um procedimento de investigação composto por três etapas, vejamos:

Levantamento preliminar: reunião e sistematização das informações disponíveis sobre o universo a inventariar, produzindo-se, ao final da etapa, um mapeamento cultural que pode ter caráter territorial, geopolítico ou temático.

Identificação: descrição sistemática e tipificação das referências culturais relevantes; mapeamento das relações entre estas referências e outros bens e práticas; e indicação dos aspectos básicos dos seus processos de formação, produção, reprodução e transmissão.

Documentação: desenvolvimento de estudos técnicos e autorais, de natureza eminentemente etnográfica, e produção de documentação audiovisual ou outra adequada à compreensão dos bens identificados, realizadas por especialistas, segundo as normas de cada gênero e linguagem; inclui, ainda, a fundamentação do trabalho de inserção dos dados, obtidos nas etapas anteriores, no banco de dados do INRC. (MENESES, 2010, p. 20)

O INRC busca descrever cada bem cultural imaterial de modo a permitir a adequada compreensão dos processos de criação, recriação e transmissão que o envolvem, assim como dos problemas que o afetam. Trata-se de tarefa primordial para o conhecimento desse universo de bens culturais e para a fundamentação das demais ações de salvaguarda (MENESES, 2010).

No que tange aos planos de salvaguarda, estes podem ser entendidos como uma forma de apoio aos bens culturais de natureza imaterial, que através de múltiplas iniciativas busca garantir as condições para perpetuação das práticas culturais, atuando principalmente no aspecto material da vida dos grupos envolvidos, seja social ou economicamente, sempre criando estratégias para valorização do bem imaterial, estimulando sua continuidade (MENESES, 2010).

Os planos buscam seus elementos de trabalho junto aos inventários e registros, pois durante esses processos produz-se um enorme conhecimento sobre os modos de expressão e organização dos grupos envolvidos, assim, ao identificar os mecanismos e instrumentos locais de transmissão do bem cultural é possível planejar as maneiras mais adequadas de salvaguarda (MENESES, 2010).

Nesse contexto, percebe-se que a realidade de interação dos agentes de salvaguarda com os grupos que constroem o patrimônio cultural brasileiro é extremamente dinâmica, en-

volvendo uma série de ações que vão desde o levantamento de referências culturais para fins de Registro como patrimônio brasileiro, até intervenções necessárias à reprodução das práticas culturais dos grupos sociais por meio dos Planos de Salvaguarda.

Por outro lado, a diversidade de bens culturais e contextos sociais que se inserem no conceito de patrimônio cultural exigem que as iniciativas de valorização desses bens ocorram também a partir de aproximações com outros campos de conhecimento e intervenção, como é o caso das discussões sobre as interfaces existentes entre Patrimônio Cultural e Propriedade Intelectual.

Para permitir a continuidade dos bens culturais é fundamental garantir condições sociais, econômicas e ambientais necessárias a sua reprodução. Não raro, as expressões imateriais do patrimônio se corporificam em um bem tangível, capaz de ser mensurado economicamente, é o caso, por exemplo, dos conhecimentos tradicionais e modos de fazer que criam no meio material produtos artesanais, tais como cuias ornamentadas, artesanato em palha de tucumã, brinquedos em miriti. Muitos desses produtos culturais, expressão máxima do patrimônio imaterial, possuem um universo de interação próprio articulados em circuitos de venda e consumo. Assim, a recolocação de bens culturais em novos circuitos de mercados almeja valorar economicamente a carga cultural do produto estimulando a produção com vistas a manter vivas as práticas tradicionais ligadas ao processo de criação.

Vislumbrando essa realidade, projetos de intervenção têm buscado a valorização dos produtos culturais, incentivando a produção e inserindo-os em circuitos de mercados que proporcionem melhores condições aos grupos. Nesse contexto, a Propriedade Intelectual insere-se, através dos chamados sinais distintivos, como ferramenta complementar de gestão e valorização. Emerge como estratégia para valorizar modos de fazer artesanais e a reprodução dos conhecimentos tradicionais.

CAPÍTULO II - PROPRIEDADE INTELECTUAL

2.1. Contextualização

A Propriedade Intelectual refere-se, de modo geral, às produções do intelecto humano que tem especial proteção jurídica. É o direito que o indivíduo possui sobre um bem incorpóreo, intangível (DI BALSÌ, 2010). Ela divide-se em dois ramos principais, o direito autoral (relacionado à propriedade musical, literária, artística, científica e de programas de computador) e a propriedade industrial (relacionado à invenção, modelo de utilidade, desenho industrial, marca). Além destes, estudos recentes colocam novas ramificações para a regulamentação das criações intelectuais, como ocorre com os chamados direitos intelectuais coletivos para designar a tutela jurídica dos conhecimentos tradicionais.

Como visto, a Propriedade Intelectual engloba um campo de conhecimento demasiado extenso, complexo e em muitos casos equidistantes, por isso, cumpre delimitar a atuação deste trabalho aos chamados “Sinais Distintivos”. Estes estão identificados como ramificações da propriedade industrial, são constituídos pelos símbolos identificadores utilizados em nichos de mercado para individualizar agentes e seus produtos de outros no mesmo ramo de atividade. São sinais distintivos os nomes de domínio, as indicações geográficas, as marcas, que podem ser de certificação, de empresa e coletiva, para falar apenas no campo da propriedade industrial.

A seguir o trabalho concentra as discussões em torno das Marcas Coletivas e Indicações Geográficas, porquanto sejam sinais identificadores de titularidade coletiva e cujas características possibilitam aproximação com questões ligadas à gestão, proteção e valorização do patrimônio cultural imaterial, conforme será demonstrado oportunamente. Antes, porém, é necessário tecer algumas considerações acerca de interfaces existentes entre a Propriedade Intelectual e o patrimônio cultural imaterial, considerando pontos de contato e distanciamento. Deste modo, retoma-se consideração feita em publicação anterior que se mostra pertinente:

[...] os pontos de contato que se estabelecem entre patrimônio cultural e propriedade intelectual, [...] ficaram mais sensíveis a partir da significativa ampliação do rol de bens culturais reconhecidos como patrimônio cultural pela legislação brasileira, em especial com a inclusão de bens de natureza imaterial, e do crescente destaque para as discussões sobre a proteção para os produtos da criatividade humana, por meio de mecanismos de propriedade intelectual, devido ao desenvolvimento técnico-científico e à intensificação da globalização. (MILEO, SAMPAIO JÚNIOR, 2012).

Nesse contexto, o reconhecimento recente de direitos às formas de expressão da cultura popular e aos conhecimentos de povos tradicionais tem pressionado pela reinvenção da tutela jurídica para as criações intelectuais para além dos direitos de propriedade privada individual e na direção dos chamados direitos intelectuais coletivos. Questões extremantes ligadas à proteção do patrimônio cultural imaterial, porquanto, segundo Santili:

Os bens imateriais abrangem as mais diferentes formas de saber, fazer e criar, como músicas, contos lendas, danças [e etc.]. Incluem, ainda, os conhecimentos, inovações e práticas culturais de povos indígenas, quilombolas e populações tradicionais, que vão desde formas e técnicas de manejo de recursos naturais até métodos de caça e pesca e conhecimento sobre sistemas ecológicos e espécies com propriedades farmacêuticas, alimentícias e agrícolas – os conhecimentos tradicionais associados à biodiversidade. (SANTILI, 2005, p. 120)

Neste ponto, é imperioso destacar a natureza coletiva dos bens representativos do patrimônio cultural imaterial, em face da titularidade individual característica do sistema de Propriedade Intelectual. Os bens culturais imateriais são aqueles representativos da identidade, ação e memória dos diferentes grupos, são coletivos e de titularidade difusa. A Propriedade Intelectual, por outro lado, estrutura-se como direito de propriedade sobre um bem incorpóreo, procura regular a ligação do autor, ou criador com o bem imaterial. Através dela estabelecem-se as regras e procedimentos para obtenção do privilégio que garantirá ao detentor, pessoa física ou jurídica, o uso, gozo e disposição exclusiva do bem, por tempo determinado ou não, a fim de que haja exploração econômica pelo titular (DI BLASI, 2010).

Portanto, é nítido o contraponto entre o difuso e coletivo em face do particular e privado. Juliana Santili aborda o tema de maneira clara quando se debruça sobre o conceito tradicional de propriedade do Código Civil e confronta-o com a realidade de grupos em que a ideia de coletivo impera:

O conceito de propriedade - o direito de proprietário de usar, gozar e dispor da coisa e de reavê-la do poder de quem que injustamente a possui ou detenha é excessivamente estreito e limitado para abranger a complexidade dos processos que geram a inovação, a criatividade e inventividade nos contextos culturais em que vivem os povos indígenas, quilombolas e populações tradicionais. No direito ocidental, a propriedade tanto no direito material quanto imaterial é um direito essencialmente individual e de conteúdo fortemente econômico e patrimonial, sobretudo quando se trata de propriedade coletiva e condominial, cada coautor do direito é plenamente identificável.

Os processos inventivos e criativos de tais populações são, por essência, coletivos, e a utilização das informações, ideias e recursos gerados com base em tais processos é amplamente compartilhada. Portanto, a concepção de um direito de propriedade - pertencente a um indivíduo ou a alguns indivíduos determinados – é estranha e contrária aos próprios valores e concepções que regem a vida coletiva em tais sociedades. (SANTILI, 2007, p.124)

As considerações acima apresentam um panorama geral observado quando da utilização da Propriedade Intelectual para proteção de bens coletivos e de titularidade difusa, tais como os conhecimentos tradicionais, que como a autora também demonstrou, compõem o patrimônio cultural imaterial.

