

**GUERRA NA AMAZÔNIA** *Firma japonesa patenteou a fruta brasileira e enfrenta contestação de ONGs e do governo na Justiça*

# Se perder cupuaçu, empresa não recorre

DA REPORTAGEM LOCAL

A empresa japonesa Asahi Foods se comprometeu com o governo do Estado do Pará a não recorrer de medidas judiciais contrárias ao registro da marca cupuaçu, fruta da região amazônica.

Na prática, a empresa admite abrir mão dos direitos sobre a marca cupuaçu, se perder a disputa nas agências oficiais de registros e patentes do Japão, Estados Unidos e União Européia.

O secretário-executivo de Indústria, Comércio e Mineração do Pará, Ramiro Bentes, afirmou que a Procuradoria Geral do Estado irá estudar as medidas cabíveis. "A melhor forma é entrar com uma ação pedindo o repatriamento da marca", afirma.

A disputa mais importante comercialmente no caso cupuaçu envolve a produção de cupulate, o chocolate obtido a partir de suas sementes. A Ashai Foods entrou com um pedido de patenteamento da produção industrial desse tipo de chocolate e de óleos extraídos da semente da fruta. O termo de compromisso com o governo

do Pará não inclui esse caso.

Pelas leis de proteção à propriedade industrial, marca é um sinal distintivo de um produto que pode ser registrado desde que não haja outro anteriormente registrado num território.

A Asahi Foods registrou como sua a marca cupuaçu e está sendo contestada por se tratar de uma prima. Contra o registro, organizações não-governamentais iniciaram em abril deste ano a campanha "O cupuaçu é nosso", e conseguiram marcar, no Congresso Nacional, uma audiência pública para discutir a questão.

## Patente

Já a obtenção de direito de patente depende de três requisitos básicos — novidade, inventividade e aplicação industrial. Obtido o registro de marca ou patente o detentor adquire o direito de exclusividade sobre eles, podendo cobrar de quem quiser usá-los.

O diretor da Asahi Foods e da Cupuacu International, Nagasawa Makoto, atribui a uma campanha de ONGs (organizações não-governamentais) as críticas que a

empresa tem recebido.

"Estão nos atacando para que seja retirado nosso pedido de marca registrada e ficaremos felizes se a agência de patentes mudar seu sistema e não garantir o nome para ninguém no futuro. Mas, sob o atual sistema, se nós abrímos mão da marca por nós mesmos, então nosso registro será apagado completamente e então poderá novamente ser obtido por outra empresa. Não podemos correr esse risco", declarou.

Nagasawa exemplifica com o caso da empresa Body Shop, que costumava colocar o nome cupuaçu na classificação de cosméticos, mas deixou de fazê-lo por causa da mesma campanha liderada por ONGs.

"O nome agora, para a mesma classificação, está em outras

mãos. Essa é a verdade, goste você dela ou não. Consequentemente, o caminho desejado pelas ONGs não é a solução certa."

O diretor da empresa japonesa diz que sua empresa sofre retaliações na Amazônia.

"Por causa da informação falsa criada pelas ONGs, fazendeiros inocentes e pessoas que vivem na Amazônia tornaram-se nervosas e hostis a nós sem razão. Nós sentimos muito por isso. Lamentamos dizer que, por causa das várias campanhas negativas — que incluem terrível difamação para empresas que estão livremente criando novos negócios em seu país com boas intenções — perderemos o entusiasmo para explorar possibilidades futuras de mercado", afirma.

(PLÍNIO FRAGA)

Documentação

Fonte: FSP (Brasil)

Data: 10/8/2003 Pg. 15

Class: D