

PROPRIEDADE & ÉTICA

DIRETORES

Gustavo Kaye
Luiz Alberto Bettencourt
Luiz Cesar Faro
Rubeny Goulart

EDITORES EXECUTIVOS

Gustavo Kaye
gustauokaye@reivistapropriedade.com.br
Rubeny Goulart
rubeny@reivistapropriedade.com.br

EDITORA ASSISTENTE

Ceci Almeida
ceci@reivistapropriedade.com.br

REPÓRTERES

Andrea Ferreira e Ilan Bar

ARTE

Paula Barrenne

FOTOGRAFIA

Ari Gomes e Banco de Imagens da Uale

PRODUÇÃO GRÁFICA

Ruy Saraiua

REVISÃO

Rubens Syluio Costa

REDAÇÃO E PUBLICIDADE

Estratagem Consultoria de Comunicação
RUA SETE DE SETEMBRO, 21/14º ANDAR
20050-005 - RIO DE JANEIRO - RJ
TEL: (21) 2509-5399 - FAX: 2516-1956
contato@reivistapropriedade.com.br

Propriedade & Ética é uma publicação da Estratagem Consultoria de Comunicação e da Pensar Comunicação

CONSELHO CONSULTIVO

Clouis Silveira
Eliezer Batista
Gert Egon Dannemann
Henrique Luz
Jorge Raimundo
José Graça Aranha
Luiz Fernando Beraldi
Luiz Leonardos
Raphael de Almeida Magalhães
Ronaldo Ueirano

CONSELHO EDITORIAL

Andrea de Andrade Gomes
Antônio Laért Vieira Júnior
Carlos Eduardo Pinho
César D. Carvalho
Eduardo Paranhos Montenegro
Eurico Teles
Fátima Picoto
Francisco Teixeira
Gabriel Di Blasi
Grace Salomão
Hélio Fabbri
Jeanne Machado
José Antonio do Nascimento Brito
José Roberto Gusmão
Luiz Fernando Matos Júnior
Luiz Edgard Montauray
Mariangela Sampaio
Maurício Lopes de Oliveira
Maurício Pinheiro
Nicolau Frederes
Peter Eduardo Siemsen
Regina Sampaio
Ricardo Pinho
Ricardo Vieira de Mello
Roberto Ribeiro

AS OPINIÕES EMITIDAS NOS ARTIGOS PUBLICADOS EM PROPRIEDADE & ÉTICA SÃO DE EXCLUSIVA RESPONSABILIDADE DE SEUS AUTORES E NÃO NECESSARIAMENTE REFLETEM A OPINIÃO DA REVISTA.

O LUCRO RESPONSÁVEL

É sempre difícil tratar da questão Ética, para a qual há múltiplos significados. Sócrates, o primeiro grande filósofo a refletir sobre o assunto, nos seus embates contra o relativismo moral dos sofistas, defendia a conciliação entre os interesses individuais e coletivos como único caminho para a felicidade. As sociedades modernas também flexibilizaram os conceitos da Ética e da Moral, mas os tempos não apagaram a noção de que o certo e o errado, na verdade, é pré-socrático: está impresso, como um chip, na consciência de cada um. Ao definir seu escopo de interesse, **Propriedade & Ética** optou por abordar a Ética sob o prisma das relações entre as instituições públicas e privadas e a coletividade.

Neste sentido, é sintomático o material que integra esta edição. A Ética tem implicações diretas com os processos e produtos industriais, defende o engenheiro Luiz Fernando Beraldi, presidente da Michelin para a América do Sul, em entrevista exclusiva à revista. Para ele, a questão Ética, vista como um padrão de conduta empresarial, é parte da gestão do negócio e está imbricada com a produtividade e com o lucro responsável, tão caro às escolas moralistas.

Esta mesma temática, que por muito tempo passou ao largo da agenda empresarial, hoje é matéria obrigatória nos currículos das faculdades de Administração e está sendo levada a centenas de organizações, como consta na matéria "Empresas que andam na linha". No lado inverso, a revista aborda o trabalho desenvolvido pelos Procons e outros órgãos de defesa do consumidor contra os abusos cometidos pelas empresas.

A reflexão sobre a Ética também está devidamente contemplada nos artigos assinados pelo ex-ministro Marcílio Marques Moreira, presidente do Etco, e pelo governador do Rio, Sérgio Cabral. Os dois colocam em evidência a responsabilidade do administrador pela gestão pública e confirmam a lógica socrática da hegemonia do bem comum sobre os interesses de ocasião.

Outros temas inclusos tratam de genéricos, inovação e da nova agenda bilateral entre países ricos e em desenvolvimento, aberta depois do fracasso de Doha. Há também matérias e artigos que discorrem sobre transferência de tecnologia e da proteção a marcas, composições musicais, identidade visual e até receitas culinárias. A primeira vista pode parecer que são assuntos desconectados com o todo editorial. Sua leitura atenta, porém, revelará que, de uma forma ou de outra, eles estão ligados pela Ética ou, em muitos casos, pela falta dela.

Os editores



ENTREVISTA

O PNEU DO FUTURO JÁ EXISTE

LUIZ FERNANDO BERALDI, PRESIDENTE
DA MICHELIN PARA A AMÉRICA DO SUL

4

INTERNACIONAL

A HORA E A VEZ DO BILATERALISMO

22



DIRIGISMO

PROTECIONISMO DOS ANOS 70
NA TECNOLOGIA DO SÉC. XXI

12



AÇÃO LEGAL

AUMENTA O CERCO
AOS PIRATAS

32



PATENTES

A MINA DE OURO DA VALE
É A INOVAÇÃO

42



ÉTICA EMPRESARIAL
EMPRESAS QUE ANDAM
NA LINHA

52



DIREITOS DO CONSUMIDOR
A RAZÃO DO CLIENTE
EM ALTA

58



DOMÍNIOS
SUA MARCA CORRE
RISCO NA INTERNET

62

COLONAS

20 INTELLECTUS
A PROPRIEDADE
INTELLECTUAL NO BRASIL
E NO MUNDO
POR MAURÍCIO LOPES
DE OLIVEIRA


31 LEGISLAÇÃO
PROJETOS
EM COMPASSO
DE ESPERA



GENÉRICOS
SURFANDO NA
LEI DE PATENTES


68

ARTIGOS

18  GESTÃO
POR UMA NOVA ÉTICA PÚBLICA
POR SÉRGIO CABRAL

28  GOVERNO
UM FIO CONDUTOR PARA AS BOAS POLÍTICAS
PÚBLICAS
POR MARCÍLIO MARQUES MOREIRA

38  PODER JUDICIÁRIO
O AMIGO DA CORTE NAS SOLUÇÕES JURÍDICAS
POR MARCELLE FRANCO ESPÍNDOLA

48  IMAGEM
A IDENTIDADE VISUAL PROTEGIDA CONTRA
OS AVENTUREIROS
POR RONALDO C. VEIRANO & MAURÍCIO MALECK COUTINHO

56  GASTRONOMIA
A ARTE CULINÁRIA E AS CÓPIAS INDIGESTAS
POR ROLAND UILLARD

66  COPYRIGHT
A TUTELA DO ESTADO SOBRE O DIREITO AUTORAL
POR MARIA ISABEL MONTAÑÉS

74  MÚSICA
INSTRUMENTOS PARA AFINAR CONTRATOS MÚSICAIS
POR DANIEL CAMPELLO QUEIROZ



O PNEU DO FUTURO JÁ EXISTE

POR GUSTAVO KAYE & LUIZ ALBERTO BETTENCOURT

O PNEU FABRICADO PELAS FÁBRICAS DA MICHELIN ESPALHADAS PELO MUNDO INCORPORA OS PRESSUPOSTOS ÉTICOS DEFENDIDOS PELA COMPANHIA: QUALIDADE DE VIDA E RESPEITO AO AMBIENTE. O ENGENHEIRO LUIZ FERNANDO BERARDI, QUE COMANDA A EMPRESA NA AMÉRICA DO SUL, ESTÁ PAUTADO PELA MÁXIMA DA MOBILIDADE SUSTENTÁVEL, QUE SIGNIFICA PRODUZIR PNEUS EXPLORANDO FONTES ENERGÉTICAS MAIS LIMPAS, RENOVÁVEIS E ECONÔMICAS.

Engenheiro, com origem na indústria, no chão de fábrica, carreira marcada pelo reconhecimento à sua capacidade de administrar e produzir resultados, ele não pestaneja: “A ética é eficaz como instrumento de gestão porque, na minha empresa, constitui um conjunto de valores tão arraigados que não deixa espaço à hesitação.” Trata-se de Luiz Fernando Beraldi, o primeiro brasileiro presidente da Michelin para a América do Sul. Há 28 anos na companhia, está desde 2002 no topo da hierarquia.

Da longa conversa que teve com a revista **Propriedade & Ética**, da qual nasceu esta entrevista,

emerge um executivo atento a tudo. Tudo mesmo: desde o custo-benefício de uma ação de *commodity* até a preparação dos argumentos que, na próxima reunião do *board* mundial da Michelin, poderão trazer mais investimentos para o Brasil. Para ele, o comportamento ético, além, é claro, de ser pressuposto de conduta dos cidadãos, não tem contestação corporativa. Eis a entrevista em que Beraldi revela o empenho genético da Michelin em pesquisar, produzir conhecimento e transformá-lo em tecnologia e novos produtos. O pneu do futuro, por exemplo.

P&E: No Brasil da esperteza, ser ético complica?

LFB: Ao contrário, a Ética descomplica a gestão. Ela é um código, um conjunto de regras que cria referências para o administrador – o que facilita a decisão em qualquer circunstância. Ela é, portanto, um valor porque ao constituir-se em guia serve para hoje e para amanhã, é permanente, não comporta oscilação, não admite hesitação. Nessa medida, ela constrói o futuro da empresa e transmite a todos os funcionários, de forma contínua, a mesma mensagem.

P&E: Ter Ética, então, é ter visão de futuro?

LFB: Exatamente. A Ética determina a percepção que a sociedade e o mercado terão da empresa ao longo do tempo porque ela cria rotina, define atitudes. A Ética está no DNA da Michelin. Não há nenhuma concessão, nenhum constrangimento, nenhuma dificuldade.

P&E: Por que a Ética é mais eficaz do que a esperteza?

LFB: Porque ela dura no tempo. A esperteza é limitada, tem pernas

curtas como a mentira. A decisão baseada no “levar vantagem” tem como foco o curto prazo, não cria horizonte. Nenhuma empresa resiste no tempo sem perspectiva, sem pilares sólidos e, entre eles, está o comportamento ético.

P&E: Como a Michelin trata o grande problema que é o passivo ambiental acumulado pelos pneus inservíveis?

LFB: A Michelin foi a primeira empresa de pneus a tratar desse tema. Há muitos anos temos uma posição a esse respeito, que transmitimos à Associação que representa o setor: 1) Os pneus inservíveis não devem ser um passivo ambiental, e hoje no Brasil não existe mais passivo. 2) Todo e qualquer pneu usado deve ser cuidado por toda a cadeia produtiva e comercial assim como pelas autoridades públicas de forma a dar-lhe um aproveitamento ecologicamente correto. De que maneira? Muitas: transformando-o em energia, destinada principalmente a prover as cimenteiras, principais consumidoras; também para melhorar, como pó, a qualidade do asfal-

to das estradas; servindo como pisos de quadras esportivas e muitas outras aplicações. São muitas as destinações, mas um só princípio: não se pode deixar na natureza um produto que leva tanto tempo para se decompor. A Michelin foi pioneira na organização de processos de destinação ambiental, o que em muitos países já toma até a forma de negócio como na França, na Espanha e na Itália. No Brasil, a ANIP – a associação nacional que reúne os fabricantes de pneus, inspirada na experiência europeia, criou a Reciclanip, que coleta hoje todo e qualquer pneu disponível e dá a ele uma destinação ambientalmente correta. E isso já faz parte da rotina do setor, o mais bem organizado no pós-consumo. Temos um compromisso com a vida, com a natureza, com a sociedade e com o mercado.

P&E: É possível pensar em um futuro no qual o pneu possa ser fonte de energia para a sua própria produção?

LFB: Hoje o pneu já representa 24% da energia necessária para a fabricação do cimento, por exem-



“ NÓS TEMOS PREOCUPAÇÃO DE UTILIZAR FORNECEDORES IDÔNEOS, QUE PAGAM SEUS IMPOSTOS, QUE TRABALHAM COM ÉTICA ”

plo. É muito. O pneu tem 25% de metal, e esse metal se incorpora ao cimento. E você pode imaginar uma turbina movida a energia mista – pneu usado, óleo e sobras, o que geraria vapor para uma fábrica de pneus. Não vivemos ainda essa realidade, sobretudo porque a criação de energia para fabricar cimento foi a primeira desenvolvida, a que parte da matéria se incorpora ao produto final. Infelizmente, o potencial de criação de energia e reaproveitamento do pneu ainda não é devidamente valorizado. Isso acontecerá num futuro próximo.

P&E: A preocupação ética e ambiental da Michelin já se transformou em critério para escolher também seus fornecedores, criando uma cadeia virtuosa?

LFB: Certamente. Há anos que as certificações ISO, por exemplo, são exigências para definir fornecedores com responsabilidade, mas, independentemente disso, a empresa já tinha essa atitude antes. As certificações não foram novidade, apenas regulamentaram o que nós já fazíamos. Nós temos preocupação de utilizar fornecedores idôneos, que pagam seus impostos, que trabalham com Ética, que têm os mesmos princípios que nós, que respeitam o meio ambiente, que tenham afinidade conosco. A Michelin tem um Código de Ética para os fornecedores, preocupação que se revela fortemente na Carta PRM (Charte Performance et Responsabilité Michelin), documento que define a atitude da empresa em respeito aos clientes, às pessoas, aos acionistas, ao meio ambiente e aos fatos.