Entretanto, quando adentramos em contexto específico, como a presença de bens culturais inseridos em circuitos de mercado, percebe-se a preocupação de artesãos e pequenos produtores em agregar valor para produtos ou serviços na intenção de recolocação comercial dos mesmos para incremento da renda familiar, o que nos remete a demandas mais especializadas no âmbito dos direitos intelectuais, como a identificação de bens de tradição cultural através do registro de marcas e indicações geográficas, sinais identificadores que devido a sua titularidade diferencial tem permitido o acesso desses grupos aos direitos de Propriedade Intelectual (MILEO, SAMPAIO JÚNIOR, 2012).

No caso das marcas coletivas, um grande diferencial em relação aos demais institutos da Propriedade Intelectual é seu registro por entidade representativa para o uso comum dos seus membros, relativizando a exclusividade para o uso do sinal distintivo apenas pelo titular da marca e agregando funções atípicas à identificação de produtos e serviços no mercado, como as de estabelecer padrão para o controle da qualidade e a de agregar valor a partir de objetivos comuns acordados entre os membros de uma associação. Essas últimas questões se colocam igualmente para o registro de indicações geográficas para artesanato, sempre acompanhadas de polêmicas sobre os limites entre os padrões acordados coletivamente pelos produtores de uma região em relação ao livre exercício da criatividade individual na produção (MILEO, SAMPAIO JÚNIOR, 2012).

Cumprido destacar que não se confunde a titularidade atribuída à marca coletiva com o bem imaterial que só indiretamente é atingido pelo instituto. Os modos de ser, fazer e viver dos grupos, são sempre difusos e coletivos. A titularidade da marca coletiva é da entidade representativa e recai sobre o sinal, assim, os membros daquela entidade ao respeitarem as determinações do regulamento de uso poderão utilizar a logo. No caso das indicações geográficas, o que se protege é nome da região (com o seu respectivo logo, se houver) e a entidade é mero representante legal da coletividade, não a titular da Indicação Geográfica.

Nesse contexto, notamos o uso de sinais distintivos, como novas estratégias para a valorização de bens culturais inseridos em circuitos de mercado. O uso apropriado desses mecanismos da Propriedade Intelectual possibilita a proteção indireta do patrimônio cultural imaterial a partir da previsão em regulamento de uso de critérios para a reprodução de modos de fazer tradicionais, assim como pode favorecer a continuidade de práticas tradicionais com a

obtenção de renda, estimulada pelo valor agregado do produto, que passa a circular em mercados especializados (MILEO, SAMPAIO JÚNIOR, 2012).

2.2. Sinais Distintivos

São diversos os fatores que influenciam os consumidores na escolha de um bem em detrimento de outro análogo disponibilizado no mercado, envolvendo valores pessoais e receptividade quanto à mensagem que o produto ou serviço costuma passar ao seu público alvo. Assim, é comum utilizar sinais que identificam produtos e serviços ofertados no mercado, facilitando ao consumidor perceber diferenças quanto às características em relação a bens de natureza semelhante e com base nelas, realizar escolhas. Tais sinais são, em regra, comumente utilizados para atender necessidades da indústria de médio e grande porte, entretanto, ganham cada vez mais espaço junto a pequenos produtores rurais e artesãos, em especial devido às características e especificidades da marca coletiva e indicação geográfica.

Os sinais distintivos atuam como ponte ligando o produtor ou prestador de serviço ao público consumidor, transmitindo informações e sentimentos que diferenciam o bem a ele vinculado. Tornam o produto ou serviço reconhecível e atrativo a determinado público.

2.2.1. Marcas

Dentre os sinais identificadores as marcas mostram-se ferramentas extremamente eficientes, na proteção e valoração para o acesso a mercados. A marca segundo Di Blasi:

[...] é um sinal que permite distinguir produtos industriais, artigos comerciais e serviços profissionais de outros do mesmo gênero, de mesma atividade, semelhantes ou afins, de origem diversa. É para seu titular meio eficaz para constituição de uma clientela. Para o consumidor representa a orientação para a compra de bem, levando em conta fatores de proveniência ou condições de qualidade e desempenho. (DI BLASI, 2010, p. 292)

As marcas, segundo a Lei 9.279/1996 - principal diploma nacional da Propriedade Industrial, são sinais distintivos visualmente perceptíveis, não compreendidos nas proibições legais (artigo 122). Isso significa que, as marcas são todas as expressões, símbolos e neologismos utilizados com a finalidade de distinguir produtos e serviços de outros, semelhantes ou

afins, ou ainda, de atestar a conformidade de produtos ou serviços com determinadas normas ou especificações técnicas (MAPA, 2009).

Na legislação e na doutrina, as marcas estão classificadas segundo alguns critérios. Quanto à forma de apresentação podem ser nominativa (representada por palavras, letras, números e algarismos, desde que não apresentem forma fantasiosa), figurativa (desenvolvida na forma de desenhos, combinação de figuras, cores, símbolos gráficos, letras e números apresentados de modo ilustrativo e fantasioso), e mista, (representada pela combinação de elementos figurativos e nominativos). A marca pode ser também tridimensional, ou seja, constituída pela forma particular dada diretamente a um produto ou seu recipiente.

Na classificação quanto ao uso, além das marcas de produto e das marcas de serviço que são conceitos autoexplicativos, existem as marcas de certificação e as marcas coletivas. A primeira é utilizada por entidades para atestar a adequação de produtos e serviços a determinações técnicas, a exemplo o INMETRO e o ISO 9001. A segunda, por outro lado, atesta que um produto ou serviço é proveniente de membros de uma determinada entidade coletiva, como uma associação, cooperativa ou sindicato. É o que se lê no artigo 123 da Lei 9.279/1996:

Art. 123. Para os efeitos desta Lei, considera-se:

I - marca de produto ou serviço: aquela usada para distinguir produto ou serviço de outro idêntico, semelhante ou afim, de origem diversa;

II - marca de certificação: 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; e

III - marca coletiva: aquela usada para identificar produtos ou serviços provindos de membros de uma determinada entidade.

Para além de meros sinais identificadores, em um mundo onde as mudanças são constantes, com o surgimento diário de novos produtos, as marcas são pontos de referência no mercado. Quando geridas de forma eficiente podem, além de diferenciar produtos e serviços, atribuir valores, sentimentos, e até status. Essa característica da marca há muito é explorada pelas grandes corporações, Apple, Facebook e Coca-Cola, são exemplos extremos de gestão de marcas e agregação de valores. As estratégias para transformar a marca em um ativo capaz de transmitir uma infinidade de informações ao consumidor e convencê-lo a adquiri-la é chamada “Branding” (FARIA, 2009).

Embora não seja o foco deste trabalho discutir a gestão de marcas, o tema torna-se importante, porquanto as marcas coletivas vêm ganhando relevância, devido sua capacidade de representar para o consumidor os meios, métodos, missão e objetivo que orientam as práticas dos membros de determinada entidade coletiva. Assim, na realidade das produções tradicionais, a marca coletiva possui a capacidade de vincular saberes tradicionais a produtos cultu-

rais, proporcionando a criação de uma identidade particular, tornando possível o alcance de mercados especializados onde esses bens serão valorizados, não apenas pela estética ou funcionalidade, mas pelo valor cultural agregado. Em publicação anterior tecemos as seguintes considerações sobre o tema:

[...] a relação propriedade intelectual e patrimônio cultural também ocorre no registro de marcas, quando grupos populares, com atuação em diferentes áreas da (re)produção cultural, recorrem aos procedimentos do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). Este seria o caso de grupos populares que atuam nas áreas musicais e de celebrações, assim como na produção de peças artesanais. A demanda da Associação de Artesãs Ribeirinhas de Santarém (ASARISAN) proporciona um ótimo exemplo disso, haja vista o modo de fazer cuias ser objeto de Inventário Nacional de Referências Culturais e de processo administrativo para registro como Patrimônio Cultural do Brasil, ambos no âmbito do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). (MILEO, SAMPAIO JÚNIOR, 2012).

Considerando outras classificações apresentadas acima para as marcas registradas, a marca coletiva pode ter apresentação nominativa, mista ou tridimensional. Entretanto, para que a marca tenha plena eficácia em suas prerrogativas é necessário o registro no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). Para que um sinal seja registrado como marca é necessário preencher os requisitos da novidade, distinguibilidade - ainda que relativa, e da licitude. A regulamentação no Brasil se dá por meio da Lei 9.279/1996, especialmente nos artigos 122 a 175, além de outras disposições esparsas.

O registro garante, ao primeiro que promovê-lo, a propriedade exclusiva sobre o sinal, proteção em todo território nacional e em sua área específica de atuação, desde que o pedido da marca não incorra nas proibições legais ou venha a causar confusão para o público consumidor em relação a outras marcas presentes no mercado. Antes, porém, de levar seu sinal a registro o titular deve realizar uma busca previa de anterioridade, enquadrar o produto ou serviço que receberá o sinal segundo a Classificação de Nice e também identificar o logo de acordo com os critérios da Classificação de Viena.

