

Biodiversidade preocupa INPI

Tecnologia para defender a floresta

Daniel Oiticica e
Claudio R. Gomes Conceição
do Rio

O Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI) prepara uma ofensiva para garantir proteção à biodiversidade brasileira, área em que pouco tem atuado. Com a ajuda dos índios, o órgão quer proteger os conhecimentos tradicionais que, com o emprego de tecnologia, têm se transformado em produtos lucrativos apenas para os que detêm essa tecnologia. Desde ontem, 20 advogados, 10 dos quais índios, começaram a receber, no Rio, as primeiras noções sobre propriedade intelectual, marcas e patentes.

Essa é apenas uma das ações do instituto para expandir o seu raio de ação e ampliar as receitas. Incentivar as universidades a participar mais ativamente do registro de patentes no Brasil é outro objetivo. Dos 22 mil pedidos de patentes recebidos pelo INPI em 2000, só 0,2% vieram das universidades.

O Instituto também trabalha nas certificações de marcas por origem de produção, como no caso do café do cerrado. O INPI quer que o Brasil participe de um novo tratado internacional de marcas e patentes, sob os auspícios do Protocolo de Madri.

(Pág. A-10)

INPI vive o desafio da modernização

Daniel Oiticica e Cláudio R. Gomes
Conceição
do Rio

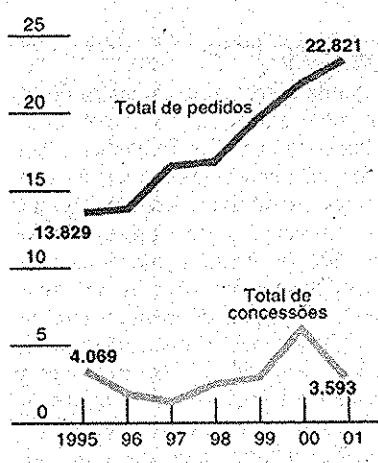
Criado em 1970 para executar as normas que regulam a propriedade industrial e o registro de marcas e patentes no Brasil, o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) vive hoje o maior desafio de sua história. Equacionar a queda de receita, puxada pela crise mundial do ano passado, com a necessidade de investir na modernização do órgão e em novos projetos, como a proteção à biodiversidade e aos conhecimentos tradicionais — como a sabedoria indígena no uso de plantas e ervas para cura de doenças —, e a entrada do Brasil em um novo tratado internacional de registro de marcas, o Protocolo de Madri.

Como uma autarquia, o INPI não recebe dinheiro do governo. É mantido por receitas próprias do registro de marcas e patentes, e trabalha com um orçamento de R\$ 90 milhões por ano. “Em 2001, no mundo inteiro, os pedidos de registro de marcas caíram entre 12% e 16%. No Brasil, não foi diferente. Em 2000, registramos 106 mil pedidos e no ano passado este número caiu para 96 mil, ou seja, 14%”, afirma o presidente do INPI, José Graça Aranha, no cargo há três anos.

Para gerar receitas que irão garantir a execução dos novos projetos, o INPI busca difundir serviços e ampliar seu leque de atuação. O órgão já iniciou uma ofensiva jurídica para garantir proteção à biodiversidade brasileira e para isso tem contado até mesmo com a ajuda dos índios. Ontem, 20 advogados ligados às comunidades indígenas, entre os quais 10 índios, começaram a receber noções básicas de marcas, patentes e direitos autorais. O objetivo é dar aos índios, detentores de grande parte da sabedoria tradicional brasileira, condições de participar das decisões sobre proteção aos co-

Pedidos de patentes

Concessões não seguem a demanda



Fonte: INPI

nhcimentos tradicionais, um dos assuntos que vem sendo debatidos no âmbito do Comitê Intergovernamental da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (Ompi). É uma forma de proteção a essa sabedoria que hoje com o emprego de tecnologia se transforma em produtos e medicamentos lucrativos, mas apenas para os detentores da tecnologia.

O Brasil é dono de 23% da biodiversidade do planeta. Segundo a organização Conservation International, considerando-se apenas as oleaginosas silvestres, como a andiroba, a copaiba e o babaçu, o Brasil é líder mundial com 600 espécies catalogadas que permitem produzir mais de 300 tipos de óleos, muitos deles usados como alimento ou fixador de perfumes, que são levados para o exterior e depois voltam, bem mais caros, já em forma de produto acabado.