P&E: Se pensássemos de uma forma simplificada, o pneu do futuro rodará com menor resistência ao solo?

LFB: Essa é uma preocupação constante da nossa empresa. O pneu faz parte do futuro, porque é necessidade permanente do desenvolvimento econômico e social; ele viabiliza o deslocamento das pessoas e das mercadorias. O que buscamos de forma permanente é transformar essa mobilidade em algo sustentável. Buscamos, assim, conciliar o desenvolvimento do transporte com o meio ambiente e a qualidade de vida. É preciso que o pneu seja um componente que consuma cada vez menos energia, que dure cada vez mais, polua menos, que seja cada vez mais seguro e que consuma menos matéria-prima. Trabalhamos também para que ele possa ser reutilizado adequadamente no final de sua vida útil, como já vimos.

P&E: Ao pensar ainda no futuro do pneu, quais são as grandes linhas de desenvolvimento da tecnologia Michelin hoje?

LFB: São novos conceitos para uma melhor mobilidade, alguns deles verdadeiras revoluções; alguns exemplos: 1) O *Michelin Tweel* é um conjunto único de pneu e roda que não leva ar e não fura. Feito de borracha ligada ao aro por raios flexíveis se molda ao tipo de piso que percorre, absorvendo impactos e, depois, volta rapidamente à forma original. Já é considerado uma das maiores invenções na área da mobilidade para certas aplicações e promete revo-

lucionar a indústria automotiva. 2) Temos também o *Airless*, que, na verdade, não é um pneu; é uma estrutura que faz a função de um pneu, mas não tem ar. 3) Existem ainda produtos resultantes de pesquisas mais avançadas como, por exemplo, o *Active Wheel*, em que o motor e o pneu são um só elemento. Quer dizer, a roda é o motor. São invenções revolucionárias que a Michelin pesquisa e desenvolve, e põe à disposição do mercado ou de empresas, é claro, em futuro de mais longo prazo.

P&E: As pesquisas da Michelin estão localizadas na França, EUA e Japão. O Brasil tem algum tipo de contribuição na criação da tecnologia da Michelin?

LFB: Além de acompanharmos todos os progressos criados pelas novas tecnologias do Gru-

po Michelin, desenvolvemos, especialmente nas plantações de seringueiras da Bahia, pesquisas de combate ao *Microcyclus ulei*. Um fungo que ataca as árvores e que é muito danoso para a produção de borracha natural em todo o mundo, sobretudo em áreas tropicais em que o calor se alia à umidade. Na Bahia, temos uma unidade de produção de borracha natural e lá está instalado um centro de pesquisas, o maior do mundo no gênero, em que temos 40 técnicos trabalhando nessa pesquisa de combate ao fungo. O melhor especialista nessa matéria está na Bahia e todo esse trabalho pode ser útil ao planeta se, porventura, o fungo chegar à Ásia, maior área de produção de borracha natural do mundo. Com essa pesquisa desenvolvemos variedades de seringueiras mais re-

sistentes ao fungo para garantir o futuro da heveicultura. Nós temos também no Brasil, na área industrial, uma Direção de Materiais e uma Direção Técnica. A Direção Técnica trabalha na parte estrutural de pneus, concepção etc; e a parte de materiais trabalha em sua aplicação. Não são centros de pesquisa, são áreas que alimentam a rede técnica e de materiais da empresa com informações.

P&E: O senhor falou sobre Ética e mobilidade. O que significa o conceito de mobilidade na estratégia de negócios na Michelin?

LFB: Vou contar uma curta história. A Michelin começou em 1898, portanto há 120 anos. Logo quando começou a produzir pneus, se preocupou em dar aos motoristas e aos clientes melhores condições de mobilidade. Além dos pneus que foram evoluindo em desempenho, segurança, conforto, durabilidade etc, criamos os famosos guias Michelin. A missão da Michelin é o que chamamos de mobilidade sustentável: ir mais longe da melhor maneira possível. Com esse objetivo, lançamos há 10 anos, o "*Michelin Challenge Bibendum*", um fórum de todos os atores que atuam área da mobilidade, inclusive os fabricantes de veículos, de maneira a promover o debate sobre fontes energéticas mais limpas, renováveis, veículos mais econômicos, energias alternativas. Realizamos esse encontro na França, na China, no Japão, nos Estados Unidos e na Alemanha. Agora vamos realizá-lo em abril de 2009, no Rio de Janeiro, o que mostra o nosso en-



“ A MISSÃO DA MICHELIN É O QUE CHAMAMOS DE MOBILIDADE SUSTENTÁVEL: IR MAIS LONGE DA MELHOR MANEIRA POSSÍVEL ”

gajamento com o futuro da mobilidade e a nossa certeza do importante papel do Brasil nessa área.

P&E: Essa busca da mobilidade sustentável implica investimentos em pesquisa e desenvolvimento?

LFB: Claro! São duas linhas de trabalho nesse sentido: uma é melhorar o processo de produção e a qualidade do produto. A outra é procurar novas tecnologias que permitam também fazer isso causando menos impactos ambientais, seja poluindo menos, economizando energia. Tudo isso é fundamental para a mobilidade sustentável. Temos 3000 engenheiros e técnicos trabalhando na inovação e na qualidade do produto. Nós nos focamos claramente em oferecer o melhor produto ao consumidor final, em todos os mercados.

P&E: O desenvolvimento tecnológico do pneu até hoje – essa estrutura que mistura borracha com cabos de aço, de diâmetros às vezes similares ao de um fio de cabelo – pode ser considerado uma revolução permanente. O pneu radial fez história?

LFB: Sem dúvida, o pneu radial foi uma revolução. Inventado pela Michelin em 1946 foi a nossa grande força em relação aos outros fabricantes. Um dos grandes segredos é como colamos a borracha ao metal. Um pneu de carro ou de caminhão tem, numa primeira vida, no mínimo 7 milhões de ciclos, ou 7 milhões de voltas, 7 milhões de movimentos. Como conseguir a aderência dessa borracha nesse metal sem que

ele se descole ao longo desses 7 milhões, 14 ou 20 milhões de ciclos? Esse é um dos pontos fundamentais: conseguir essa aderência do aço à borracha e para ter uma carcaça, uma estrutura, que dure muitos quilômetros.

P&E: Que inovações já transformadas em produto o senhor destacaria hoje?

LFB: Hoje nós continuamos fazendo inovações importantíssimas. A mais recente é o *Energy Saver*, um pneu que economiza energia e polui menos pela menor resistência à rodagem. Essa, mais que uma inovação sob a forma de produto, é um conceito: rodar com menos resistência para reduzir o consumo da energia e lançar menos CO₂ no meio ambiente. Há outros produtos, ainda não lançados no Brasil, entre os quais destaco o *Anti Splash*, o pneu de caminhão que não joga aquela onda de água suja em cima do carro que passa ao lado. Na realidade isso protege a vida de motoristas e passageiros pelos efeitos danosos que a perda de visão ocasionada pela onda de água provoca.

P&E: Esses aspectos estão intimamente ligados. Há alguma tecnologia nova de processo que concretamente reúna inovação, cuidado com o ambiente, segurança e economia?

LFB: É o caso da *MDT (Michelin Durable Technology)*, uma tecnologia Michelin que aumenta a durabilidade do pneu de caminhão, com a possibilidade de recauchutá-lo de forma profissional e segura, fazer o pneu ficar novo,

de novo. Há muita matéria-prima nobre na estrutura do pneu e que deve ser reutilizada. Já que não é possível regenerar a borracha como se faz com os outros materiais, temos que dar outras vidas a esse pneu. Como? Pondo uma nova banda de rodagem, permitindo que uma mesma carcaça realize várias “vidas”. E isso é também contribuir para a rentabilidade do cliente e para o meio ambiente. A recauchutagem existe há muito tempo, mas hoje estamos lançando um segundo conceito de recauchutagem que chamamos de *refill*. Porque é exatamente isso: você tem uma base (a carcaça) na qual você põe uma nova banda, transformando o pneu em um produto com todas as qualidades e garantias do novo.

P&E: Como a Michelin faz, sendo uma empresa de ponta em matéria de inovação e tecnologia, para proteger essas propriedades intelectuais, para proteger o conhecimento e a pesquisa, que depois se transformam no produto?

LFB: Temos um número elevado de registros de patentes, mas é praticamente impossível proteger tudo, em todos os países. O que nós fazemos é procurar a proteção com racionalidade de custos: o máximo possível nas grandes invenções, nos princípios descobertos e nos mercados pelos quais nós optamos. É evidente que quem investe tanto em tecnologia, tanto em pesquisa, tanto em pessoal para trabalhar em pesquisa, não poderia deixar de lado a proteção industrial dentro dos principais mercados.

DESEMPENHO E RESPONSABILIDADE

A missão da Michelin é contribuir para uma melhor mobilidade sustentável, que respeite o meio ambiente, os recursos naturais e as pessoas, oferecendo mais segurança e conforto, considerando os objetivos de desenvolvimento econômico.

Ser uma empresa em total harmonia e integração com a comunidade é parte dos princípios fundamentais da Michelin. Todas as ações são norteadas pela Carta de Desempenho e Responsabilidade Michelin, cujo objetivo é explicitar seus valores e princípios e como eles são traduzidos em sua atuação na sociedade.



P&E: No Brasil, a Michelin tem problemas com cópia e pirataria?

LFB: Tem. Não só no Brasil como no mundo todo. Posso citar o caso das cópias das esculturas, criadas pela Michelin, cada uma delas adaptada a cada tipo de uso, seja na terra, no asfalto, ou em qualquer outra natureza de terreno, e que contribuem de maneira significativa para a performance de nossos produtos e que são alvos constantes de pirataria.

P&E: Na Michelin Durable Technology, o que é protegido: a máquina que fabrica ou o produto?

LFB: As duas coisas. Por exemplo, nós temos alguns tipos de evoluções no produto que são inovadoras e estão protegidas. As máquinas que permitem essa fabricação também são protegidas. É evidente, também, que às vezes não é muito fácil definir a proteção, e nesse terreno às vezes falta justamente a Ética àqueles que copiam.

P&E: A Michelin tem uma fábrica de pneus de passeio em Itatiaia

cercada de todo o segredo. Por que isto é necessário?


LFB: Porque durante anos a Michelin investiu pesadamente em um novo processo mais automatizado e mais preciso. Nós trabalhamos com materiais adaptados a essa ferramenta de produção. A produção de pneus evolui constantemente e chegou a um ponto em que todos parâmetros devem ser muito controlados, o que exigiu uma máquina completamente diferente de tudo que existia no passado. Essa é a razão pela qual essa inovação é tão protegida.

P&E: Há uma proposta de se reverter ou de modificar a percentagem de borracha natural e de borracha sintética na produção do pneu?

LFB: Cada pneu tem uma exigência diferente. Pneus que necessitam de muita dissipação de calor precisam de mais borracha natural. Pneus que precisam de menos dissipação podem utilizar mais borracha sintética. E existem também pneus que se podem equilibrar, com percentuais limita-

dos, a participação da natural e da sintética. Evidentemente, por razões econômicas, quando o petróleo sobe muito, puxa o preço da borracha sintética, que puxa também o preço da borracha natural. É um problema que independe da nossa atuação, mas as empresas de fabricação de pneus procuram o equilíbrio econômico, mantendo evidentemente o compromisso técnico com a qualidade.

P&E: Qual é a sua visão sobre a Ética no setor em que a Michelin atua?

LFB: Mantermos sempre uma postura ética sob todos os pontos de vista, seja econômico, social, ambiental ou outros; Contribuímos sempre para a melhoria de qualidade do produto, para a segurança do usuário, para um meio ambiente melhor e para a economia de combustíveis e matérias-primas; Resumindo: ser ético em relação aos funcionários, aos parceiros, aos acionistas, aos usuários e à qualidade em geral, fazendo o melhor produto, ao melhor preço e com menos impacto ambiental possível. 

*Para que você possa dormir tranquilo,
eles passam noites e noites em claro pesquisando.*



Interfarma

Associação da Indústria Farmacêutica de Pesquisa

inovações para a vida

PROTECIONISMO DOS ANOS 70 NA TECNOLOGIA DO SÉCULO XXI

UMA SÉRIE DE LIMITAÇÕES É IMPOSTA ÀS EMPRESAS QUE REALIZAM CONTRATOS DE TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA E DE LICENÇAS DE DIREITOS DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL NO BRASIL. A JUSTIFICATIVA OFICIAL, QUE REMONTA À DÉCADA DE 70, É A DE SEMPRE: PROTEGER AS COMPANHIAS NACIONAIS.



A política econômica protecionista, adotada pelo regime militar durante os emblemáticos anos do “milagre”, deixou marcas indelévels na vida nacional. Quase quatro décadas depois, quando o País luta para integrar-se à economia mundial, o Estado brasileiro, através de seus tentáculos regulatórios, é quem pauta o relacionamento comercial entre empresas nacionais e estrangeiras. Pelo menos quando se trata de contratos para o aluguel de tecnologia estrangeira, sempre com o argumento de defesa dos interesses nacionais, o intervencionismo estatal no setor remete aos dos anos 70.