A busca de anterioridade é um meio pelo qual o requerente de um registro pode fazer uma pesquisa no banco de dados do INPI no ramo e atividade em que sua marca irá atuar, no intuito de verificar se existe algum sinal semelhante e anteriormente registrado. Não é obrigatória, todavia, é extremamente aconselhável ao interessado realizá-la antes de efetuar o depósito. A busca não se restringe ao nome específico da marca, mas toda palavra, símbolo ou logo semelhante. Ela pode ser feita na base de dados do INPI no link de pesquisas do site, através de uma serie de opções: número de processo, nome da marca, titular da marca, código da figura, entre outros.

O direito marcário é regido por dois princípios, o da territorialidade e o da especialidade, ou seja, a marca possui proteção em todo o território nacional e especial proteção na área em que atua. No entanto, Para dar efetividade ao princípio da especialidade é necessário enquadrar a marca segundo o produto ou serviço que representa. Esse enquadramento ocorre através da Classificação de Nice, que é uma lista constituída por 45 classes, tendo estas sido desmembradas em classes de produtos e serviços, possuindo mais de vinte mil itens. (DI BLASI, 2010).

As marcas, segundo a legislação brasileira, são sinais visuais capazes de diferenciar um produto ou serviço de outro análogo. Por seu caráter essencialmente visual, é necessário ao registro que o titular de marca figurativa ou mista realize a caracterização de seu sinal através da Classificação de Viena cujo objetivo principal é, em todos os casos, facilitar a busca de anterioridade. A Classificação de Viena é composta por listas de categorias, divisões e seções que permitem enquadrar o elemento figurativo da marca. Entre as categorias podemos apresentar: a categoria 1, composta por corpos celestes, fenômenos naturais, mapas geográficos; a categoria 2 relativa a imagem de seres humanos; a categoria 3 de Animais, entre outras. Cada categoria é repleta de subdivisões específicas e essas subdivisões possuem um código classificatório que as identifica na busca de anterioridade.

No Brasil, o sistema de registro é eminentemente atributivo de direito, ou seja, somente com o registro adquire-se a propriedade exclusiva sobre o sinal. Porém, mesmo sem o registro, o sinal existirá e até poderá ser utilizado no mercado, é o que se chama de marcas de fato. Nesse caso, o sistema não reconhece a exclusividade e se houver eventual conflito com uma marca registrada, esta última prevalecerá. Percebe-se, portanto, a importância do registro no sistema normativo brasileiro.

O INPI é o órgão federal responsável por avaliar os sinais que pretendem registro como marca. Os procedimentos são relativamente simples, não há, por exemplo, necessidade de visto de advogado. O próprio titular ou um terceiro contratado podem juntar a documentação necessária, pagar as taxas e realizar o depósito. Após um processo de análise dos documentos depositados pelo titular, se cumpridos os requisitos e o sinal não incorrer nas proibições legais do artigo 124, o INPI emitirá o certificado de registro, válido inicialmente por dez anos, mas renovável por igual período, indefinidamente. Os procedimentos constam nos artigos 155 a 164 da Lei de Propriedade Industrial, *in verbis*:

Art. 158. Protocolizado, o pedido será publicado para apresentação de oposição no prazo de 60 (sessenta) dias.

§ 1º O depositante será intimado da oposição, podendo se manifestar no prazo de 60 (sessenta) dias.

§ 2º Não se conhecerá da oposição, nulidade administrativa ou de ação de nulidade se, fundamentada no inciso XXIII do art. 124 ou no art. 126, não se comprovar, no prazo de 60 (sessenta) dias após a interposição, o depósito do pedido de registro da marca na forma desta Lei.

Art. 159. Decorrido o prazo de oposição ou, se interposta esta, findo o prazo de manifestação, será feito o exame, durante o qual poderão ser formuladas exigências, que deverão ser respondidas no prazo de 60 (sessenta) dias.

§ 1º Não respondida a exigência, o pedido será definitivamente arquivado.

§ 2º Respondida a exigência, ainda que não cumprida, ou contestada a sua formulação, dar-se-á prosseguimento ao exame.

Art. 160. Concluído o exame, será proferida decisão, deferindo ou indeferindo o pedido de registro.

[...]

Art. 161. O certificado de registro será concedido depois de deferido o pedido e comprovado o pagamento das retribuições correspondentes.

Art. 162. O pagamento das retribuições, e sua comprovação, relativas à expedição do certificado de registro e ao primeiro decênio de sua vigência, deverão ser efetuados no prazo de 60 (sessenta) dias contados do deferimento.

Parágrafo único. A retribuição poderá ainda ser paga e comprovada dentro de 30 (trinta) dias após o prazo previsto neste artigo, independentemente de notificação, mediante o pagamento de retribuição específica, sob pena de arquivamento definitivo do pedido.

Art. 163. Reputa-se concedido o certificado de registro na data da publicação do respectivo ato.

Art. 164. Do certificado deverão constar a marca, o número e data do registro, nome, nacionalidade e domicílio do titular, os produtos ou serviços, as características do registro e a prioridade estrangeira.

O registro de marcas coletivas possui algumas diferenças importantes advindas da natureza jurídica do instituto, por exemplo, só poderá ser requerido por pessoa jurídica representativa de coletividade (artigo 128, §2º da Lei 9.279/96) e acompanhada obrigatoriamente de um regulamento de uso:

Art. 147. O pedido de registro de marca coletiva conterá regulamento de utilização, dispondo sobre condições e proibições de uso da marca.

Parágrafo único. O regulamento de utilização, quando não acompanhar o pedido, deverá ser protocolizado no prazo de 60 (sessenta) dias do depósito, sob pena de arquivamento definitivo do pedido.

O regulamento de uso deverá conter determinações sobre quem pode utilizar a marca, quais as condições de uso e penalidades aplicáveis ao não cumprimento das normas nele previstas, podendo ainda estipular critérios de qualidade, respeito às normas ambientais e de comportamento junto ao cliente, entre outros. Patrícia Peralta e Elizabeth Silva, vislumbrando o potencial desse documento para a gestão do patrimônio cultural imaterial comentam que:

A partir do estipulado no regulamento de uso, tem-se que as marcas coletivas poderão exercer funções para além daquelas consideradas clássicas das marcas, quais sejam a distintiva e a de indicação de origem. Caso a coletividade titular da marca coletiva determine padrões de controle de qualidade a serem observados e seguidos pelos associados, o regulamento, então, exercerá também a função de **manutenção de características tradicionais** e até mesmo de cuidados socioambientais.

[...] O regulamento de uso de uma marca coletiva é, portanto, um instrumento de autorregulação que pode se tornar um elemento eficiente de autogestão para o titular desse sinal, **estimulando a manutenção de padrões tradicionais que diferenciam o produto (grifo nosso)**.(PERALTA, SILVA, 2010, p.82)

Tendo em vista a realidade de interação entre sinais distintivos e patrimônio imaterial, em que produtos culturais passam a acessar mercados cada vez mais competitivos e exigentes é importante construir estratégias de atuação, na qual o uso da marca coletiva surge como um instrumento importante de proteção e agregação de valores, especialmente por suas características, já que, através do regulamento de uso os membros podem estipular critérios relacionados às características do produto. Por ser de titularidade de entidade representativa, têm custos diminuídos, além, é claro, de seu caráter distintivo diferenciado, pelo qual se expressam valores socioculturais do grupo, distinguindo produtos de tradição cultural daqueles oriundos de processos de produção em massa.

Neste ponto, é importante reafirmar que a marca coletiva será de titularidade da entidade representativa, que ficará responsável por ela perante o INPI, devendo atualizar dados cadastrais, informar eventuais modificações no regulamento de uso, pedir a prorrogação da marca a cada 10 anos (se houver interesse em manter a manter a marca coletiva) e pagar as taxas correspondentes. Por sua vez, os membros da entidade poderão utilizar a marca coletiva sem necessidade de autorização prévia, com obrigação de respeitar as normas que constem no regulamento de uso e de zelar por sua integridade.

2.2.2. Indicação Geográfica

No que tange a indicação geográfica, podemos afirmar, com base na doutrina e legislação, que é um sinal distintivo capaz de vincular o nome de determinada região geográfica a características de produto se serviços, sejam de natureza técnica e operacional, sejam ligadas a fatores ambientais e culturais.

O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, órgão atuante no Brasil no que tange à divulgação e estímulo ao registro de indicações geográficas, a define como sendo “um nome geográfico que distingue um produto ou serviço de seus semelhantes ou afins, por que este apresenta características diferenciadas que podem ser atribuídos à sua origem geográfica, configurando nestes o reflexo de fatores naturais e humanos” (BRUCH *et al*, 2010, p. 29).

Historicamente determinadas regiões tornaram-se conhecidas por oferecerem produtos ou serviços cujas características estão profundamente ligadas às particularidades locais, levando consumidores ao hábito de diferenciar os bens comercializados a partir do nome geográfico. Isto ocorre com o café do Cerrado Mineiro (Minas Gerais), as uvas e mangas do Vale do Submédio São Francisco (Bahia e Pernambuco), os doces de pelotas (Rio Grande do Sul), as panelas de barro de Goiabeiras (Espírito Santo), assim como pode vir a ocorrer também com as cuias do Aritapera e os trançados de palha do Arapiuns, (produtos artesanais advindos de modos de fazer tradicional na região Oeste do Pará) desde que cumpridos os requisitos legais (MILEO, SAMPAIO JÚNIOR, 2012).