O Brasil defende a criação de novas cláusulas aos acordos ambientais ratificados por 185 países na Convenção da Diversidade Biológica. As cláusulas estabeleceriam os requisi-

Protocolo é contestado

Um dos principais flancos que o INPI vem trabalhando é a adesão do Brasil ao Protocolo de Madri, regime que possibilitaria uma drástica redução nos preços dos registros de marcas de empresas brasileiras no exterior. Segundo José Graça Aranha, presidente do instituto, o custo de um registro, hoje, sai entre US\$ 2mil a US\$ 3 mil, enquanto que pelo Protocolo não superaria os US\$ 100.

“Esse alto custo inviabiliza que empresas brasileiras registrem suas marcas em todos os países que têm negócios. O que abre a possibilidade de que alguém se aproprie da marca, registrando-a”, diz Graça Aranha citando o caso de **Maurício de Souza Produções** que exporta as suas marcas para várias partes do mundo. “O custo do registro de cada marca acaba tirando a competitividade dos produtos brasileiros”, diz.

O objetivo do INPI com a iniciativa é incentivar o registro de marcas brasileiras para torná-las conhecidas lá fora além, é claro, de aumentar suas receitas com esses registros.

Contra a adesão ao Protocolo de Madri está a Associação Brasileira de Propriedade Intelectual (ABPI), afirmando que “o Protocolo é

incompatível com o ordenamento jurídico, pois incorre em várias inconstitucionalidades”. Segundo José Antonio Faria Corrêa, presidente da Associação, o principal problema é a falta de estrutura do INPI em analisar os pedidos de registro no mesmo tempo preconizado pelo Protocolo de Madri.

“O INPI, por falta de estrutura e de pessoal, hoje está analisando os pedidos de registros feitos em 1999. Como o Protocolo estabelece um prazo entre 12 a 18 meses, sob pena de preclusão para o INPI, isso afronta o direito de igualdade preconizado no artigo 5º da Constituição Federal”, diz Corrêa.

A ABPI, em resolução aprovada em abril, afirma que a demanda brasileira por registros internacionais é muito pequena: que grande parcela das exportações brasileiras refere-se a insumos desprovidos de marcas; por ter texto somente em inglês e francês fere o artigo 13 da Constituição Federal, que reza que todos os documentos oficiais devem ser em língua portuguesa.

A adesão ao Protocolo, segundo seus defensores, também reduziria os ganhos dos escritórios dedicados aos de pedidos de registros de marcas brasileiras no exterior.

(D.O. e C.R.G.C.)

tos de identificação do material genético utilizado na invenção, a repartição dos benefícios com os detentores dos recursos genéticos e o conhecimento prévio fornecido pelos detentores dos conhecimentos. “Quem detém hoje um conhecimento tradicional não tem nenhum tipo de proteção”, afirma Graça Aranha.

A criação de núcleos de patentes dentro das universidades é outro foco do INPI para aumentar as suas receitas. Hoje, somente 28 universidades têm núcleos para patentear as pesquisas acadêmicas. Essa tímida participação fez com que dos 22 mil pedidos de patentes recebidos pelo INPI em 2000, só 0,2% viessem das universidades. Nos EUA, 5% das patentes concedidas foram desenvolvidas nas universidades. Mas alguns avanços já foram feitos. A Universidade Federal do Rio Grande do Sul criou, em 1998, o seu núcleo de propriedade industrial que já conta com 18 produtos patenteados.

O INPI também tem se aproximado de organizações internacionais, como o Escritório Europeu de Patentes, que a partir de junho fornecerá 90 milhões de documentos de patentes de seu banco de dados em versão eletrônica. O INPI disponibilizará o material no Centro de Informações de Patentes junto com seus

próprios documentos, que já estão sendo digitalizados. “Dos 20 milhões de documentos que temos arquivado conosco, 70% está em papel. Este é um dos principais fatores que inibe o uso da coleção de patentes”, diz Graça Aranha.

Outra frente é incentivar os pedidos de registro sobre regiões produtoras, como a França fez com a região de Champagne, conhecida mundialmente pelo seu vinho espumante. Para mostrar a importância da indicação geográfica para a competitividade dos produtos, interna e externamente, o INPI realiza um seminário, entre 8 e 9 de julho, em Paraty, no Rio. Os produtores do Vale dos Vinhedos, de Bento Gonçalves, no Rio Grande do Sul, e da Região do Cerrado de Minas, já tem pedidos de identificação geográfica de seus produtos junto ao INPI. Serão os primeiros produtos nacionais — Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos e Café do Cerrado —, a receber o selo de região produtora.

O INPI também fechou um parceria com o Sebrae para conscientizar os micros e pequenos empresários sobre a necessidade do registro da marca, já que poucos sabem que o registro da empresa na Junta Comercial não dá proteção à marca. Hoje, só 20% dos pedidos ao INPI vêm deles.