Todos os contratos de transferência de tecnologia necessariamente têm que ser averbados pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). O órgão é peça-

-chave nestes acordos, pois é quem valida os contratos perante terceiros e regula a dedutibilidade do pagamento de *royalties* como despesa perante o Fisco. Finalmente, sem a averbação ou o registro do contrato no INPI, o Banco Central simplesmente não autoriza a remessa de valores para o exterior. Só que, não raro, uma série de limitações é imposta às empresas que realizam contratos de transferência de tecnologia e de licenças de direitos de propriedade industrial no Brasil.

Um fato que ilustra esta prática está no episódio vivido pela Philips, uma das maiores fabricantes de equipamentos eletrônicos do mundo e a maior da Europa. Em 2005, a multinacional holandesa firmou um contrato de licença de patentes relativo à fabricação de discos graváveis no sistema CD-R com a bra-

sileira Novodisc Brasil Fonográfica. O contrato previa o pagamento de *royalties* no valor de US\$ 0,9 sobre a venda por disco produzido pela Novodisc, mas o INPI autorizou somente a remessa de 5% sobre o total das vendas. A Portaria 436, de 1958, do Ministério da Fazenda estipula entre 1% a 5% os limites de dedutibilidade fiscal de remessa de pagamentos em contratos envolvendo empresas com vinculação societária. Ocorre que a Philips e a Novodisc não são empresas do mesmo grupo e o valor fixado não se refere a percentual de venda. Não haveria, de acordo com a Philips, qualquer limitação, prevista em lei, ao valor de *royalties* livremente contratado pelas partes.

Esta não é, contudo, a visão do INPI, para quem uma taxa em desacordo com os valores praticados pelo mercado justificaria a intervenção nos contratos. “A Philips segue o Trips, tem um contrato de *royalties* único para todo o mundo e estipula as mesmas condições para os mercados onde atua”, rebate a gerente de Propriedade Intelectual da empresa, Miriam Hirahara. Segundo ela, somente no Brasil a empresa enfrenta intervenção na forma de pagamento de *royalties* para licença de PI.

O processo da Philips foi julgado em segunda instância, no dia 04 de junho pela 2ª Turma Especializada do TRF-2 com resultado desfavorável à empresa. A desembargadora Liliane Roriz, relatora do processo, argumentou em juízo que os *royalties* previstos na certidão seriam abusivos. Para a magistrada do TRF, por fim, é função do Estado intervir no contrato para “equilibrar as relações entre transferente e receptor”.

“ INCOMODA-ME QUE UM ÓRGÃO TENHA AUTONOMIA PARA INTERUIR EM UM PREÇO CONTRATUAL LIVREMENTE ACORDADO ”



GABRIEL LEONARDOS
ADVOGADO DO ESCRITÓRIO MONSEN, LEONARDOS & CIA



PARA OBTER UMA LICENÇA DE TECNOLOGIA POR TEMPO LIMITADO A EMPRESA ESTRANGEIRA DEVE, OBRIGATORIAMENTE, PEDIR A PROTEÇÃO DA PATENTE NO BRASIL

A decisão do TRF desencadeou uma nova onda de críticas ao INPI. “Incomoda-me que um órgão governamental tenha autonomia para intervir em um preço contratual livremente acordado entre partes desvinculadas, notadamente quando estas pagarão todos os tributos devidos e, mais ainda, quando sobre tal preço já existe um limite de dedutibilidade fiscal inexorável, determinado pelas leis fiscais”, argumenta o advogado Gabriel Leonardos, do escritório Momsen, Leonardos & Cia. Para o advogado, são as vantagens do negócio que levam uma empresa privada nacional a pagar ao parceiro estrangeiro um valor superior ao seu limite de dedutibilidade fiscal.

Desde 1970, quando foi criada, aos dias atuais, a antiga Diretoria de Contratos, hoje Diretoria de Transferência de Tecnologia do INPI, coleciona um bom número de histórias de interferência nos contratos firmados entre empresas independentes envolvendo a aquisição de tecnologia e a licença de direitos.

Houve, no entanto, um movimento no sentido de restringir o

poder de intervenção do Estado na transferência de tecnologia. Há poucos anos o INPI ainda decidia se o contrato era ou não “oportuno” e “conveniente”. Hoje, é inegável, a ingerência do órgão na relação entre empresas independentes diminuiu significativamente, principalmente em relação às taxas acordadas para a licença de patentes e marcas. “Na grande maioria dos casos, o contrato de licença de PI é averbado de acordo com o valor negociado pelas partes”, garante a coordenadora-geral da diretoria de Contratos de Transferência de Tecnologia do INPI, Lia Medeiros.

Já em relação aos contratos envolvendo tecnologia não patenteada (mais conhecidos como transferência de *know-how*) a situação pouco mudou nos últimos anos. Advogados de multinacionais queixam-se de que não conseguem aprovação dos acordos quando neles está previsto o fim do uso da tecnologia pela empresa nacional ao término do contrato. O motivo: uma tecnologia não patenteada no País não pode ser alugada, mas somente transferida de forma definitiva. “A

legislação brasileira não reconhece direito de Propriedade Industrial para segredo de negócio e não averba contrato de licença para tecnologia que não tem patente”, esclarece Lia Medeiros. Ou seja, após o término do contrato e da cláusula de obrigatoriedade de confidencialidade, a multinacional deve colocar sua tecnologia em domínio público.

Para obter uma licença de tecnologia por tempo limitado a empresa estrangeira deve, obrigatoriamente, pedir a proteção da patente no Brasil. “As empresas selecionam os mercados mais interessantes para depositar patentes”, diz Lia Medeiros. “Aqui, o número de contratos de transferência de tecnologia e de assistência técnica é superior ao número de contratos de exploração de patentes. Segundo ela, as empresas entendem que o *know-how* está no mesmo status da patente e, ao final do contrato, querem que a empresa nacional devolva tudo. “Além disso, o interesse das partes não pode se sobrepor ao interesse público, há tecnologias que são interessantes que continuam sendo usadas aqui”.



LIA MEDEIROS
COORDENADORA GERAL DA DIRETORIA DE CONTRATOS
DE TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA DO INPI

“ A LEGISLAÇÃO BRASILEIRA NÃO RECONHECE DIREITO DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL PARA SEGREDO DE NEGÓCIO ”

O argumento do INPI é o de que é preciso proteger as empresas brasileiras. Mas será esta tutela o melhor caminho ou o tiro pode sair pela culatra? Para o advogado Hélio Fabbri, do escritório Ariboni, Fabbri & Advogados Associados, tal prática pode afugentar investidores estrangeiros. “Esta é uma das facetas do custo Brasil que torna o investimento desinteressante e torna o País foco de suspeitas”, dispara.

Advogados e especialistas ressaltam que o INPI não deve fechar os olhos para a concorrência desleal em contratos de transferência de tecnologia. Nestes casos é preciso haver fiscalização e isso não se discute. Para coibir esta prática desleal, contudo, ressaltam que existem órgãos competentes, como o Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE), a Secretaria de Direito Econômico (SAE) e a Secretaria de Acompanhamento

Econômico (SEAE).


Para Leonardos, limitar a remessa de *royalties* poderá resultar na invalidação do contrato, por desinteresse do licenciante e, como consequência, privar o mercado brasileiro do produto que incorpora a tecnologia mais avançada. A procuradoria do INPI, por sua vez, sustenta que a não-restrição de remessa de *royalties* geraria um impacto nas receitas de empresas brasileiras, reduzindo sua capacidade de investimento em P&D e, consequentemente, tornando o País menos atrativo para investimentos estrangeiros e transferência de tecnologia.

A dificuldade neste debate é a de sempre: interpretações distintas da lei. O INPI argumenta estar cumprindo a Lei de Propriedade Industrial, aprovada pelo Congresso Nacional, enquanto o setor privado questiona a falta de regras claras e escritas para as restrições às

negociações entre empresas independentes. “O INPI não tem base legal para não averbar contratos de transferência de tecnologia”, critica Hélio Fabbri. “É uma arbitrariedade, além de ser uma prática exclusiva do Brasil.”

Mesmo com os alegados obstáculos, o INPI registra todos os anos um alto número de contratos de transferência de tecnologia. Em 2006 deram entrada no órgão 2.722 pedidos e foram averbados 1.559 contratos, sendo que 649 contratos caíram em exigência e 74 foram indeferidos. Dos contratos averbados naquele ano, 929 foram para serviços de assistência técnica, 79 para a transferência de *know-how* e 45 para licenças de patente.

O fato é que para muitas empresas nacionais que têm como premissa básica a inovação, montar laboratórios, centros de pesquisa ou contratar pesquisadores independentes é algo inviável. E a inovação só se torna possível através da aquisição de *know-how* que vem de fora. Somente com assistência técnica e científica, transferência de *know-how* e licença de patentes, as empresas brasileiras desembolsaram, em 2006, US\$ 1.108 milhões.

Os limites de remessas ao exterior por tecnologia foram introduzidos no Brasil a partir do início da década de 60 como forma de mitigar a escassez de divisas, que era crônica. Hoje se justificam? “Naquela época se estabeleceu no INPI um papel paternalista de querer privilegiar o ente nacional no momento de uma contratação para que não ficasse de joelhos perante o detentor da tecnologia”, diz Fabbri. “Mas isso não vale mais. Estamos no século XXI”. 

ANÚNCIO SIMPLES
PricewaterhouseCoopers

PÁG. 17

Carlos Magno



POR UMA NOVA ÉTICA PÚBLICA

SÉRGIO CABRAL

GOVERNADOR DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO



Em meio às notórias dificuldades que o nosso País e o Rio de Janeiro enfrentam, um dado me faz ter a certeza de que estamos a caminho de dias melhores: cristaliza-se cada vez mais em todos os setores da sociedade o consenso de que só atingiremos nosso potencial através de um novo modelo de gestão da máquina pública.

Ninguém mais discute a necessidade de adotarmos parâmetros profissionais de administração, abolindo a improvisação e a manipulação política da agenda de nossos governantes. Essa certeza já é uma conquista do povo brasileiro.

Nossa história recente mostra, justamente, que somente a mobi-

lização popular leva a transformações profundas. Foi essa mobilização que materializou a democracia brasileira, foi essa mobilização que permitiu o fim da inflação, foi essa mobilização que está levando a uma inversão de renda sem precedentes.

Assim, estamos vivendo um momento extremamente rico, no

qual, a partir da força dos cidadãos, a partir das cobranças por novas e eficientes soluções, se forja uma nova maneira de fazer política, conseqüentemente uma nova classe de políticos.

A responsabilidade, transparência e criatividade na aplicação de recursos públicos representam hoje uma nova ética de governo. Acima de partidos e divisões ideológicas, esse conceito se impõe horizontalmente.

Essas são as premissas do eleitor, assumidas, com maior ou menor sinceridade e compromisso, por todos os candidatos, em todas os municípios, de metrópoles a pacatas localidades do interior.

Isso não quer dizer que os grandes desafios estejam superados ou mesmo equacionados, mas é evidência de que as bases sociais estão lançadas e são mais sólidas a cada dia. Esse novo modelo de governo não é uma abstração ou uma utopia, pelo contrário já é uma realidade.

O Rio de Janeiro é um exemplo decisivo.

Após décadas de estagnação econômica e decadência urbana, o Rio começa a viver um período de desenvolvimento estrutural e sustentável.

O Estado caminha a passos largos para se tornar um dos maiores pólos siderúrgicos e petrolíferos do mundo, a indústria civil se fortalece, os investimentos públicos e privados se multiplicam em escala inimaginável há alguns anos atrás. Assim, aumenta o dinamismo da economia, com custos de produção menores, mais empregos e maior poder de compra.

Igualmente importante, o processo de saneamento da máquina pública avançou de maneira avassaladora. O atual governo diminuiu em aproximadamente 40% o custeio da administração, abrindo espaço para a aplicação de recursos em setores essenciais como transporte, saúde, educação e segurança pública.

Isso significa a construção de novas escolas, a modernização e qualificação da polícia, a multiplicação das UPA's, que estão revolucionando o atendimento e desafiando a rede hospitalar, a ampliação do metrô e o enfrentamento dos gargalos da malha rodoviária.

E a Cedae, por exemplo, que era praticamente uma massa falida e sem capacidade operacional, foi reestruturada e tem hoje capacidade de dar resposta rápida e eficiente às demandas da população. A companhia retomou e definiu metas claras para o projeto de despoluição da Baía de Guanabara, um dos mais graves passivos ambientais do Estado.

Avanços que só foram possíveis porque toda a equipe que compõe o atual governo foi escolhida com base em uma análise das dificuldades de cada área e dos objetivos a serem atingidos. Todas as nomeações tiveram caráter eminentemente técnico, sem concessões a interesses menores, sem preocupação em ferir suscetibilidades pessoais.

Pela primeira vez desde a redemocratização, existe um planejamento de longo prazo para o Rio de Janeiro, uma visão de futuro – que se constitui de um entendimento plural sobre a função do governo.

Se a capacidade de realização do poder público é imprescindível, é também inegável o papel fundamental exercido pela iniciativa privada. O Estado do século XXI não é, não pode ser, um elefante branco, não pode ser um megalomaniaco e autoritário centralizador de idéias e decisões.

Motor do Estado

O Estado do século XXI é um parceiro de todos, empresas, indivíduos, grupos organizados. Sua função essencial é também de fomentar e apoiar projetos, de modo a que floresçam organicamente e de forma perene, sem os frágeis artificialismos responsáveis, na verdade, por grande parte das mazelas brasileiras.