A indicação geográfica é um importante sinal distintivo na medida em que possui a capacidade de transmitir informações ao consumidor acerca das propriedades do bem, associando o produto ou serviço ao local de sua procedência. Tratando-se de artigos de tradição cultural, como uma peça de artesanato produzida a partir de conhecimentos tradicionais, o uso do nome geográfico torna-se ainda mais significativo, pois, através dele o consumidor reconhece o valor cultural do produto. Além disso, a reputação do nome geográfico favorece o acesso a mercados especializados, que podem remunerar melhor em razão das características peculiares do bem, estimulando a produção e mantendo vivo o modo de fazer tradicional. Nesse ponto torna-se oportuno a seguinte citação:

[...] onde existem comunidades e conhecimentos tradicionais, riquezas culturais e biológicas, sabores particulares, artesanatos típicos; observa-se um processo de ameaça à sua existência, seja pela pressão da homogeneização dos processos produtivos, seja pela apropriação indevida de tais recursos (materiais e imateriais) por “competidores desonestos”.

Neste sentido, as IG contribuem também como uma nova alternativa para a proteção e a defesa da sociobiodiversidade enquanto um patrimônio comum da humanidade. (BRUCH *et al*, 2010, p.95)

Consciente desde processo, o consumidor tem sido agente ativo de valorização dos produtos e serviços vinculados a Indicação Geográfica, uma vez que reconhece a procedência dos bens de determinada localidade, de onde advêm certas características apreciadas. Publicação do MAPA aponta para essa mudança importante:

Ressaltam-se, também, novos comportamentos de consumidores, como a reivindicação regional, cultural ou política. Nesse sentido, o consumidor não é mais considerado como um agente passivo, mas um sujeito capaz de reagir e promover certos modelos de desenvolvimento. Alguns autores falam de “consum’ator”, evidenciando o consumidor engajado, o consumidor consciente.[...] A escolha de comprar um produto de origem não é apenas uma prática comercial ou uma questão de gosto, é também uma “reivindicação identitária”. Trata-se de consumir o que está mais próximo de si, com a sensação de resistir à globalização, de não perder os seus valores. (BRUCH *et al*, 2010, p. 39)

No que tange ao tratamento normativo da matéria, a legislação nacional que regula as indicações geográficas é bastante sucinta. A lei 9.279/1996 trata do instituto em basicamente seis artigos, 176 a 182. Para complementar a matéria o parágrafo único do artigo 182 transfere ao INPI a competência para legislar sobre o registro das IGs, regulado atualmente pela Resolução 75/2000 (BRUCH *et al*, 2010).

Em relação aos conceitos, a Lei de Propriedade Industrial (LPI) não define de forma precisa as indicações geográficas, apenas se limitou a afirmar que “constitui indicação geográfica a indicação de procedência e as denominações de origem”. Entendendo-se por Indicação de Procedência (IP) o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que tenha se tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço. (Art. 177, Lei 9.279/1996). É, em resumo, um local que ganhou notória fama por prestar determinado serviço ou produzir determinado produto, como por exemplo, os Doces de Pelotas (RS) e o Guaraná de Maués (AM).

A Denominação de Origem (DO), por sua vez, é nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço, cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos (Art. 178, Lei 9.279/1996). Nesse caso, a qualidade diferenciada do produto ou serviço ocorre em razão do local, tanto por fatores naturais (por exemplo, a qualidade do solo ou da água, a frequência de chuvas, a temperatura ambiente, o índice de umidade do ar, utilizar recurso natural que é encontrado apenas naquela localidade, etc), quanto por fatores humanos (por exemplo, pelo modo de fazer ou receita diferenciada utilizada naquela região, pelo uso de conhecimentos tradicionais, por preferências locais de consumo, etc).

As diferenças entre as IP e as DO influem diretamente no processo de registro, porquanto, em termos resumidos, para a indicação de procedência a documentação e procedimentos tem como foco demonstrar somente a notoriedade do local de origem. Por outro lado, para as denominações de origem será fundamental caracterizar os elementos que atribuem determinada qualidade ao produto ou serviço ligada essencialmente ao local de origem, considerando fatores naturais e humanos. A comprovação da notoriedade da região nesse caso é elemento dispensável, uma vez que advém diretamente da qualidade inerente ao produto (BRUCH *et al*, 2010).

Os documentos necessários ao registro estão descritos no artigo 6º da Resolução 75/2000 do INPI, *in verbis*:

Art. 6º O pedido de registro de indicação geográfica deverá referir-se a um único nome geográfico e, nas condições estabelecidas em ato próprio do INPI, conterá:

I - requerimento, no qual conste:

- a) o nome geográfico;
- b) a descrição do produto ou serviço; e
- c) as características do produto ou serviço;

II - instrumento hábil a comprovar a legitimidade do requerente, na forma do art. 5º;

III - regulamento de uso do nome geográfico;

IV - instrumento oficial que delimita a área geográfica;

V - etiquetas, quando se tratar de representação gráfica ou figurativa da denominação geográfica ou de representação geográfica de país, cidade, região ou localidade do território;

VI - procuração, se for o caso, observado o disposto nos arts. 13 e 14; e

VII - comprovante do pagamento da retribuição correspondente.

Para atender as exigências desses documentos são necessárias, por parte dos interessados, algumas providências importantes no sentido de gerar conhecimento e tomar decisões sobre a indicação geográfica.

Em primeiro lugar, os interessados deverão levantar informações sobre o produto ou o serviço para identificar a modalidade de registro (identificação de procedência ou denominação de origem, conforme as diferenças explicadas anteriormente) e delimitação da área geográfica, isto é, o limite territorial que considera a localização de produtores, prestadores de serviços, recursos naturais utilizados, onde ocorrem etapas da cadeia produtiva, dentre outras. Para instruir o processo de registro, podem ser necessários estudos técnicos de diferentes áreas do conhecimento dependendo da natureza do produto ou serviço, e documentos de órgãos públicos relacionados com o bem distinguido pelo nome geográfico (BRUCH *et al*, 2010). São exigências do artigo 7º da referida Resolução, *in verbis*:

Art. 7º O instrumento oficial a que se refere o inciso IV do artigo anterior é expedido pelo órgão competente de cada Estado, sendo competentes, no Brasil, no âmbito específico de suas competências, a União Federal, representada pelos Ministérios afins ao produto ou serviço distinguido com o nome geográfico, e os Estados, representados pelas Secretarias afins ao produto ou serviço distinguido com o nome geográfico.

§ 1º Em se tratando de pedido de registro de indicação de procedência, o instrumento oficial a que se refere o caput, além da delimitação da área geográfica, deverá, ainda, conter:

- a) elementos que comprovem ter o nome geográfico se tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação do produto ou de prestação do serviço;
- b) elementos que comprovem a existência de uma estrutura de controle sobre os produtores ou prestadores de serviços que tenham o direito ao uso exclusivo da indicação de procedência, bem como sobre o produto ou a prestação do serviço distinguido com a indicação de procedência; e
- c) elementos que comprovem estar os produtores ou prestadores de serviços estabelecidos na área geográfica demarcada e exercendo, efetivamente, as atividades de produção ou de prestação do serviço;

§ 2º Em se tratando de pedido de registro de denominação de origem, o instrumento oficial a que se refere o caput, além da delimitação da área geográfica, deverá, ainda, conter:

- a) descrição das qualidades e características do produto ou do serviço que se devam, exclusiva ou essencialmente, ao meio geográfico, incluindo os fatores naturais e humanos;
- b) descrição do processo ou método de obtenção do produto ou do serviço, que devem ser locais, leais e constantes;
- c) elementos que comprovem a existência de uma estrutura de controle sobre os produtores ou prestadores de serviços que tenham o direito ao uso exclusivo da denominação de origem, bem como sobre o produto ou a prestação do serviço distinguido com a denominação de origem; e
- d) elementos que comprovem estar os produtores ou prestadores de serviços estabelecidos na área geográfica demarcada e exercendo, efetivamente, as atividades de produção ou de prestação do serviço.

Nesse ponto, Além da assessoria jurídica que pode ser necessária aos grupos interessados, o registro de indicações geográficas demanda o uso de informações oficiais sobre as características do produto ou serviço em relação ao lugar, sendo de fundamental importância a intervenção de instituições parceiras, públicas ou privadas. É necessária a participação de profissionais especialistas, como historiadores, antropólogos e sociólogos para atuar, por exemplo, no estudo histórico que visa aos elementos comprobatórios da notoriedade da região; geógrafos e topógrafos para atuar na delimitação da área geográfica, considerando toda a cadeia produtiva, bem como os fatores naturais e humanos; biólogos, químicos, engenheiros, zoológicos, entre outros, que deverão demonstrar propriedades químicas do solo, espécies vegetais e animais com determinados predicados, clima característico, sistematização de um modo de fazer específico, entre outras características intimamente ligadas a natureza do bem objeto da denominação de origem.

Considerando, a vasta gama de informações necessárias ao registro de uma indicação geográfica, principalmente as Denominações de Origem, as universidades, como instituição que concentra várias áreas de conhecimento, possui papel fundamental para efetivação desse processo. As prospecções indispensáveis à instrução do dossiê de registro das IGs é campo fértil para produção de trabalhos acadêmicos nas mais diferentes áreas. Assim, ao atuar ativamente no auxiliando o registro de uma IG, as Instituições de Ensino cumprem seu mister, tanto no que tange a pesquisa quanto a extensão.

A organização social é outro aspecto que merece atenção antes de iniciar o processo administrativo. O registro do nome geográfico será em nome de pessoa jurídica que represente a coletividade interessada, podendo ser uma associação, cooperativa ou sindicato, desde que legitimada pelos produtores ou prestadores de serviço estabelecidos na área delimitada. Tal exigência consta no artigo 5º da Resolução 75/2000 do INPI:

Art. 5º Podem requerer registro de indicações geográficas, na qualidade de substitutos processuais, as associações, os institutos e as pessoas jurídicas representativas da

coletividade legitimada ao uso exclusivo do nome geográfico e estabelecidas no respectivo território.

Pela análise do dispositivo, percebe-se que, ao contrário das marcas coletivas que pertencem à entidade representativa, as indicações geográficas se caracterizam por ser um bem coletivo, para ao qual a entidade é mero substituto processual, sendo que todos os produtores ou prestadores de serviço estabelecidos na área delimitada terão direito ao uso da indicação geográfica. Há necessidade, portanto, que o grupo requerente seja o legítimo representante dos produtores locais. A organização da entidade representativa é, sem dúvida, um dos principais obstáculos a serem superados para o registro, isso por que o enorme número de sujeitos participantes expõem e cria uma série de conflitos. (BRUCH *et al*, 2010).

Assim como para as marcas coletivas, também há exigência da elaboração de um regulamento de uso para acompanhar o processo. Nele deverão constar determinações de quem poderá utilizar o nome geográfico, condições de uso, formas de controle e até mesmo penalidades para quem não cumprir as normas ali definidas. O regulamento de uso será encaminhado junto com o pedido de registro, sendo um instrumento importante para a gestão da indicação geográfica.

A legislação não define requisitos mínimos para elaboração de um regulamento de uso. Porém, através de uma análise dos objetivos das IG, podemos resumir que ele servirá para o controle dos produtores (ou prestadores de serviços) sobre os fatores referentes à qualidade de seu produto ou serviço, porquanto o sucesso da indicação geográfica está principalmente na reprodução das características distintivas do produto local de semelhantes que tenham outro local de origem. Esse aspecto é fundamental quando se trata de construir normas e mecanismos de controle. Assim, os agentes interessados definem os elementos essenciais relacionados ao produto ou serviço, estabelecendo critérios desde as etapas da cadeia produtiva, até mesmo padrões de qualidade e estratégias de comercialização para alcançar o público alvo (BRUCH *et al*, 2010).

Munidos da vasta documentação necessária, os interessados farão o depósito do pedido junto ao INPI. A partir daí segue os procedimentos dispostos no artigo 9º em diante da Resolução 75/2000:

Art. 9º Apresentado o pedido de registro de indicação geográfica, será o mesmo protocolizado e submetido a exame formal, durante o qual poderão ser formuladas exigências para sua regularização, que deverão ser cumpridas no prazo de 60 (sessenta) dias, sob pena de arquivamento definitivo do pedido de registro.

Art. 10 Concluído o exame formal do pedido de registro será o mesmo publicado, para apresentação de manifestação de terceiros no prazo de 60 (sessenta) dias.

Parágrafo único. Da data da publicação da manifestação de terceiros passará a fluir o prazo de 60 (sessenta) dias para contestação do requerente.

Art. 11 Decorrido o prazo fixado no art. 10 sem que tenha sido apresentada manifestação de terceiros ou, se apresentada esta, findo o prazo para contestação do requerente, será proferida decisão reconhecendo ou negando reconhecimento à indicação geográfica.

Parágrafo único. A decisão que reconhecer a indicação geográfica encerra a instância administrativa.

[...]

Art. 12 Da decisão que negar reconhecimento à indicação geográfica cabe pedido de reconsideração no prazo de 60 (sessenta) dias.

§ 1º Para fins de complementação das razões oferecidas a título de pedido de reconsideração, poderão ser formuladas exigências, que deverão ser cumpridas no prazo de 60 (sessenta) dias.

§ 2º O pedido de reconsideração será decidido pelo Presidente do INPI, encerrando-se a instância administrativa.

Dada a sua diversidade socioambiental, o Brasil possui abundância de produtos com cores, cheiros, sabores e modos de fazer tão singulares que acabam por caracterizar o local de procedência. Apesar dessa vocação nacional para as indicações geográficas, ainda são poucos os registros no INPI, especialmente para as denominações de origem. Embora, seja complexo e longo, o registro de uma indicação geográfica traz inúmeras vantagens para os produtores (BRUCH *et al*, 2010).

Tratando-se de bens com carga cultural leva-se em consideração primeiramente uma forma de estímulo a sua conservação, pelo sentimento de pertencimento gerado pela adoção do sinal, há também um caráter pecuniário, ou seja, ao agregar valor ao bem proporciona-se aos seus detentores a possibilidade de novas atividades econômicas a partir desses conhecimentos, uma vez que há uma grande valoração social sobre produtos e serviços que possuem bases culturais.

Considerando os benefícios advindos do registro de indicações geográficas e em razão do mecanismo ainda ser pouco conhecido, discutido e estimulado na região amazônica é fundamental seu estímulo, em que pese à potencialidade de produtos e serviços ofertados em razão da diversidade biológica e social existente, assim como pelo crescente interesse comercial despertado por bens originados a partir de recursos naturais e/ou modos de fazer, criar e viver dos moradores da região.

CAPÍTULO III - O ARTESANATO DE CUIAS DO ARITAPERÁ

As cuias da região do Baixo Amazonas possuem lugar de destaque no dia a dia das populações ribeirinhas, funcionando como utensílio multifuncional, usado para armazenar a farinha, consumir líquidos, na canoa para esvaziar a água, etc. Está presente também no cotidiano urbano, principalmente no consumo do tacacá, alimento típico da Região Norte, atuando como artigo decorativo do lar ou como acessórios no vestuário feminino. (CARVALHO, 2011)

As cuias são produzidas a partir dos frutos da cueira (*Crescentiacuete*), possuem um formato arredondado, são tingidas de preto por um pigmento natural extraído da casca de uma árvore chamada axuazeiro ou cumatezeiro. A prática de produção é de origem indígena cujo início é desconhecido, mas registrado desde o século XVII, por pesquisadores, poetas, naturalistas e viajantes (SANTOS, 1982, p. 29).

Trata-se de um ofício eminentemente feminino que atravessou os séculos com a reprodução de processo artesanal que utiliza recursos naturais e humanos da região, assim como ocorre a produção de novas características de acordo com a criatividade das artesãs, ao agregarem elementos que se colocaram a partir da dinamicidade de suas práticas culturais e das relações humanas em sentido mais amplo (MILEO, SAMPAIO JÚNIOR, 2012).

Apesar de ocorrer em vários municípios do Baixo Amazonas, é em Santarém no Pará, no Projeto de Assentamento Agroextrativista do Aritapera, que o artesanato de cuias está associado de forma mais intensa à população local, vinculação ganha pela intensa produção de cuias nessa região, assim como qualidade superior em termos de matéria prima e ornamentação, esta última caracterizada por desenhos diversos incrustados na superfície da cuia por meio de incisões, feitas com objetos pontiagudos (CARVALHO, 2011).

Importante frisar que as cuias são artigos para o comércio, mesmo com uso doméstico corriqueiro, seu escopo principal é o de auferir renda aos produtores, fato registrado por Luciana Carvalho:

No que tange ao artesanato de cuias, em especial, duas coisas parecem certas e incontestes para os observadores desde os tempos coloniais: o gênero de quem o produzia e o fato de que sempre esteve presente em diferentes mercados, dentro e fora de seu território de origem (CARVALHO, 2011, p. 21).

Sendo característico da região do Baixo Amazonas, em especial representativo da identidade coletiva das mulheres que confeccionam artesanato em cuias no presente, o modo

de fazer cuias tingidas e ornamentadas vem atraindo vários projetos e intervenções. Destacamos o projeto “Cuias de Santarém”, iniciado no ano de 2002 através do Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular, que juntamente com vários parceiros, iniciou atividade de valorização do modo de fazer, recuperando um repertório perdido de grafismos que outrora decoravam a superfície das cuias, mas devido a processos de mudança socioeconômica foram substituídos pelas cuias lisas (sem grafismo), vendidas em Santarém com finalidades diversas, como de moldura para pinturas e afins dos artesãos urbanos (MILEO, SAMPAIO JÚNIOR, 2012). Assim explica Lucina Carvalho:

[...] Artesãos da cidade [de Santarém], desprovidos das técnicas e matérias primas necessárias à confecção de cuias até a etapa de seu tingimento, se especializaram na pintura de paisagens em cuias pretas (tingidas) e lisas, isto é, sem ornamentos incisos, adquiridas das mulheres ribeirinhas que tradicionalmente respondiam por toda essa produção artesanal.

Nas várzeas do rio Amazonas, onde se concentram comunidades produtoras desse artesanato, processou-se certo abandono das práticas de ornamentação, como adequação do produto a um mercado que tendia a priorizar as cuias lisas (no caso dos artesãos urbanos que as compravam para trabalhar e revender) e pintadas com paisagens (no caso de turistas). (CARVALHO, 2011).

As atividades do projeto Cuias de Santarém concentram-se na região do Aritapera, nas comunidades de Carapanatuba, Centro do Aritapera, Cabeça d’Onça, Surubim-Açu e Enseada do Aritapera, onde os grupos de artesãs demonstraram maior receptividade às atividades do projeto. A intervenção culminou na realização do Inventário Nacional de Referências Culturais sobre o modo de fazer cuias do Baixo Amazonas e paralelamente no processo de registro como patrimônio cultural do Brasil, que atualmente se encontra em andamento. Aquele projeto foi o ponto de partida para discussões acerca da criação de critérios de qualidade na confecção das peças e organização em forma de associativismo para os interessados.