Impelidos por um movimento popular poderoso, conquanto nem sempre reconhecido, nossos governantes começam finalmente a entender que a sociedade é o motor do Estado. Esse entendimento é um valor decisivo, é um acervo de conhecimento coletivo que impulsionará o Brasil a se constituir como potência de influência mundial.

Nos tempos da globalização, em que a informação é o bem mais valioso, a conceituação de uma ética de administração pública tem um impacto definitivo. Através dela vai se restaurar, paulatinamente, a confiança na política como mecanismo de renovação. Através dela surgem inúmeras e inéditas oportunidades de pactuação entre Estado e cidadão, sementes de uma cidadania ativa.

A boa gestão, nesse contexto, é a nova ética pública. ■■

E-BAY SOFRE DERROTAS MILIONÁRIAS



A Corte Comercial de Paris exarou, no dia 30 de junho de 2008, decisões condenando a sociedade E-Bay a indenizar a Parfums Dior, Kenzo Parfums, Parfums Givenchy, Guerlain SA, Christian Dior Couture e Louis Vuitton Malletier (empresas do grupo LVMH) por ter leiloado, pela internet, produtos falsos. O valor total da indenização é de 40 milhões de euros.

A E-Bay invocou, em sua defesa, o teor da Diretiva Européia 2000-31/EC, que trata da responsabilidade de empresas que simplesmente hospedam sites. Mas os magistrados franceses consideraram o E-Bay intermediário e, por isso, responsável. O E-bay exerceria, ainda, um papel ativo quanto à informação disponibilizada em seu site e teria ganho comissões.

Trata-se da segunda significativa derrota da sociedade E-Bay na França. Também em junho último, o Tribunal de Grande Instance de Troyes considerou a E-Bay responsável por ter leiloado bolsas Hermès falsas. O valor da indenização: 20 milhões de euros.

Trata-se da segunda significativa derrota da sociedade E-Bay na França. Também em junho último, o Tribunal de Grande Instance de Troyes considerou a E-Bay responsável por ter leiloado bolsas Hermès falsas. O valor da indenização: 20 milhões de euros.

MADE IN CHINA

Apesar de o governo chinês ter declarado que, em 2007, atuou em mais 224 mil casos de combate à pirataria e apreendeu mais de 30 mil produtos falsos com marcas e símbolos olímpicos, imagens geradas por uma rede de tevê japonesa, disponibilizadas na internet, demonstram que a pirataria olímpica é facilmente encontrada nas ruas de Pequim.



JÁ NA BÉLGICA...

A Corte Comercial de Bruxelas decidiu, em julho passado, contrariando os precedentes franceses, que a sociedade E-Bay não poderia ser responsabilizada pela venda de produtos falsos com a marca L'Oreal, reconhecendo que a E-Bay não estaria obrigada a monitorar ou a fazer juízo acerca do conteúdo do que é anunciado à venda em seu site de leilão.

DANO MORAL A DESCOBERTO

A 14ª Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro julgou, por unanimidade, procedente recurso interposto pela Editora Abril e reformou sentença que havia condenado a editora a indenizar, por dano moral, Débora Mandarino Najhar, autora da ação respectiva, dado que uma fotografia sua trajando biquíni, na praia, foi publicada, sem autorização, na revista Playboy, assim legendada: "Música para os olhos (e o tato)".

Segundo a relatora do acórdão, Desembargadora Helena Gaede, "o fato de a autora estar trajada de biquíni que deixou a descoberto as suas nádegas não merece qualquer forma de desvalorização, eis que o seu modo de vestir integra a sua personalidade, presumindo-se que a faça sentir bem. (...) O sentido das palavras [as da legenda], ainda que possam ser consideradas de mau gosto, foi o de elogiar o físico da autora. (...) Assim sendo, o conteúdo nada tem de ofensivo".

FOFOCA E INTERESSE PÚBLICO

A OPINIÃO DO DR. HONORIS CAUSA

As fofocas acerca da vida alheia ocupam cada vez mais espaço no noticiário. Caso é para perguntarmos se o publicar fofocas serve verdadeiramente ao interesse público. O direito à imagem é uma garantia constitucional. A utilização da imagem alheia depende da autorização do retratado. Essa regra pode ser excepcionada se e quando o direito à imagem encontrar seu limite extrínseco no interesse público pela divulgação da imagem de uma pessoa pública. Mas para que o interesse público prepondera sobre o direito privado à imagem há de se verificar a real utilidade da divulgação. O jurista Gil-

berto Haddad Jabur ensina que “a informação deve corresponder a interesses superiores, distantes da curiosidade pura, do desejo de conhecer o que é dos outros, sem



conteúdo ou serventia socialmente justificáveis. Publicar que fulano, ator conhecido, foi passar uma semana em retiro de dieta alimentar não apresenta conteúdo útil. Veicular que beltrana terminou seu affaire com sicrano também não traduz a utilidade que da informação se espera. Chancelar a utilidade social da notícia numa e noutra hipótese é consagrar a devassa da privacidade de cada um dos protagonistas”. A publicação de fofocas, sobretudo as ilustradas por fotografias desautorizadas, é sempre condenável e como dizia aquela veneranda tia, que, aliás, não tive, mas muito tiveram: “Não fica bem.”

FE Membros da MARQUES, associação de europeus proprietários de marcas, reunir-se-ão em Noordwijk, na Holanda, de 16 a 19 de setembro próximo. No dia 18 o brasileiro José Graça Aranha, diretor da OMPI, proferirá palestra sobre o tema “Protocolo de Madri”. Vide www.marques.org.

FE A INTA organizará um debate no Rio de Janeiro, no dia 17 de setembro de 2008, acerca do tema “Marcas não convencionais: por que não protegê-las no Brasil?” Informações www.inta.org.

FE A Repartição de Marcas e Patentes da República de Montenegro iniciou suas operações no dia 28 de maio de 2008.

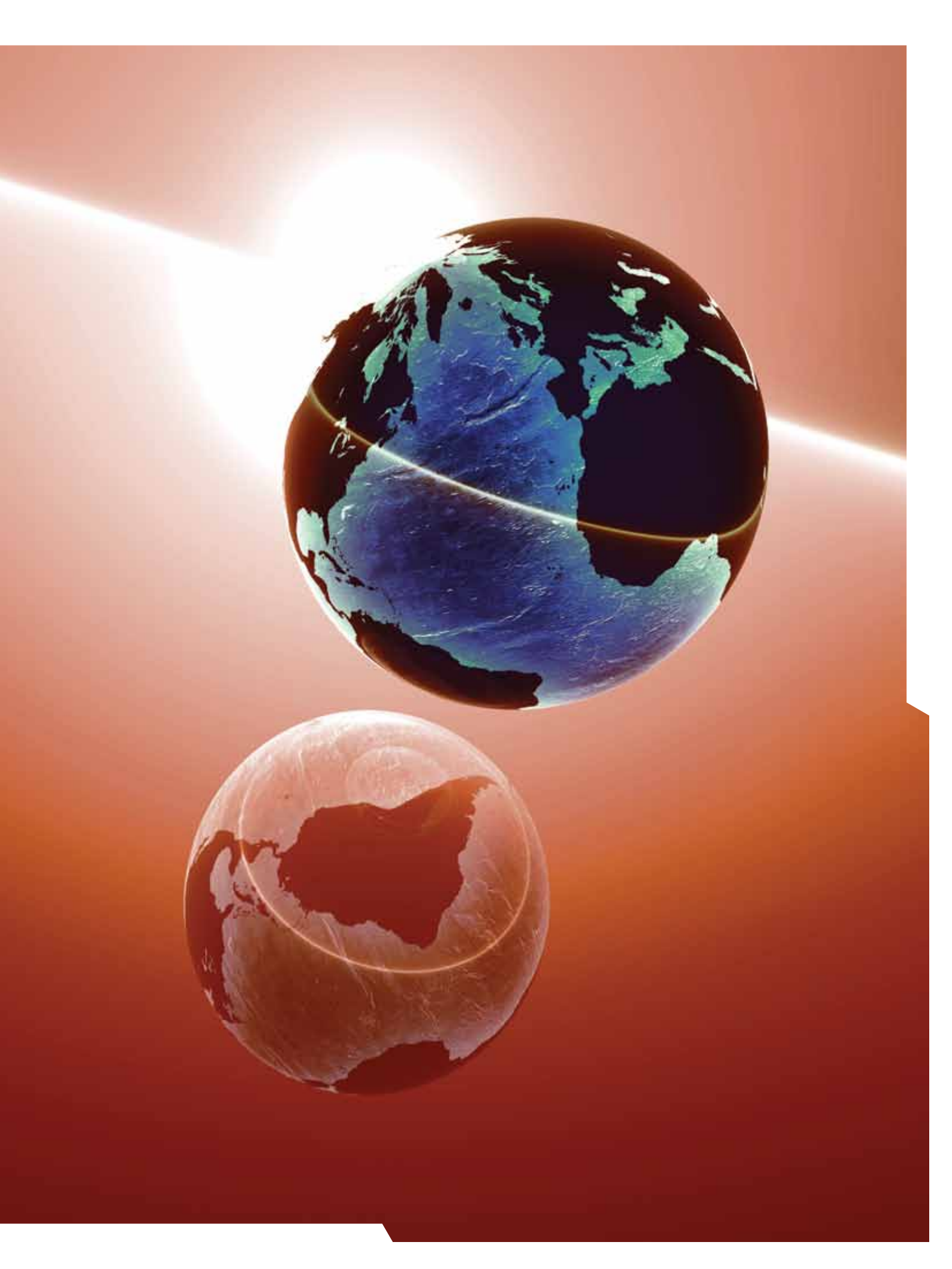
O PÉRIPLO DE MR. DUDAS

Em um só dia, durante sua recente visita ao Brasil, o diretor do USPTO, John Dudas, reuniu-se com integrantes do Comitê de Propriedade Intelectual da Câmara de Comércio Americana, visitou o INPI e esteve com membros da ABPI. Mr. Dudas divulgou dados de uma pesquisa realizada com produtoras norte-americanas de fármacos: 2/3 das empresas entrevistadas disseram que não seguiriam desenvolvendo medicamentos caso lhes viesse a ser negada a possibilidade de patentear inventos.

A HORA É A VEZ DO BILATERALISMO

POR CECI ALMEIDA

COM O FRACASSO DE DOHA, O BILATERALISMO É A NOVA TÔNICA DO COMÉRCIO MUNDIAL, INCLUSIVE PARA AS QUESTÕES DE PROPRIEDADE INTELECTUAL. O QUE NÃO CHEGA A SER ANIMADOR É QUE, EM PELO MENOS UM DOS TEMAS DESTA PAUTA — O PATENTEAMENTO DE RECURSOS PROVENIENTES DA BIODIVERSIDADE — O BRASIL ESTARÁ OUTRA VEZ AO LADO DA ÍNDIA.



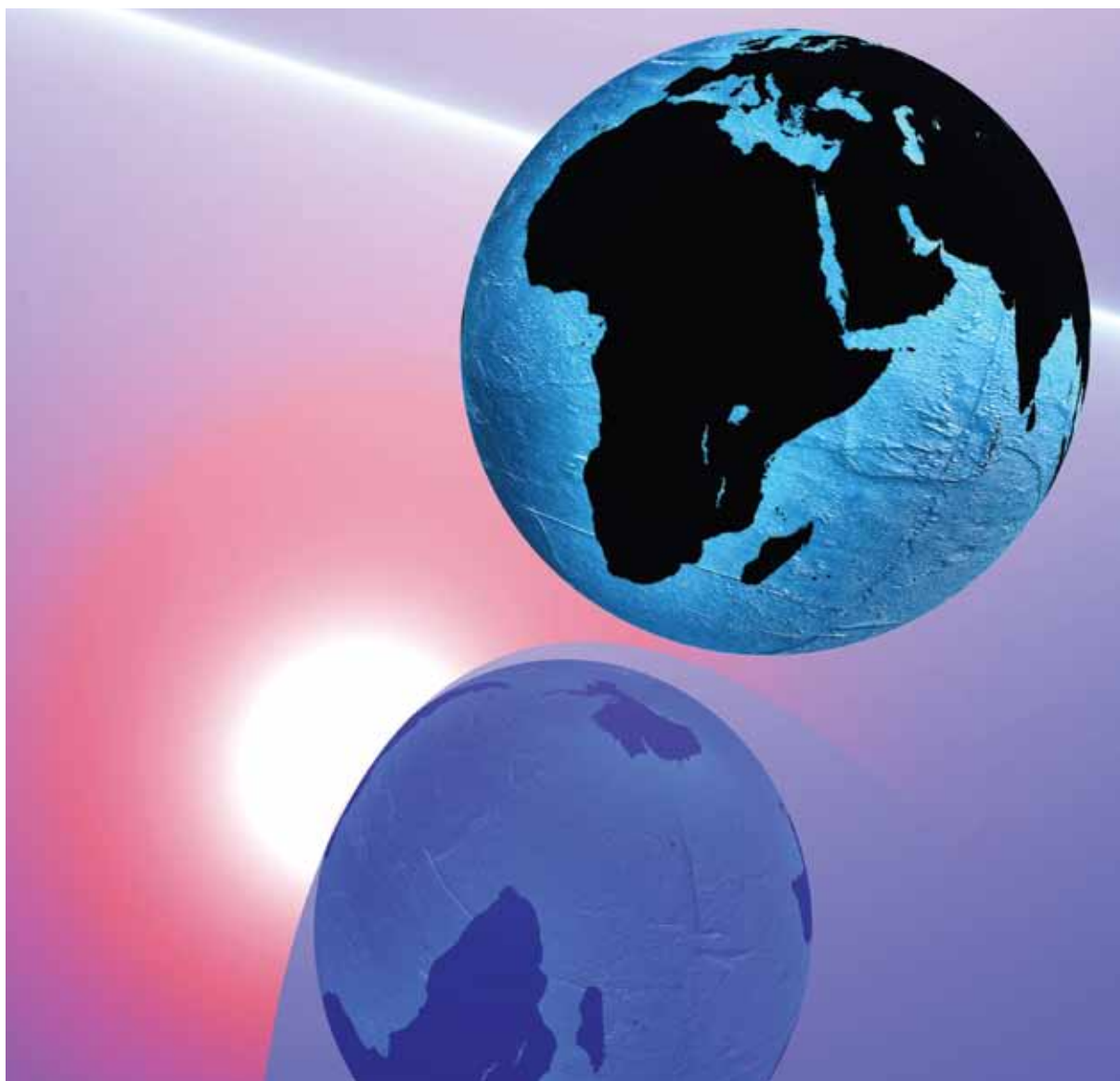
Há uma fatura a ser paga pelos países por conta do fracasso da Rodada de Doha, encerrada no dia 29 de julho na sede da Organização Mundial do Comércio (OMC), em Genebra, mas ninguém sabe o valor. É sabido que, com o colapso do acordo para a liberalização do comércio mundial, os temas em negociações no fórum – inclusive aqueles que vão além das tarifas de comércio de mercadorias e invadem áreas di-

versas, como a propriedade intelectual – vão, definitivamente, migrar para os *fronts* bilateral e regional. De um lado estarão os Estados Unidos e a Europa; de outro, o Brasil e seus eventuais aliados, como a Índia.