3.1. Associação das Artesãs Ribeirinhas de Santarém - ASARISAN

A associação foi criada em 2003, fruto do trabalho de mobilização social iniciado, nas comunidades de Cabeça d’Onça, Carapanatuba, Centro do Aritapera, Enseada do Aritapera e Surubim-Açu, em parceria com o Projeto Cuias de Santarém. Atualmente é composta por 25

membros e visa à promoção do artesanato de cuias conforme aptidões e interesses coletivos, estimulando a melhoria de sua qualidade e produtividade.

No âmbito da associação, as artesãs participaram de inúmeras atividades voltadas a sua qualificação, tanto no modo de produzir, quanto em associativismo e estratégias de acesso a novos mercados, obtendo diferenciais para seus produtos em relação a outras artesãs que não participam da entidade. A partir das discussões sobre critérios de qualidade dos produtos, as associadas conseguem acessar novos mercados através de parceiros e apoiadores que conhecem durante a vigência de projetos e intervenções na área do artesanato. Essas ações resultariam na valorização do artesanato em cuias e, como consequência, do papel social das mulheres que praticavam essa atividade na várzea santarena, assim como a recolocação dos produtos no mercado de modo a atender um público consumidor diferenciado (MILEO, SAMPAIO JÚNIOR, 2012).

Antes da criação da associação, as artesãs viviam um processo de desvalorização dos produtos no comércio local, consequência de uma crescente demanda por cuias com superfície tingida de preto, sem ornamentos ou acabamento mais detalhado, para satisfazer artesãos urbanos nos municípios de Santarém e Monte Alegre, que utilizam as cuias nuas como matéria prima para confecção de artigos artesanais variados. As comunidades da várzea tiveram que se adaptar a esta demanda de mercado local, atuando simplesmente como fornecedoras primárias. As cuias lisas eram compradas diretamente nas comunidades por marreteiros que pagavam cerca de três reais por dúzia e posteriormente revendiam a artesãos de Santarém e Monte Alegre (CARVALHO, 2011).

O contexto de desvalorização apresentado acarreta em perda, pelo esquecimento do repertório das artesãs de Aritapera. Assim, o projeto cuias de Santarém, através de pesquisa e assessoria, incentivou a retomada do antigo modo de ornamentar cuias e incentivou a continuidade da atividade por meio do acesso a mercados especializados de artesanato que pagam um valor muito superior para cada peça, entre três e trinta reais, dependendo do tamanho e modelo (CARVALHO, 2011). Percebe-se, portanto, a importância da recolocação no mercado para a reprodução do modo de fazer cuias e a qualidade de vida das artesãs.

A interação com novos agentes de comércio importou modificações significativas na organização para produção das cuias, as artesãs, por exemplo, diminuíram a quantidade produzida para priorizar a qualidade dos produtos. As mulheres não deixaram de comercializar cuias no mercado local, mas passaram a diferenciar os produtos, de acordo com critérios de qualidade, deixando de vender aos atravessadores e comerciantes de Santarém as peças que seriam fornecidas aos compradores externos, que pagam melhor por elas. Quando foi pergun-

tada sobre a diferença entre as peças que vendiam para o mercado local e as que eram encomendas de representantes de outras localidades, uma artesã respondeu:

É como disse uma mulher lá em casa. Ela perguntou qual era a diferença. Aí a Mundaica foi buscar duas coisas, né. Aí ela perguntou pra mulher qual era a diferença que ela via, aí a mulher respondeu que tinha uma que era mais mal feita, grossa, menos pintada, comprida, enquanto tinha uma outra que era mais lisa, pintada, redonda. Então a diferença é essa, né?¹ (apud MILEO, SAMPAIO JÚNIOR, 2012, p.117)

O relacionamento com outros agentes de comercialização importaria igualmente em mudanças quanto ao tempo e a forma de produzir. Para atender os critérios de qualidade e o prazo negociado para as encomendas dos novos mercados, onde elas conseguiam melhores preços por cada peça, elas necessitaram reorganizar o sistema de produção, como se percebe nas palavras de uma artesã:

Olha, naquele tempo... Porque a gente nunca trabalhou ruim, a gente fazia sempre bem a coisa. Mas, a gente trabalhava mais assim sabe, fazia mais. E agora, no tempo desse, a gente tem que fazer coisa de qualidade, né? E aí o serviço é mais devagar. Naquele tempo, não, a gente dizia: “Fulano, vem me ajudar a alisar cuia que eu vou te ajudar depois”. A gente alisava, assim, 20, 30 dúzias por dia. E agora não, a gente senta, alisa e rapa umas 5 dúzias por dia, porque tem que fazer melhor, tem que ser mais direito, ser mais rapada, né? (apud MILEO, SAMPAIO JÚNIOR, 2012)

Nesse contexto, cabe ressaltar também a organização produtiva peculiar das artesãs que teve especial relevância na discussão iniciada para o registro da marca coletiva. Em cada comunidade, um grupo de em média seis artesãs se organiza para a confecção coletiva de peças de artesanato em cuia, dividindo as atividades do ciclo produtivo conforme as habilidades pessoais de cada uma, colaborando umas com as outras como expressão de solidariedade que se estabelece entre as mulheres de uma mesma comunidade. Tal organização ocorre nos chamados núcleos de produção, unidades informais que funcionam de forma descentralizada e autônoma, sendo essenciais para a realização das atividades das artesãs. Os núcleos de produção recebem o nome das respectivas comunidades onde residem as artesãs, sendo Cabeça d’Onça, Carapanatuba, Centro do Aritapera, Enseada do Aritapera e Surubim-Açu. No que tange à organização em núcleos de produção, Luciana Carvalho analisa:

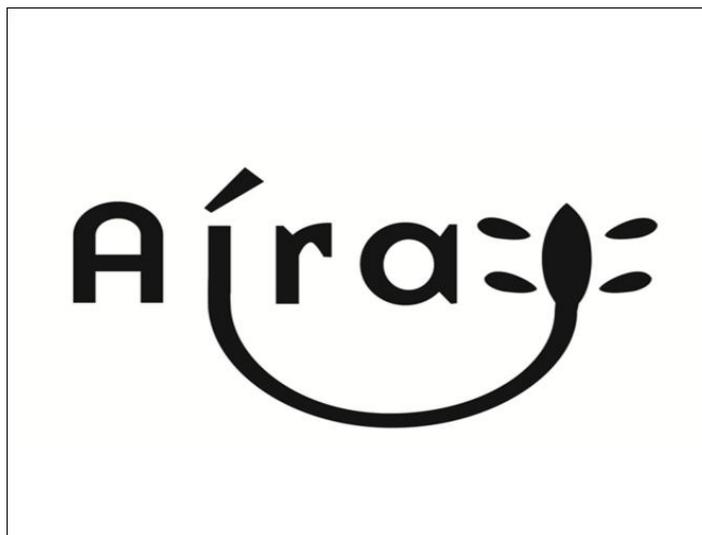
Sobre as formas de transmissão dos saberes e fazeres artesanais, o núcleo de produção assumiu funções tradicionalmente devotadas à família: nele, pelo contato com artesãs mais velhas e experientes, as moças mais jovens podiam aprender o ofício em todas as suas etapas. A socialização das jovens artesãs, embora não muito numerosas, se dava já dentro do novo sistema de produção e comercialização voltado para o mercado externo a Santarém, o qual requer, além do domínio das técnicas artesanais, habilidade para fazer o preenchimento de etiquetas, listas de peças e preços, despachos de encomendas, controle

¹As falas de artesãs utilizadas na presente publicação decorrem de entrevistas realizadas, no dia 09 de julho de 2011, durante oficina de cartografia social para a Associação de Artesãs Ribeirinhas de Santarém (ASARISAN) organizada pelo Programa de Extensão “Patrimônio Cultural na Amazônia” e pelo Projeto Nova Cartografia Social da Amazônia.

de planilhas de venda, administração de capitais de giro (CARVALHO, 2011, p. 41, apud MILEO, SAMPAIO JÚNIOR, 2012)

Com tantas mudanças, surge na realidade da ASARISAN a necessidade de criar meios que diferenciem os produtos das suas associadas de outros análogos, afinal, a produção de cuias não é exclusividade da região, muito menos da associação. A intenção era que a concepção da identidade visual acompanhasse a recolocação no mercado consumidor, assim como servisse para diferenciar as peças produzidas pelas associadas em relação às de outras artesãs da região que não teriam passado pelo processo de associativismo e pelas discussões sobre os critérios de qualidade para o artesanato de cuias (MILEO, SAMPAIO JÚNIOR, 2012).

Assim, em discussões com o Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular – CNFCP nasceu a proposta de criação de uma identidade visual para o artesanato da ASARISAN, tendo um designer daquela instituição desenvolvido a marca “Aíra”, que no tupi significa fazer incisão, riscar, riscado, listrado, como referência ao modo de fixação dos grafismos nas superfícies das cuias.



Logo da marca coletiva Aíra, registrada no INPI em 29 de abril de 2014, Processo nº 904283828; Disponível em: < <http://www.inpi.gov.br/>>

3.2. O Pedido de Registro da Marca Coletiva Aíra

As artesãs possuíam um histórico de uso e tentativa de registro de marca, porém devido a dificuldades em razão de burocracias não puderam registrar sua marca “Aíra”, apesar de a utilizarem no mercado. Nesse sentido, no âmbito do projeto “Patrimônio Cultural na Ama-

zônia: Experiência de Pesquisa e Gestão”, pensou-se em atividade de extensão voltada à prestação da assessoria jurídica necessária ao registro. A assessoria jurídica em direitos intelectuais foi prevista como uma das atividades do plano de trabalho “Sinais Distintivos e Acesso a Mercados”, desenvolvido no ano de 2011.

No âmbito do projeto, foi realizada oficina temática para os membros da Associação de Artesãs Ribeirinhas de Santarém (ASARISAN), na região do Aritapera (Santarém). As oficinas serviram para dialogar com a associação parceira sobre a importância dos sinais distintivos como estratégia para o acesso a novos mercados ou valorização de bens culturais em circuitos de mercados já conhecidos e explorados.

O primeiro encontro com as artesãs ocorreu no dia 16 de abril de 2011, na escola Santíssima Trindade, na comunidade Centro do Aritapera. Na ocasião, foi apresentado ao grupo o plano de trabalho proposto para divulgação dos sinais distintivos como meios de acesso a mercados. Expuseram-se também, em linhas gerais, as condições para o registro segundo o interesse da associação. Esse primeiro encontro teve o objetivo de dialogar com o grupo sobre a importância dos sinais distintivos, as vantagens e limitações das marcas registradas, sendo designado um novo encontro nos dias 09 e 10 de junho de 2011, para realização de uma oficina que aprofundaria a temática.

Considerando a dificuldade em reunir um número significativo de artesãs numa comunidade, devido à distância entre os núcleos de produção e às peculiaridades do ambiente de várzea (a oficina foi realizada no período da cheia, o que aumentou as distâncias), bem como levando em conta o fato das associadas já terem participado de uma breve ação de divulgação sobre sinais distintivos, oferecida por técnicos do INPI em ano anterior o conteúdo da oficina foi adaptada para ter um cunho mais prático, que favorecesse a tomada de decisões e encaminhamentos para o pedido de registro.

Dessa forma, a oficina voltou-se para o pedido de registro da marca e suas implicações práticas, e organizou-se em dois dias de duração. Primeiramente, foram apresentados e debatidos conceitos e ideias acerca do uso e gestão da marca. Em seguida, a discussão faz-se com base em uma minuta de regulamento de uso, elaborada pela equipe do programa segundo as características do produto e da associação.

Nessa discussão, é importante destacar o interesse das artesãs em incluir no regulamento de uso menção aos critérios de qualidade do produto e ao seu modo de organização produtiva, principalmente no que diz respeito aos núcleos de produção. Nesse sentido, estipularam no regulamento à prática de usar o nome do núcleo de produção responsável por cada peça junto da marca coletiva, no intuito de ressaltar a autoria coletiva e o controle interno dos

padrões de qualidade. Além disso, ressalta-se o interesse de utilizar o regulamento de uso como estratégia de fortalecimento do grupo, surgindo como condição do uso da marca a efetiva participação nas atividades da entidade:

Art. 3º [...]

§1º. Os usuários da marca Aíra deverão compartilhar dos objetivos da ASARISAN:

I - Reunir em uma única entidade, artesãs que se dedicam à atividade de produção de cuias e outros objetos de caráter artesanal, visando à conquista do mercado consumidor;

II - Promover e divulgar o produto da atividade de fabricação de peças artesanais dos associados;

III - Organizar o trabalho e a produção, de modo a bem aproveitar a capacidade dos associados, distribuindo-os de conformidade com suas aptidões e interesses coletivos; (Regulamento de uso da marca coletiva Aíra)

Cabe frisar que, inicialmente, as artesãs pretendiam autorizar no regulamento o uso da marca coletiva por quaisquer pessoas que participassem efetivamente de um núcleo de produção ligado a ASARISAN, mesmo que não estivessem formalmente associadas², mediante o compromisso de vir a se associar após seis meses contados do primeiro uso da marca coletiva Aíra. No entanto, como, na perspectiva da norma, o uso da marca coletiva se destina àqueles que tenham vínculo formal com a entidade representativa titular, a ASARISAN não poderia fugir à regra. Essa foi uma situação limite entre o formal e o informal no caso estudado, e que sugere a pertinência de uma reflexão mais aprofundada sobre a Lei 9.279/1996 (Lei de Propriedade Industrial) para artesãos e pequenos produtores, de modo que o Sistema de Propriedade Intelectual possa realmente atingir o interesse de grupos populares e comunidades locais.

Em relação às discussões sobre qualidade e a natureza do produto para o qual se destinará a marca coletiva, houve alguma dificuldade em especificar os critérios por meio de palavras, optando-se pelo procedimento de aprovação das peças nos núcleos de produção ou pela coordenação de qualidade da própria associação. Vejamos o regulamento:

Art. 12. Antes de utilizar a marca coletiva Aíra nas peças de artesanato, elas devem ser aprovadas por controle de qualidade da ASARISAN ou, na sua ausência, do núcleo de produção, considerando tamanho, forma, tingimento, ornamentação e acabamento.

Art. 13. A marca coletiva Aíra poderá ser utilizada em conjunto com o nome de determinado núcleo de produção especificamente nas peças que ele vier a produzir, desde que não ocorra sobreposição de elementos ou exposição parcial. (Regulamento de uso da marca coletiva Aíra)

A partir do consenso gerado nos encontros, a equipe do programa se dedicou à formulação do pedido de registro da marca coletiva Aíra. As atividades realizadas para tanto foram:

² Algumas pessoas ligadas à atividade artesanal nos núcleos de produção não possuem vínculo formal com a associação. Em geral são mulheres mais idosas que não querem assumir compromissos burocráticos com a entidade, ou moças muito jovens, mais ocupadas com tarefas de estudo, que também não podem assumir obrigações decorrentes da vinculação com a entidade. Essa é uma realidade inerente e fundamental para o ciclo produtivo do artesanato de cuias no Aritapera.

pesquisas nas classificações da referida marca conforme os tratados de Nice e Viena, busca prévia de anterioridade na base de dados do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (IN-PI), elaboração do requerimento para registro de marca coletiva, levantamento de documentos que deveriam instruir o pedido de registro e o acompanhamento permanente do processo administrativo desde a protocolização do pedido em 24 de novembro de 2011.

Em 29 de abril de 2014, o INPI concedeu o registro da marca, noticiando que a Aíra seria primeira marca coletiva do Estado do Pará ³. Esse evento deixa claro como pequenos produtores e artesão podem acessar com sucesso o Sistema de Propriedade Intelectual, com muitas dificuldades e desafios, é claro, mas superáveis com o apoio de parcerias familiarizados com a burocracia do sistema.

3.3. Artesanato de Cuias do Baixo Amazonas: Perspectiva para o registro de Indicação Geográfica.

O Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento estabeleceu algumas perguntas simples para identificar produtos com potencial para o registro de indicação geográfica, são as seguintes: “O produto tem notoriedade? Essa notoriedade é ligada ao local? Há elementos do local ou região que influenciam na qualidade do produto? O produto tem preço diferenciado? Existe potencial de agregação de valor ao produto? O produto é comercializado em outros estados? Os produtores estão organizados?” (MAPA, 2010, p.103).

Com base nos elementos apresentados no texto deste trabalho podemos vislumbrar um potencial registro de Indicação de Origem para o Artesanato de Cuias do Baixo Amazonas. As informações levantadas e sistematizadas no inventário de referências culturais, bem como o registro como patrimônio cultural brasileiro podem vir a embasar um eventual processo de registro, vez que são elementos comprovadores do vínculo entre a região e o modo tradicional de fazer cuias.

Como visto, desde o século XVII viajantes e naturalistas relatam a produção de cuias da região. É notória a produção de cuias do baixo Amazonas. Além disso, atualmente existem muitos estudos, artigos e teses capazes de compor o dossiê de registro para uma Denominação de Origem. A existência de uma entidade representativa, como a ASARISAN, também é um passo adiante para se conseguir uma indicação geográfica. Entretanto, como mencionados, a

³ Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/portal/artigo/inpi_fornece_primeira_marca_coletiva_do_para>. Acesso em: 20 de novembro de 2014.

discussão da proteção ao nome geográfico deve abranger todos os produtores da área correspondente e não apenas um pequeno grupo de artesãos engajados em manter viva a prática tradicional de riscar em cuias, mesmo porque, segundo Luciana Carvalho, a produção de cuias, além da região de Aritapera também ocorre em várias localidades do município de Monte Alegre e mesmo de Santarém. Assim, podemos pensar que já existem documentos assinalando um recorte geográfico para o produto, mas a delimitação demandará um processo coletivo amplo envolvendo todos os agentes de produção, comercialização, etc.

Nesse contexto, o próprio registro da marca coletiva vem a contribuir para a divulgação da região como produtora do artesanato de cuias. Embora faça referência aos produtos da ASARISAN, indiretamente valoriza toda a produção extra-associação. A marca também deixa claro como um sinal identificador pode agregar valor a esse produto, o que aponta para o sucesso da Indicação Geográfica no diz respeito à valoração econômica do bem.

As vantagens do registro de uma indicação geográfica já foram observados no Brasil e surpreendem. Nota-se a valorizando do território e o conhecimento local, aumento do valor agregado dos produtos; permite ao consumidor identificar perfeitamente o produto nos métodos de produção, fabricação e elaboração do produto, em termos de identidade e de tipicidade da região; melhora a comercialização dos bens, facilitando o acesso ao mercado, isso se constata, especialmente, junto às cooperativas ou associações de pequenos produtores que, via de regra, possuem menor experiência e renome junto ao mercado, além de estimular o turismo, pois os consumidores sentem-se atraídos à visita da área de produção daquele bem (BRUCH *et al*, 2010).