Reunidos no Rio de Janeiro, no final de julho, durante evento que discutiu a cooperação entre o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) e o United States Patent and Trademark Or-

ganization (USPTO) – o escritório americano de propriedade industrial –, os dirigentes dos órgãos de registro de marcas e de patentes do Brasil e dos EUA, Jorge Ávila e John Dudas, desviaram o tema da reunião para desabafar preocupações sobre o futuro da Propriedade Intelectual, sobretudo nos aspectos que envolvem negociações comerciais entre os dois países.

Até que ponto a paralisação de negociações a favor da derrubada



das barreiras comerciais pode interferir nos planos de investimentos das empresas? Para o dirigente do USPTO, a direção dos ventos que sopram da OMC não vai alterar o rumo de acordos envolvendo a Propriedade Intelectual. “Há uma variedade de aspectos inerentes a este tema, mas a política não é o mais importante se há boa relação entre os escritórios de marcas e patentes”, afirmou Dudas, prevenindo bem-sucedidos acordos de cooperação técnica com o INPI.

Feitas as contas, o imbróglio envolvendo Doha, de fato, não parece ter alterado significativamente o cenário da Propriedade Intelectual – pelo menos até agora. Os dois temas da área que estavam na agenda da OMC, é bom ressaltar, jamais chegaram a ser tratados em Genebra e espera-se que sigam, em futuro não tão distante, como pauta de discussões de acordos bilaterais.

O primeiro refere-se à extensão do registro de indicações geográficas para além dos vinhos e destilados e tem como defensores países da União Européia com longa tradição no uso do registro. O segundo tema é bem mais polêmico e não está limitado à derrubada de barreiras comerciais. Ele prevê o patenteamento de recursos provenientes da biodiversidade, além da identificação da origem do material genético e posterior repartição de benefícios com a comunidade detentora do conhecimento tradicional.

O Brasil, um dos principais detentores da biodiversidade do planeta continuará no palco – ao lado da Índia – como protagonis-



SANDRA LEIS
ADVOGADA DO ESCRITÓRIO DANEMANN, SIEMSEN ADVOGADOS

“ O BRASIL NÃO QUER DISCUTIR EM FOROS BILATERAIS, SÓ NA OMC. SÓ QUE O BILATERALISMO, AGORA, É UMA TENDÊNCIA E O PAÍS PRECISA SER MAIS FLEXÍVEL ”

ta da proposta, exigindo regras rígidas para o patenteamento dos recursos genéticos aos países detentores de tecnologia. As discussões prometem ser duras – e até em clima de animosidade – com os EUA e países da União Européia. “O problema é que o Brasil não quer discutir em foros bilaterais, só na OMC”, critica a advogada Sandra Leis, do escritório Danemann, Siemsen Advogados. “Só que o bilateralismo, agora, mais do que nunca, é uma tendência e o País precisa ser mais flexível”.

Há uma razão determinante para a diplomacia brasileira eleger o multilateralismo como o modelo ideal para a discussão deste tema,

explica a professora de Direito Internacional da USP, Maristela Basso. É a possibilidade de países em desenvolvimento, juntos, estruturarem equipes de negociação qualificadas e fortes para tratar dos acordos. “Os países ricos não têm interesse em discutir na OMC, uma vez que não conseguem aumento da proteção em foros multilaterais”, diz Maristela. “Já em acordos bilaterais conseguem incluir enormes capítulos de Propriedade Intelectual, os chamados *Trips-Plus*”. Segundo ela, os Estados Unidos, por exemplo, colecionam dezenas de acordos bilaterais com *Trips-Plus*, como o CAFTA (o *acordo de Livre Comércio da Amé-*

rica Central e República Dominicana com os EUA). “Foi o pior de todos”, critica.

O secretário da Divisão de Propriedade Intelectual do Itamaraty, Rodrigo Araújo, lembra ainda que a estratégia do Brasil nas negociações internacionais envolvendo a Propriedade Intelectual é privilegiar o desenvolvimento nacional. “A agenda do desenvolvimento, que é um conjunto de princípios, é uma bandeira do Brasil. E é também o objetivo da Propriedade Intelectual”, ressalta.

Retaliação Cruzada

Muito tem se especulado sobre qual será a conduta do Brasil da-

qui para frente. Ocorre que o impacto das negociações envolvendo a Propriedade Intelectual será menor ou maior, dependendo do segmento e origem da empresa. Entre as empresas internacionais, principalmente norte-americanas, há uma preocupação sobre até que ponto o fracasso das negociações para a liberalização do comércio mundial não dará ao governo brasileiro fôlego para retomar com mais força a proposta de retaliação cruzada sobre Propriedade Intelectual – um tanto adormecida durante a rodada de Doha – no caso do algodão com os EUA?

Em 15 de julho de 2006, o governo brasileiro protocolou na

OMC um pedido de retaliação na forma de quebra de patentes e de exclusão de empresas americanas de acordos internacionais. Na ocasião, o Brasil apenas se reservou o direito de aplicar a retaliação, caso o governo dos Estados Unidos não cumprisse a promessa de eliminar os subsídios do algodão. O que na época foi mera formalidade tornou-se, nos dias atuais, uma realidade muito mais próxima.

Desde o ano passado o governo brasileiro começou a preparar os instrumentos legais para, se necessário, suspender temporariamente patentes, marcas ou o pagamento de *royalties* a empresas americanas. Agora, o projeto de lei da retaliação cruzada, originalmente apresentado pelo deputado Fernando Gabeira (PV/RJ) e hoje conduzido pelo deputado Paulo Teixeira, (PT/SP), tramita a passos largos no Congresso Nacional. Até o fechamento desta edição encontrava-se na Comissão de Justiça da Câmara de Deputados.

A análise de especialistas é a de que se o Brasil tivesse obtido vantagens significativas dos EUA na negociação de Doha a decisão de retaliar poderia ter sido abafada. Com o colapso da Rodada, a proposta ganhou musculatura. Se optar por retaliar os EUA no campo da Propriedade Intelectual e for autorizado pela OMC a ir em frente com a retaliação cruzada, o Brasil poderá suspender direitos de patentes ou *royalties* de produtores americanos no mesmo valor do prejuízo sofrido com o algodão. Os produtos mais visados são os remédios ou da indústria cultural e de entretenimento

“ OS PAÍSES RICOS NÃO TÊM INTERESSE EM DISCUTIR NA OMC, UMA VEZ QUE NÃO CONSEGUEM AUMENTO DA PROTEÇÃO EM FOROS MULTILATERAIS ”



MARISTELA BASSO
PROFESSORA DE DIREITO INTERNACIONAL DA USP



DESDE O ANO PASSADO O GOVERNO BRASILEIRO COMEÇOU A PREPARAR OS INSTRUMENTOS LEGAIS PARA, SE NECESSÁRIO, SUSPENDER TEMPORARIAMENTE PATENTES OU O PAGAMENTO DE *ROYALTIES* A EMPRESAS AMERICANAS

O curioso é que a idéia de retaliação cruzada partiu dos EUA, durante a discussão sobre o mecanismo de solução de disputas na OMC na década de 80, sob o argumento de que ao vencer uma hipotética disputa sobre o comércio de serviços contra países em desenvolvimento, como o Brasil, os EUA poderiam fazer retaliação onde fossem mais eficazes. O Brasil, no início crítico severo dessa regulação, tornou-se um dos grandes entusiastas da medida. Atualmente os diplomatas brasileiros acreditam que causar danos aos detentores de direitos de Propriedade Intelectual é a arma mais eficaz para pressionar o governo dos EUA a cumprir as normas da OMC. Para o presidente do INPI, Jorge Ávila, há hoje uma compreensão mais aprofundada na agenda internacional sobre a importância da Propriedade Intelectual. “Há um claro entendimento de que a

Propriedade Intelectual pode se comportar como uma barreira ao comércio”, diz.

A retaliação cruzada em Propriedade Intelectual é música para os ouvidos da professora Maristela Basso, para quem a medida é uma excelente alternativa para o País e faz parte da normalidade do jogo. “O Equador obteve êxito quando utilizou este mecanismo num contencioso envolvendo exportação de bananas”, lembra. “O Brasil irá se fortalecer na área de Propriedade Intelectual com a retaliação.”

Não é o que pensa o advogado Peter Simsen, sócio do escritório Danneman Simsen Advogados. Para ele, as questões de Propriedade Intelectual não podem ser usadas como instrumento de retaliação. O advogado prevê uma reação agressiva dos EUA caso o Brasil decida retaliar sobre propriedade intelectual “A retaliação cruzada poderia impactar na ex-

portação de produtos nacionais e prejudicar as empresas brasileiras”, avalia. Uma corrida de detentores de direitos de Propriedade Intelectual à Justiça como efeito imediato da retaliação cruzada em PI, também está na perspectiva da professora da USP, Maristela Basso. “O Brasil não deve temer um contencioso, a retaliação é a melhor alternativa.”

Não será simples colocar a retaliação em prática, contudo. Embora o que o Brasil está pedindo seja algo previsto na OMC, no órgão de solução de controvérsias a ordem é evitar a retaliação cruzada ao máximo. “Só em último caso se permite a retaliação cruzada e esta deve ser, preferencialmente, dentro do mesmo setor ou do mesmo acordo”, lembra a advogada Sandra Leis. Por enquanto, neste quadro de incertezas predominante, a tática é não fazer marola. É hora de aguardar os acontecimentos. **FE**

UM FIO CONDUTOR PARA AS BOAS POLÍTICAS PÚBLICAS

MARCÍLIO MARQUES MOREIRA

PRESIDENTE DO CONSELHO CONSULTIVO DO INSTITUTO BRASILEIRO DE ÉTICA CONCORRENCIAL (ETCO)



As políticas públicas encontram muitas vezes, no Brasil, poderosas barreiras que inibem sua eficácia, com sérias implicações éticas. Entre elas, ressalta verdadeira praga de nossa vida política, a captura de interesses especiais, insensíveis ao objetivo primeiro de qualquer política pública – a busca do bem comum. Esse grave des-

vio de conduta é capaz de gerar conseqüências tão ou mais nefastas do que os episódios de corrupção que têm atraído maior atenção.

Esses interesses especiais podem ser de diversa natureza: econômicos, corporativos, regionais, ideológicos, políticos (com “p” pequeno), partidários, patronais, sin-

dicais. Muitos deles já vêm sendo objeto de estudo há tempos, como a dimensão do patrimonialismo, fenômeno que Raymundo Faoro, valendo-se de categoria desenvolvida por Max Weber, utilizou para caracterizar a radiografia que fez da história e da realidade brasileira, partindo de suas raízes ibéricas, em Os Donos do Po-

der, de 1958.

Os detentores de interesses especiais, além de capturar as políticas públicas em benefício próprio, constituem empecilhos sorrateiros ao processo, em que já estamos atrasados, de reformas institucionais e modernizadoras. Costumam ser minorias que, pelo seu alto poder vocal e fácil organização em torno de privilégios espúrios, travestidos muitas vezes em “direitos adquiridos”, são capazes de bloquear a adoção de políticas públicas que beneficiariam, no longo prazo e de maneira difusa, maiorias carentes, de difícil mobilização e baixo potencial de vocalização. É o caso da população infantil e gerações futuras, que, sem voz nem poder, acabam desprivilegiadas pela inexistência ou fraqueza de seus defensores e pelo menosprezo usual aos ditames da justiça intergeracional.

Igualmente nefasta é a tentativa de promover descontinuidade nas políticas públicas. Estas passam a subordinar-se aos objetivos dos governantes de ocasião, de caráter oportunista, em vez de serem concebidas para servir aos objetivos e interesses permanentes do Estado e da sociedade civil, isto é, à consecução do bem comum. E acabam respondendo a desafios urgentes, em detrimento dos mais importantes e de longo prazo.

A descontinuidade solapa a possibilidade de qualquer política pública atingir os objetivos a que se propõe. Mesmo as bem articuladas, se não gozam de tempo necessário para produzir os frutos colimados, estão condenadas ao fracasso e nem sequer po-

derão servir de inspiração a iniciativas futuras, pois será impossível avaliar se o seu insucesso deve-se à solução de continuidade ou a equívocos inerentes à sua concepção.

Antídoto eficaz contra esse nefasto curto-prazismo seria a consolidação das agências reguladoras, mais comprometidas com a correta observância de políticas de Estado, do que com os humores cambiantes dos governos de plantão. Tal fortalecimento traria um benefício adicional: como interface natural entre Estado e iniciativa privada, cabe às agências evitar ou arbitrar conflitos de interesse que costumam exacerbar-se na interação entre o setor público e o privado.

Infelizmente o que se tem visto nos últimos tempos é o aparelhamento dessas agências, sem a preocupação de provê-las de recursos humanos e financeiros capazes de assegurar-lhes o funcionamento independente, impessoal, transparente e eficaz, na forma do que aliás exige, de toda a administração pública, o artigo 37 da Constituição.

Em contraste com a desejada política de longo prazo, a tentativa do governante ou do administrador de anunciar o seu pacote, o seu plano – ou sua pajelança, parece irresistível. A inclinação é tão forte que testemunhamos o atual governo dar continuidade ao arca-

bouço de política macroeconômica introduzido por administrações anteriores, e até mesmo aprofundá-lo – o que é louvável e trouxe excelentes resultados – ao mesmo tempo em que se gaba de ter inovado, como nunca antes neste País, e que sataniza a suposta “herança maldita”, que lhe teria sido legada.

Projetos-piloto

Um terceiro desafio a superar para assegurar eficácia a nossas políticas públicas se prende a uma realidade acoplada às artimanhas analisadas acima. Temos sido capazes de conceber políticas públicas com acerto e até com louvável “engenho e arte” mas nossa performance, em termos de execução tem sido sofrível e, em termos de avaliação, decepcionante.

A boa implementação de políticas públicas é essencial à sua eficácia. Para assegurá-la, a sua correta e tempestiva avaliação é fator indispensável. Só, assim, a experiência de acertos e erros poderá ser aproveitada na concepção de novos programas e na redireção de políticas públicas em andamento.

Toda política pública não suficientemente testada, seja no campo econômico, social, cultural ou político, tem traços que a assemelham aos que Albert Hirshman distinguiu, sem criticá-los, em projetos-piloto: a concepção desses pro-

A DESCONTINUIDADE SOLAPA A POSSIBILIDADE DE QUALQUER POLÍTICA PÚBLICA ATINGIR OS OBJETIVOS A QUE SE PROPÕE

jetos, inclusive quanto ao foco, aos alvos e às metas a atingir, não oferece total clareza. Em conseqüência, eles exigem correções graduativas no curso de sua execução, o que não significa nenhum desdouro, ao contrário pode revelar louvável qualidade de auto-correção.

Ocorre que o rumo, a intensidade, a forma dessas correções dependem de contínua avaliação do respectivo desempenho e de uma alta capacidade de *feedback* entre acertos e erros, de um lado, e ações corretivas, de outro. E dependem, também, de que, desde o início, se tenha, como definiu Hauriou há mais de um século, uma consistente “idéia da obra a realizar”.

O processo de *feedback* exige capacidade de observação objetiva, afim de captar informações sobre as evidências fáticas – “*la verità effettuale della cosa*”, diria Marquavel –, e de interpretá-las corretamente, transformando-as tempestivamente em conhecimento

útil que “informará” a manutenção de rumos ou sua redireção.

A experiência ensina, entretanto, que, tendemos, no Brasil, a ficar prisioneiros de mitos do passado (os da década de 50 e 60 estão de novo em voga pelo atual ressurgimento do pensamento neo-populista ou, eufemisticamente, estrutural-desenvolvimentista). Tornamo-nos, assim, opacos aos desafios do presente e, ainda mais, insensíveis às armadilhas e às oportunidades do futuro.

A duras penas, aprendemos a administrar crises (como os decorrentes da dívida externa e da inflação resiliente), mas não temos sido capazes de desaprender mitos anquilosados.

Em conseqüência, não temos sido capazes de aproveitar oportunidades, como a que nos foi oferecida pelo mundo globalizado durante cinco anos – 2003 a 2007 –, quando fomos bafejados pelas benesses de *boom* inédito: crescimen-

to generalizado, matérias-primas em alta e liquidez abundante.

Encontramo-nos, hoje, no momento em que os ventos parecem estar mudando de direção, em encruzilhada crítica entre a perseverança, grande virtude Paulina (Rom. 5, 3-5), que nos recomenda assegurar continuidade às reformas institucionais, à consolidação do marco regulatório microeconômico e das agências que o garantam.

Contexto global menos favorável vem reforçar a urgência de retomar o processo de adoção de medidas modernizadoras que já tardam e de evitar a volta a concepções e métodos ultrapassados. Estes, apesar de já se terem demonstrado ineficazes aqui e mundo afora, parecem ainda capazes de iludir corações e mentes, ao prometerem trilhas inéditas, satisfação imediata e popularidade a baixo custo. Embora possam parecer sedutoras são, nas palavras percucientes de San Tiago Dantas, “deslealdades à história”, condenadas como tal à efemeridade.

O Brasil precisa caminhar rumo à modernidade, com justiça social e responsabilidade ecológica, e fazê-lo com conhecimento de causa e firmeza de propósitos, olhando para o alto e para longe, sem perder o pé na realidade. Com determinação perseverante, há que procurar coincidir ideal e pragmatismo, imaginação e acuidade técnica, eficiência e ética. São pressupostos indispensáveis à adoção, manutenção e, sempre que necessário, redireção das políticas públicas, que venham inspirar confiança e trazer benefícios efetivos e duradouros a todos os brasileiros, aos desta geração e às do futuro. ■■



ADMINISTRAMOS CRISES, MAS NÃO TEMOS SIDO
CAPAZES DE DESAPRENDER MITOS ANQUILOSADOS

PROJETOS EM COMPASSO DE ESPERA

MÉTODOS DIVERGENTES

A Comissão de Seguridade Social e Família realizou no último dia 21 de agosto audiência pública para discutir o Projeto de Lei 2511/07, do deputado Fernando Coruja (PPS-SC), que proíbe o patenteamento da indicação terapêutica de produtos e processos farmacêuticos.

Em audiência pública na Comissão de Seguridade Social e Família sobre o Projeto, tornou-se evidente a divergência entre a Anvisa, ligada ao Ministério da Saúde, e o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), vinculado ao Ministério do Desenvolvimento, favorável à concessão.

Com a proposta, que altera o artigo 18 da Lei 9.279/96, que regula os direitos e obrigações relativos à Proprieda-

de Industrial, mais conhecida como Lei de Patentes, Coruja espera que seja ampliado o acesso da população a medicamentos genéricos com preços reduzidos. Segundo o autor, embora o texto da lei anuncie que não são patenteáveis “técnicas e métodos operatórios ou cirúrgicos, bem como métodos terapêuticos ou de diagnóstico”, a falta de uma definição clara do que são “métodos terapêuticos” tem levado à concessão de patentes para a indicação de medicamentos. Sujeito a análise em caráter conclusivo, o projeto será analisado ainda pelas comissões de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio; e de Constituição e Justiça e de Cidadania.

CIBERCRIMES

O Senado aprovou, no dia 9 de julho, projeto do senador Eduardo Azeredo (PSDB-MG) que propõe novas formas de enquadramento para os crimes cibernéticos. Ao todo são 13 novos crimes, além de recrudescimento da pena de outros já existentes. O projeto retorna à Câmara por ter sofrido alterações no Senado. Uma petição contra o projeto, elaborada por professores universitários conta com 64,4 mil assinaturas.

O ponto mais polêmico do projeto está no artigo 285-B,

que criminaliza a ação de “obter ou transferir, sem autorização ou em desconformidade com autorização do legítimo titular da rede de computadores, dispositivo de comunicação ou sistema informatizado, protegidos por expressão restrição de acesso, dado ou informação neles disponível.” A pena para esse crime seria de reclusão de um a três anos, além de multa. Para os críticos, o texto causa múltiplas interpretações, podendo criminalizar ações corriqueiras realizadas na web.

DIREITO DE RETALIAÇÃO

A Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio aprovou em 06 de agosto último o Projeto de Lei 1893/07, que cria condições legais para o Brasil retaliar o país que descumprir obrigações do Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio (Trips/OMC). A proposta, do deputado Paulo Teixeira (PT-SP), tem como objetivo acelerar a implementação das decisões do Órgão de Solução de Controvérsias da Organização Mundial do Comércio (OMC) que tenham sido favoráveis ao Brasil. Os direitos de Propriedade Intelectual são relativos à proteção jurídica das obras de au-

toria, direitos de artistas e intérpretes, produtores de fonogramas e organismos de radiodifusão; marcas; indicações geográficas; patentes e modelos de utilidade; desenhos industriais; programas de computador; informações confidenciais; produtos agrícolas; topografias de circuitos integrados; e outros itens estabelecidos pela legislação brasileira.

O projeto tramita em caráter conclusivo e seguirá para a Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania. A proposta já foi aprovada pela Comissão de Agricultura, Pecuária, Abastecimento e Desenvolvimento Rural.



AUMENTA O CERCO AOS PIRATAS

POR ANDREA FERREIRA

O INCREMENTO DE AÇÕES DE COMBATE À PIRATARIA TROUXE AO BRASIL RECONHECIMENTO INTERNACIONAL. O PAÍS PASSOU A FAZER PARTE DO SISTEMA GERAL DE PREFERÊNCIAS (SGP), QUE FACILITA A EXPORTAÇÃO DE PRODUTOS BRASILEIROS PARA OS ESTADOS UNIDOS, E DEIXOU DE CONSTAR NA *PRIORITY WATCH LIST*, UMA ESPÉCIE DE LISTA NEGRA DE PAÍSES QUE NÃO COMBATEM A PIRATARIA.

Nem tráfico de drogas, nem terrorismo. O crime do século XXI, segundo a Interpol, é a pirataria. Delito mais lucrativo do mundo, ela movimentou anualmente US\$ 522 bilhões, contra US\$ 300 do tráfico de drogas. As consequências são drásticas: segundo dados da UNAFISCO (Sindicato Nacional dos Auditores Fiscais da Receita Federal), o País deixa de arrecadar R\$ 30 bilhões por ano em consequência da evasão fiscal associada aos produtos piratas e cerca de dois milhões de empregos deixam de ser gerados por causa da redução de investimentos de empresas legalmente estabelecidas, que tentam sobreviver em um mercado de concorrência desleal.

Os números assustam e o quadro ainda é muito feio. Mas já teve dias piores. Uma política forte de combate à falsificação e ao comércio paralelo feita pelo Ministério da Justiça vem surtindo efeito nos últimos anos e já conseguiu uma redução significativa nos prejuízos. No âmbito federal, em 2007, o volume de apreensões ultrapassou a barreira de R\$ 1 bilhão, quando em 2003, esse número foi pouco superior a R\$ 400 milhões.

O ponto de partida foi a criação do Conselho Nacional de Combate à Pirataria e Delitos Contra a Propriedade Intelectual (CNCP), em 2004, e a elaboração, em fevereiro de 2005, do Plano Nacional de Combate à Pirataria, um conjunto de 99 ações que tinham como objetivo atender as reivindicações dos setores público e privado.

Combater a pirataria em um país em que levar vantagem é a

palavra de ordem não é tarefa fácil e exigiu planejamento bem estruturado. De acordo com o secretário executivo do CNCP, André Barcellos, a saída foi fechar o cerco por todos os lados, atuando em três vertentes: a repressiva, a educativa e a econômica. A repressiva são as operações de apreensão dos produtos e fiscalização das fronteiras; a educativa trata da conscientização da população para o mal que esse consumo representa para o País, e a econômica procura soluções para que o preço mais barato dos produtos piratas não sejam tão sedutores para os consumidores, crian-

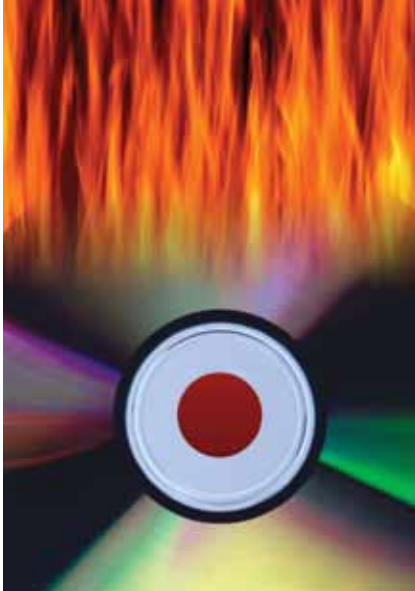
do linhas com preços mais acessíveis. “Entre os anos de 2005 e 2007 houve um total envolvimento de órgãos federais, fazendo com que a Receita Federal, a Polícia Federal e a Polícia Rodoviária quebrassem todos os recordes de apreensões de produtos falsos, de prisões e de instauração de inquéritos e processos contra falsificadores”, diz Barcellos. “Em 2007, foram presas 766 pessoas contra 502 em 2006, registrando, ainda 8.698 inquéritos instaurados em 2007 contra 6.930 em 2006”.