Nesse sentido, é importante que os sujeitos interessados atuem na direção da efetivação de um registro de uma identificação geográfica para as cuias do baixo amazonas. Tomando como sujeitos interessados, não só os produtores, mas também o poder público representado pela prefeitura, SEBRAE, universidades, entre outros órgãos e entidades. A Indicação Geográfica não representa apenas uma vantagem econômica para os sujeitos da área, ela abrange um universo amplo da cadeia produtiva da região, estimulando inclusive o turismo, além é claro de valorizar as práticas tradicionais, que são representativas da identidade local. (BRUCH *et al*, 2010)

Dessa forma, este trabalho, bem como as atividades desenvolvidas no âmbito do Programa Patrimônio Cultural na Amazônia, tem o condão de fortalecer as discussões acerca da identificação de produtos culturais da região através das IGs e vislumbra a perspectiva de efetivação de um registro, tal como ocorreu com a marca coletiva Aíra.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As atividades realizadas com as artesãs de Aritapera suscitaram análises abrangentes, expressas em preocupações e perspectivas para o uso de sinais distintivos na identificação de bens de tradição cultural, fruto da prática de grupos populares.

Observação necessária é a da importância do mercado para a reprodução da prática do modo de fazer cuias das artesãs, pois a relação com o mercado influi diretamente na realidade sociocultural das artesãs (a maioria dos produtores são mulheres). A forma como se relacionam com o mercado reflete na renda familiar, criando um contexto de afirmação do papel social das mulheres, pelo qual obtêm conquistas pessoais a partir da atividade do artesanato, além de garantir a continuidade do modo de fazer cuias, atividades que passavam por um estágio de desvalorização no comércio local e esquecimento, mesmo sendo peça importante na expressão da cultura regional.

Nesse sentido, na medida em que garante proteção e agrega valor aos produtos, a utilização dos sinais distintivos para bens culturais de titularidade de grupos tradicionais representa uma nova perspectiva à utilização dos mecanismos da Propriedade Intelectual, cujo uso é comumente atrelado às grandes corporações. Entretanto, é nítido o distanciamento existente entre as práticas tradicionais e os formalismos do Sistema de Propriedade Intelectual, que foram criados para um conceito de propriedade individual incapaz de atender a complexidade de relações em contextos culturais em que grupos tradicionais desenvolvem suas práticas.

A inadequação dos dispositivos administrativos e legislativos às demandas dos grupos tradicionais nos levam a pensar soluções possíveis, já que não há de se discutir a respeito da exclusão dos grupos tradicionais ao acesso desses recursos. É fundamental que haja investimentos em recursos técnicos e humanos, garantido o conhecimento e a assessoria necessária à efetivação do acesso a todas as ferramentas necessárias à preservação e salvaguarda de práticas importantes à construção da cultura nacional, fazendo valer as diretrizes constitucionais, em particular o § 1º do artigo 216.

Para tanto, é essencial a participação das universidades na construção de conceitos e adaptação de institutos à realidade dos grupos tradicionais, sendo necessária uma mudança no olhar individualista que as instituições têm lançado sobre a Propriedade Intelectual, considerando em seu ambiente de atuação apenas práticas capazes de gerar produtos com aplicação em processos de produção em massa, capazes de gerar patentes e contratos de transferência de tecnologia.

É preciso perceber que as populações tradicionais também inovam e atuam para o desenvolvimento do país. Ao acessarem novos mercados as artesãs do Aritapera provocaram a

proteção por meio de institutos da Propriedade Intelectual, comumente associados ao empresariado industrial, instigaram discussões acerca da proteção de bens culturais para produtos de tradição cultural, através de estipulação em regulamento de uso de normas que primem pela manutenção de modos de fazer tradicionais, bem como pela valorização do produto que passa a figurar em mercados especializados, que primam pela sua carga social, cultural e ambiental, transmitida pelo sinal distintivo vinculado, seja marca ou Indicação Geográfica. Com o incremento da renda familiar os artesãos sentem-se estimulados a continuar a prática artesanal, que em tempos de pouco recurso perdem espaço para outras atividades mais rentáveis, como a agricultura e pesca.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRÃO, Eliane Y. (Org.). *Propriedade imaterial: direitos autorais, propriedade industrial e bens de personalidade*. São Paulo: SENAC-SP / OAB-SP, 2006.

BARBOSA, Denis Borges. *Proteção das marcas: uma perspectiva semiológica*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2008.

BLASI, Gabriel Di. *A propriedade industrial: os sistemas de marcas, patentes, desenhos industriais e transferência de tecnologia*. 3ª Ed. Rio de Janeiro: Forense, 2011.

CARVALHO, Luciana Gonçalves de (Org.). *O artesanato de cuias em perspectiva: Santarém*. Rio de Janeiro : IPHAN / CNFCP, 2011.

CARVALHO, Luciana Gonçalves de; MILEO, Bruno Alberto Paracampo; SAMPAIO JÚNIOR, Jeferson Oriente Brelaz. *Sinais distintivos e acesso a mercados*. Santarém: UFOPA, 2012.

CARVALHO, Luciana Gonçalves de; MILEO, Bruno Alberto Paracampo. Patrimônio cultural imaterial e conhecimentos tradicionais associados à diversidade biológica: a configuração de um novo campo de políticas públicas para fatos de natureza e cultura. *In: Congresso Luso Brasileiro de Direito do Patrimônio Cultural*. Ouro Preto: Editora UFOP, 2011, pp.189-215.

FARIA, Rafael dos Santos Viveiros de. Branding de marca coletiva como ferramenta estratégica de competitividade. *In: NIELSEN, Viviane Mattos (Org.). Marcas e propriedade industrial: uma visão multidisciplinar*. S/L: E+A, 2009.

GUIMARÃES, Deocleciano Torrieri. (org.) *Dicionário técnico jurídico*. 8 ed. São Paulo: Rideel, 2006.

MINISTÉRIO da Agricultura, Agropecuária e Abastecimento (MAPA). *Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio*. Brasília: MAPA; Florianópolis: EaD/UFSC, 2009.

Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento: *Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio: Módulo II, indicação geográfica* / Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento; organização Claire Marie Cerdan, Kelly Lissandra Bruch e Aparecido Lima da Silva. – 2ª ed. – Brasília : MAPA, Florianópolis: SEaD/UFSC/FAPEU, 2010.

MILEO, Bruno Alberto Paracampo; SAMPAIO JÚNIOR, Jeferson Oriente Brelaz. Sinais distintivos, bens culturais e acesso a mercados: o caso da marca coletiva Aíra na interface entre direitos intelectuais e patrimônio cultural *In: Simpósio Amazônico de Patrimônio Cultural e Direitos Culturais: Experiências de Pesquisa e Gestão, 2011, Santarém. Patrimônio cultural e direitos culturais: experiências de pesquisa e gestão*. Santarém: PEPCA/UFOPA, 2012.

MOREIRA, Eliane Cristina Pinto. *A proteção jurídica dos conhecimentos tradicionais associados à biodiversidade: entre a garantia do direito e a efetividade das políticas públicas*. Belém: UFPA, 2006. (tese de doutorado)

MOREIRA, Eliane; MILEO, Bruno; ALEXANDRE, Pedro. *Os impactos da concessão de marcas e patentes à biodiversidade amazônica no âmbito das relações de comércio exterior do Estado do Pará*. Disponível em: <<http://www.cesupa.br/saibamais/nupi/doc/SEICOM-final.pdf>>. Acesso em: 13 set. 2011.

MOURÃO, Henrique Augusto. *Patrimônio cultural como bem difuso*. Belo Horizonte: Del Rey, 2009.

PERALTA, Patrícia Pereira; SILVA, Elizabeth Ferreira da. Marcas coletivas como instrumentos de proteção e agregação de valor: as cuias de Santarém. In: CARVALHO, Luciana Gonçalves de (Org.). *O artesanato de cuias em perspectiva: Santarém*. Rio de Janeiro : IPHAN / CNFCP, 2011.

PIMENTEL, Luiz Otávio (Org.). *Curso de propriedade intelectual e inovação no agronegócio*. Brasília: MAPA; Florianópolis: EaD/UFSC, 2009.

SANTILLI, Juliana. Patrimônio imaterial e direitos intelectuais coletivos. In: MOREIRA, Eliane et al (Org.) *Proteção aos conhecimentos das sociedades tradicionais*. Belém: MPEG/CESUPA, 2006, pp. 119-138.

SANTOS, A.M. DE S. Aritapera: uma comunidade de pequenos produtores na várzea amazônica (Santarém, PA). In: *Boletim do Museu paraense Emílio Goeldi, Antropologia*, Belém, 83:1-58, 1982.

SANTOS, Manoel J. Pereira dos; JABUR, Wilson Pinheiro (Org.). *Sinais distintivos e tutela judicial e administrativa*. São Paulo: Saraiva, 2007.

SARAIVA, Vade Mecum. 17ª Ed. Saraiva, 2014

SILVEIRA, Newton. *Propriedade intelectual*. 4ª Ed. Barueri: Manole, 2011.

SOARES, Inês Virgínia Prado. *Direito ao (do) patrimônio cultural*. Belo Horizonte: Fórum, 2009.

SITES VISITADOS

<<http://www.planalto.gov.br>> Acessado em: 05. Nov.2014.

<<http://www.inpi.gov.br>> Acesso em: 20. Nov. 2014.

<<http://portal.iphan.gov.br>> Acesso em: 25. Nov. 2014.