O método de trabalho trouxe resultados e reconhecimento internacional. Tanto que o Brasil

“ A SONEGAÇÃO EMBUTE TODO O DESEQUILÍBRIO CONCORRENCIAL, COMO O CONTRABANDO, A PIRATARIA E A FALSIFICAÇÃO, QUE NO FUNDO EXISTEM PARA EVITAR O IMPOSTO ”



ANDRÉ BARCELLOS
SECRETÁRIO EXECUTIVO DO CNCP



A SUCESSÃO DE RECORDES DE APREENSÕES REGISTRADAS SE DEVE À INTENSIFICAÇÃO DAS AÇÕES NAS ZONAS PRIMÁRIAS, COMO PORTOS, AEROPORTOS, RECINTOS ALFANDEGÁRIOS E FRONTEIRAS TERRESTRES

passou a fazer parte do Sistema Geral de Preferências (SGP), que abre as portas dos Estados Unidos à importação facilitada de produtos brasileiros e deixou de constar da *priority watch list*, uma espécie de lista negra de países que não combatem a pirataria. Outro reconhecimento foi o prêmio dado ao CNCP pela Motion Picture Association of America como autoridade pública que mais se destacou na América Latina em 2005 no combate à pirataria.

A estratégia de guerra

A sucessão de recordes de apreensões que vêm sendo registrados desde o início das operações do Conselho se deve, segundo Barcellos, à intensificação das ações nas zonas primárias, como portos, aeroportos, recintos alfandegários e fronteiras terrestres, já que o Brasil não se caracteriza como um produtor de mercadorias pirateadas, mas sim um grande mercado consumidor. De acor-

do com a Receita Federal, 75% das mercadorias pirateadas e contrafeitas em circulação no País são provenientes do Sudeste Asiático.

“Grande parte das atenções sempre esteve voltada para a região da tríplice fronteira (Brasil, Paraguai e Argentina)”, diz Barcellos. De fato, como é considerada um dos principais corredores de entrada de produtos de origem ilícita no País, a região em torno da Ponte da Amizade, que liga as cidades de Ciudad Del Este, no Paraguai, e Foz do Iguaçu, no Brasil, passou a ser alvo de intensivas operações conjuntas, como a Operação Cataratas, a Operação Comboio Nacional e a Operação Fronteira Blindada.

A instalação da nova aduana nas proximidades da Ponte da Amizade tem fortalecido o trabalho integrado entre a Receita Federal, a Polícia Federal e a Polícia Rodoviária Federal, contribuindo assim para estrangular o fluxo de mercadorias de origem ilícita

entre o Brasil e o Paraguai. Hoje, praticamente 100% do tráfego de pessoas e mercadorias pela Ponte da Amizade são alvo de fiscalização. De acordo com a Receita Federal, foram apreendidos 8.467 veículos ilegais em 2007.

O aperfeiçoamento das estratégias de combate também é fundamental para o sucesso das operações. Programas em parceria com as esferas municipais e estaduais e com a iniciativa privada vêm sendo regulares e eficazes, segundo Barcellos. Somente no primeiro semestre de 2008, o programa de treinamento implementado pela Associação Brasileira das Empresas de Software (ABES) e pela Associação Antipirataria Cinema e Música (APCM), com o apoio do CNCP, percorreu 14 cidades, capacitando 1127 agentes públicos. São palestras e oficinas onde são passadas técnicas para que o agente identifique facilmente os produtos falsificados. “Os estados e municípios

estão engajados nessa luta e diariamente deparamo-nos com notícias sobre operações realizadas em áreas de comercialização de mercadorias pirateadas”, explica o secretário-executivo do CNCP. As delegacias especializadas no combate a crimes contra a propriedade intelectual também estão ganhando espaço e já existem no Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais, Bahia e Pernambuco. Conselhos estaduais e municipais também são uma tendência e já exis-

tem no Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro, São Paulo, e na cidade de Blumenau, em Santa Catarina.

Realidade socioeconômica

Se treinar quem fiscaliza é fácil, conscientizar quem consome é um problema, sobretudo em um país em que a realidade socioeconômica da população faz com que o preço seja o principal item de definição da compra. Em um passeio pelo Camelódromo da Rua Uruguaiana, no Centro do Rio,

é possível encontrar produtos falsificados a preços que correspondem a 10% dos praticados nas lojas. Uma camisa de time de futebol, por exemplo, pode ser comprada por R\$ 15, enquanto o preço médio nas lojas de material esportivo é de R\$150.

Seduzido pela possibilidade de comprar por um preço mais baixo, o consumidor passou a, muitas vezes, abrir mão da qualidade para garantir a aquisição de um produto que, nas condições legais, não



poderia comprar.


De acordo com pesquisa realizada pela Fecomércio (Federação do Comércio do Estado do Rio de Janeiro), através do Instituto Ipsos, entre janeiro e agosto de 2007, 42% da população brasileira consomem produtos piratas. A motivação para 97% deles é o preço baixo. Para enfraquecer o obstáculo do preço, o Conselho vem apelando para a criatividade e a educação. “Não podemos propor que os preços de produtos origi-

nais e piratas se igualem, já que os custos de produção entre eles são totalmente diversos”, explica Barcellos. “O que fazemos é buscar alternativas criativas que sirvam como estímulo de consumo ao produto original, através do lançamento de linhas de produtos a preços populares, a realização de campanhas promocionais e a adoção de programas de fidelização”.

A fidelização também faz parte da estratégia de vendas do mercado ilegal. De acordo com nota pu-

blicada recentemente na coluna do jornalista Joaquim Ferreira dos Santos, do jornal O Globo, um camelô detido na Operação CopaBacana, em Copacabana, no Rio de Janeiro, distribuía cartelas de fidelidade aos clientes. A cada cinco CDs ou DVDs piratas comprados, um era grátis.

A falta de punição efetiva no Brasil para os consumidores é outro dificultador. Países da Europa, como Itália e França, punem quem compra produtos falsificados com multa de até 10 mil euros. No Brasil, dos 58% que afirmam não contribuir para a indústria ilegal, apenas 3% atribuem a atitude ao medo de serem punidos. A má qualidade dos produtos é o principal motivo para 48% e a falta de garantia de fábrica inibe a compra para 16% dos entrevistados.

Apesar do empenho na veiculação de campanhas publicitárias como a “Pirata tô Fora! Só uso original”, lançada em todo o País em março de 2006, e visitas a escolas e universidades, sempre com foco no público jovem, onde se concentra a maior parte desses consumidores, a pesquisa da Fecomércio mostra que o consumo não foi reduzido. Embora 84% reconheçam os malefícios da pirataria, como prejuízo aos fabricantes, sonegação de impostos e fomento ao crime organizado, o índice de consumidores desse produto na pesquisa de 2007 foi o mesmo do ano anterior. “Nosso foco principal agora é informar o consumidor sobre os malefícios que decorrem da pirataria”, diz Barcellos. “Essa é atualmente uma das prioridades do CNCP”. 

OPERAÇÃO I-COMMERCE

As facilidades oferecidas pela internet também abrem espaço para um campo cada vez mais abrangente de ilegalidades. Na tentativa de combatê-las, em outubro de 2006, foi realizada a primeira operação I-Commerce. Como resultado de quatro meses de investigações realizados pela Polícia Federal, foram cumpridos 79 mandados de busca e apreensão em 13 estados e o Distrito Federal, mobilizando 350 policiais. Vinte pessoas foram presas. Em 1º de julho deste ano foi realizada a Operação I-Commerce 2. “Desta vez, decidimos concentrar a operação nos distribuidores de conteúdo ilegal em alta escala, por isso, os números são menores”, explica André Barcellos, o secretário-executivo do CNCP. O resultado da operação foi sete pessoas detidas, duas em São Paulo, três no Rio Grande do Sul, uma em Rondônia e uma no Paraná e 15 outras indiciadas. Foram apreendidos mais de 8 mil DVDs e CDs, além de computadores e impressoras. Os 49 mandados de busca e apreensão foram cumpridos por 200 policiais em nove estados e no Distrito Federal.

O AMIGO DA CORTE NAS SOLUÇÕES JURÍDICAS

MARCELLE FRANCO ESPÍNDOLA
ADVOGADA DO ESCRITÓRIO MONTAURY PIMENTA



Em um mundo cada vez mais globalizado e complexo, resta clara a necessidade de preservação dos interesses sociais. O Poder Judiciário também deve exercer este papel, encontrando meios de conteúdo coletivo para a solução das controvérsias, a fim de que seja possível assegurar os

direitos e garantias fundamentais. É imprescindível, portanto, que o Direito se afine com a conjuntura mundial e acompanhe as mudanças ocorridas, adaptando-se às novas ordens sociais que se apresentam.

Dentre os caminhos de conteúdo coletivo para assegurar os objetivos sociais e políticos do Estado, destaca-se a progressiva publicização e constitucionalização do direito processual, como forma de permitir que o indivíduo participe mais ativamente da vida política do país, exercendo sua cidadania, não apenas no âmbito do poder legislativo, mas influenciando também na interpretação das leis. Em outras palavras, o processo pode e deve fornecer instrumentos para que a sociedade civil contribua para a definição dos rumos políticos no país.

A função do juiz mudou. Hoje se pensa e se aplica o Direito de uma forma bem diferente do passado, o juiz não é mais a “boca da lei”; pelo contrário, é necessário capturar os valores, ideais, angústias que estão soltos e dispersos pela sociedade e aplicá-los aos casos concretos.

Nas lições de Cassio Scarpinella Bueno, em sua obra *“Amicus Curiae no Processo Civil Brasileiro:*

um terceiro enigmático” cabe ao processo adequar-se às transformações do direito material e da sociedade. E nesse contexto nasceu a figura do *amicus curiae*, terceiro especial e voluntário, considerado um instrumento capaz de levar ao mundo jurídico informações notáveis acerca de implicações políticas, sociais, econômicas, jurídicas e culturais, expressando o pensamento de grupos e setores da sociedade quanto ao tema discutido na controvérsia, participando, assim, da construção de assentamentos judiciais, tornando o processo mais eficaz e democrático.

Tal figura, originária do direito norte-americano, foi introduzida no ordenamento jurídico brasileiro pela Lei nº 6.385/76, que trata da intervenção da Comissão de Valores Mobiliários (CVM), mas hoje já se encontra prevista em outros dispositivos nacionais. No entanto, foram as idéias do jurista alemão Peter Häberle, expostas em sua obra *A Sociedade Aberta dos Intérpretes da Constituição*, que influenciaram a modernização do direito processual brasileiro, o que culminou com a promulgação da Lei nº 9.868/99. A referida lei dispõe sobre o processo e julgamento da ação direta de inconstitucio-

O AMICUS CURIAE É UM INSTRUMENTO CAPAZ DE LEVAR AO MUNDO JURÍDICO INFORMAÇÕES ACERCA DE IMPLICAÇÕES POLÍTICAS, SOCIAIS, ECONÔMICAS, JURÍDICAS E CULTURAIS

nalidade e da ação declaratória de constitucionalidade perante o Supremo Tribunal Federal (STF) e foi a partir daí que o *amigo da corte* vem ganhando maior destaque na doutrina e jurisprudência pátrias.

Podemos citar como exemplo atual da participação do *amicus curiae* o recente julgamento da Ação Direta de Inconstitucionalidade nº 3510, em que se discutia a liberalização ou não das pesquisas com células-tronco embrionárias no Brasil. Este é um exemplo de como a participação de grupos sociais na qualidade de *amici curiae* são fundamentais para a construção de soluções jurídicas.

Como não poderia deixar de ser, em razão da relevância da matéria e do interesse público envolvido, a participação do *amicus curiae* se estendeu a processos re-

lacionados à propriedade intelectual. É bem verdade que a matéria ainda é muito escassa em nossos tribunais e relacionada a poucos casos julgados pelo Tribunal Regional Federal da 2ª Região, quase todos relacionados a demandas que versaram acerca do termo final da vigência de patentes.

Em todos os processos que trataram do tema, a posição predominante é no sentido de admitir a participação da Abifina (Associação Brasileira das Indústrias de Química Fina, Biotecnologia e suas Especialidades) na qualidade de *amicus curiae* em processos que discutem a possibilidade de extensão de prazos das patentes *pipeline*.

A justificativa para tal admissão se dá em razão da representatividade da Abifina como enti-

dade classista no âmbito nacional, sem fins lucrativos, representante de grandes e médias indústrias que atuam, especialmente, na área farmacêutica.

Podemos concluir que há predominância nos julgados no sentido de que os casos relacionados às patentes, por envolverem interesse coletivo, comportam a admissão da figura do *amicus curiae*, pois não poderia a discussão acerca de um direito *erga omnes* se limitar apenas às argumentações ou fundamentos trazidas pelo autor e pelo réu.

A exemplo do que começamos a verificar nos processos relacionados às patentes de fármacos, em que cresce cada vez mais a participação de associações e entidades na qualidade de *amici curiae*, vale a pena fazermos uma reflexão acerca da participação de tal figura em processos que não estejam apenas relacionados à questão patentária.

O *amicus curiae* possui como função precípua juntar aos autos parecer ou informações com o intuito de trazer à tona considerações importantes acerca de matéria de fato ou de direito a ser discutida pelo Tribunal, bem como ponderar acerca dos reflexos diretos e indiretos da eventual decisão a ser proferida. Desse modo, cabe aos operadores do direito refletir sobre a potencialidade do instituto do *amicus curiae* e sua participação nos processos com grande relevância no vasto mundo da propriedade intelectual, como forma de equilibrar os valores de interesses privado e público, em prol do ideal de uma sociedade mais justa. ■



CABE AOS OPERADORES DO DIREITO REFLETIR SOBRE A POTENCIALIDADE DO *AMICUS CURIAE* E SUA PARTICIPAÇÃO NOS PROCESSOS

A AACD oferece 5 especialidades em reabilitação. Quer dizer, 6 se contar o calor humano.



A AACD Rio de Janeiro é uma instituição filantrópica que trabalha na reabilitação de crianças, adolescentes e adultos com deficiência física, ajudando-os a desenvolver suas potencialidades e a ter uma vida com maior qualidade e independência. Atualmente, são mais de 2.500 atendimentos por mês em 5 especialidades médicas e 7 terapias de reabilitação. Entre em contato conosco e saiba como apoiar este trabalho que está dando tantos resultados. Com a sua ajuda, ele pode dar ainda mais.

Patologias atendidas:

- Paralisia Cerebral – até 16 anos
- Lesão Medular
- Mielomeningocele
- Lesão Encefálica Adquirida
- Amputações
- Doenças Neuromusculares
- Malformações Congênitas
- Seqüelas de Poliomielite

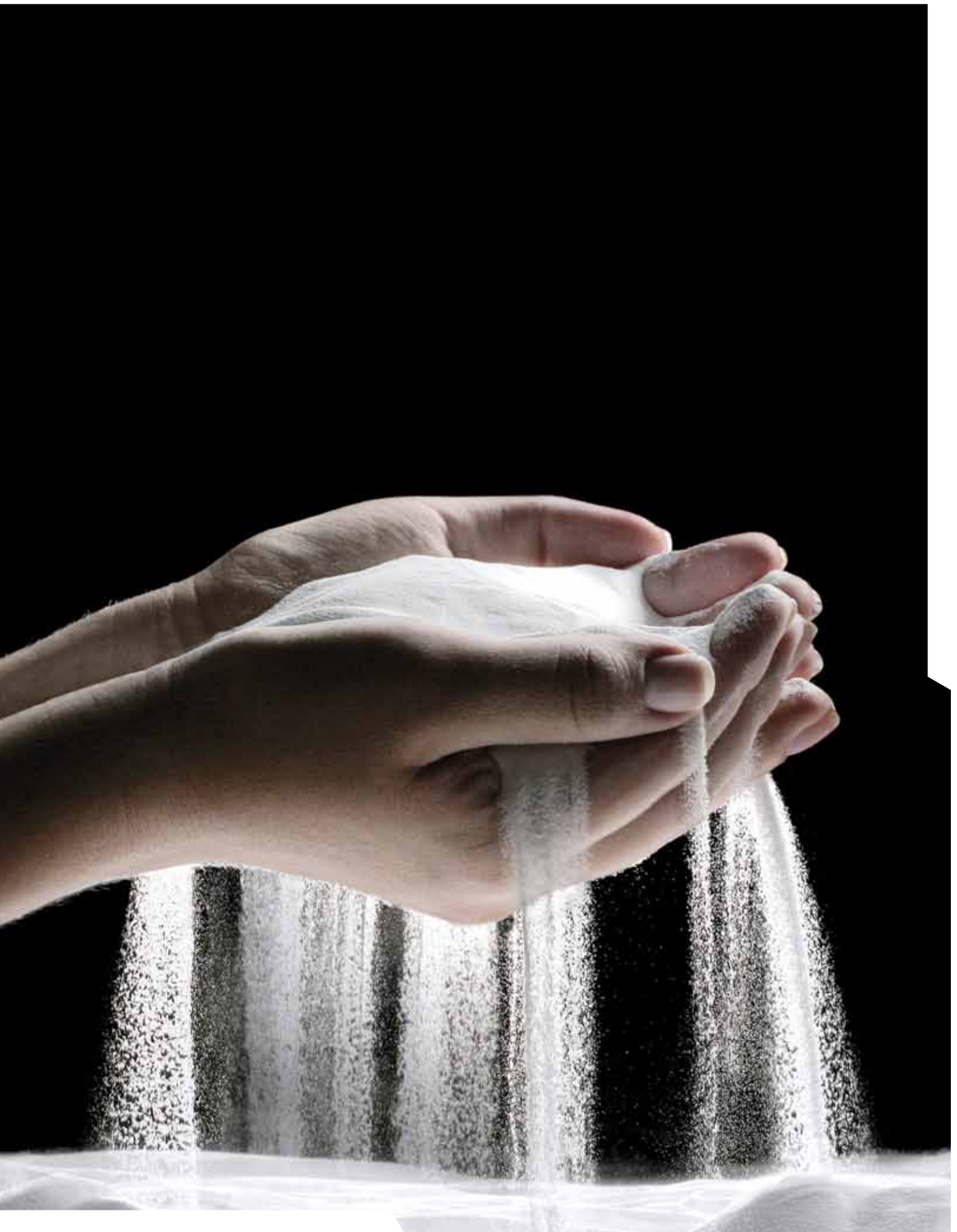
AACD Rio de Janeiro
Rua Maranhão, 125 - Bairro da Viga
Nova Iguaçu - RJ - CEP 26013-610
Tel: (21) 3759-8400
www.aacd.org.br


AACD
ASSOCIAÇÃO DE ASSISTÊNCIA
À CRIANÇA DEFICIENTE
RIO DE JANEIRO

A MINA DE OURO DA VALE É A INOVAÇÃO

POR ANDREA FERREIRA

O SEGREDO DO SUCESSO DA VALE, SEGUNDA MAIOR MINERADORA DO PLANETA, NÃO É OUTRO SENÃO A INOVAÇÃO. ESTE ANO, MAIS DE 8% DO INVESTIMENTO TOTAL, DA ORDEM DE US\$ 11 BILHÕES, ESTÃO SENDO DESTINADOS PARA OS 22 ESCRITÓRIOS DA COMPANHIA NO EXTERIOR, ONDE TRABALHAM MAIS DE 700 PESQUISADORES.



O primeiro centro de pesquisa da empresa foi construído em 1965, em Belo Horizonte. É lá que, durante todos esses anos, a Vale vem concentrando a maior parte de seu trabalho de pesquisa tecnológica. Respalda por um investimento que ultrapassou os US\$ 800 milhões em 2008, uma equipe de 150 pesquisadores, alojados em laboratórios numa área

total de 30 mil m², movimenta a principal mola propulsora desta que é hoje a segunda maior empresa de mineração e metais do mundo em valor de mercado, ultrapassando a casa dos US\$100 bilhões: a descoberta.

Descobrir anomalias, como são denominadas as altas concentrações de metal no solo, de acordo com Cristina Valadares, gerente-

-geral de desenvolvimento tecnológico da Vale, vem sendo o grande objetivo dos geólogos que trabalham na empresa e se distribuem em escritórios e centros de pesquisa mineral em mais de 22 países do mundo. "Nossa empresa vive da descoberta de um bom depósito mineral e esta é uma missão que realizamos bem, mas que foi tornando-se cada vez mais



difícil no Brasil, em consequência de regiões longínquas, logística complicada e uma exigência de alto grau de desenvolvimento tecnológico”, diz Cristina. “Precisávamos expandir os caminhos e abrir os horizontes em razão do novo contexto mundial”.

Fortalecer a mentalidade de investimento em inovação foi fundamental para o processo de globalização da empresa, que se tornou inevitável a partir de 2002. Prova dessa valorização como estratégia-chave para o desenvolvimento da empresa é a verba destinada nos últimos anos à área de P&D. Em 2008, são US\$ 884 milhões, sendo US\$ 349 milhões para o programa de exploração mineral. Este valor corresponde a 8% do investimento total da empresa reservado para este ano, que é de US\$ 11 bilhões. Em 2007, o investimento em pesquisa foi de US\$ 741 milhões.

Até 2002, a empresa de mineração, criada em 1942 pelo Governo Federal, e privatizada em maio de 1997, era forte apenas no Brasil. Exportava, mas não tinha minas próprias no exterior. A partir dessa data, ficou difícil competir com empresas de atuação global, já que tinha uma produção focada apenas no Brasil. “Quando a empresa se internacionalizou, foi criado um departamento só para pesquisas tecnológicas no exterior”, explica a gerente-geral de Desenvolvimento Tecnológico. “Hoje temos 22 escritórios, distribuídos em todos os continentes, onde geólogos vão a campo para pesquisa mineral, em busca de solos ricos mundo afora”.

Para dar suporte à unidade de pesquisa de Belo Horizonte está

UMA EQUIPE DE 150 PESQUISADORES,
ALOCADOS EM LABORATÓRIOS
NUMA ÁREA TOTAL DE 30 MIL M²,
MOVIMENTA A PRINCIPAL MOLA
PROPULSORA DA VALE



sendo estruturado, desde 2006, um centro sediado na Austrália, que vem atendendo, gradativamente, às demandas da Ásia, África e Europa. O centro conta com alguns profissionais enviados pela sede brasileira, mas contratou mão-de-obra local e firmou parcerias com universidades e instituições de pesquisa internacionais, com o objetivo de desafogar o trabalho laboratorial. O mesmo sistema de parcerias acontece aqui, com as universidades brasileiras. “Existem duas formas de se

fazer P&D na Vale: uma é otimizar processos já existentes e a outra é a de desenvolvimento tecnológico, trazer novidades”, explica Cristina.

Hoje, são 700 pessoas trabalhando nessa área, metade no Brasil e a outra no resto do mundo. Os minérios pesquisados são cobre, minério de ferro, níquel, bauxita, potássio e fosfatos.

As patentes

Embora defenda que o processo de inovação não passa neces-

sariamente pelo patenteamento, mas também pela prática de novas técnicas que permitam barateamento e evolução da exploração e produção, Cristina Valadares ressalta o bom desempenho da empresa. São 356 patentes, sendo 199 concedidas e 157 depositadas, ainda em análise. Destas, grande parte está registrada também no exterior.

O registro no exterior depende do tipo de patente e da utilização que ela terá no mercado glo-

bal. Com a internacionalização da empresa, que ainda é recente, e o laboratório na Austrália, este número tende a crescer bastante. “Este processo foi iniciado com a aquisição da Inco, no Canadá, já que contamos com o escritório deles de patentes nos EUA”, explica Cristina. “Atualmente, fazemos depósitos no INPI ou no USPTO. Se houver interesse de estender a tecnologia para outros países, optamos pelo USPTO”. No caso das parcerias com universidades inter-

nacionais, são criadas normas no contrato que determinam as condições de acesso à patente para cada uma das partes.

Longo caminho

Criada com o nome Vale do Rio Doce, pelo Governo Federal em 1º de julho de 1942, em Itabira, Minas Gerais, e com o objetivo de aproveitar os recursos minerais do Quadrilátero Ferrífero, a empresa percorreu um longo caminho até ser privatizada, em 7 de

FOCO EM ENERGIA SUSTENTÁVEL

Investir em pesquisa na área de energia sustentável também tem sido um caminho trilhado pela empresa. Em 2007, a Vale associou-se ao Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) para lançar um programa de desenvolvimento de tecnologia na área de geração de energia, de forma ambientalmente sustentável e com uso de fontes energéticas renováveis. Para isso, foi criado o Centro de Desenvolvimento Tecnológico em Energia, instalado no Parque Tecnológico de São José dos Campos (SP). O investimento inicial previsto para o projeto é de R\$ 220 milhões, em um período de três anos.

O programa prevê o desenvolvimento de atividades nas áreas de gaseificação de carvão térmico e de biomassa, além de pesquisas para a produção de turbinas a gás e motores pesados multicompostíveis, enfatizando a aplicação de novos processos e a combinação destas tecnologias para a autogeração de energia limpa, de forma sustentável.

O trabalho de pesquisa está sendo realizado através de acordos de cooperação tecnológica

com o ITA e com a Escola de Engenharia de São Carlos/USP. Faz parte do plano de diversificar o portfólio de atuação da empresa, como forma de dar suporte às atividades de mineração, e mostrar-se mais competitiva no mercado internacional. Nos últimos anos, a Vale já investiu US\$ 599 milhões na área de energia. Em 2007, foram US\$ 197 milhões e, em 2008, esse valor é de US\$ 470 milhões. A empresa é hoje uma das maiores investidoras em energia elétrica no Brasil e, junto com suas controladas, coligadas e *joint ventures*, é também a maior consumidora. Um dos destinos da energia gerada nas usinas são as suas unidades operacionais, o que reduz consideravelmente os custos de produção.

A preocupação em compensar os impactos à natureza conseqüentes da exploração do solo pode ser constatada em seus relatórios de investimentos. No primeiro semestre de 2008, o investimento em projetos socioambientais cresceu 120% com relação ao mesmo período de 2007. Foram US\$ 382,2 milhões contra US\$ 174,2 milhões.

maio de 1997, e adquirida (com 41,73% das ações ordinárias do Governo Federal) pelo Consórcio Brasil, liderado pela Companhia Siderúrgica Nacional (CSN).

Hoje, controlada por investidores institucionais, nacionais e estrangeiros, a Vale é uma empresa global, com sede no Brasil, com mais de 100 mil empregados, próprios e terceirizados, que a mantêm como a líder mundial na produção e exportação de minério de ferro e pelotas, além de importan-

te atuação na produção de níquel, concentrado de cobre, bauxita, alumina, potássio, caulim, manganês e ferroligas.

Uma das principais responsáveis pelo superávit da balança comercial brasileira, a Vale carrega nas costas mais uma série de superlativos: maior prestadora de serviços logísticos do Brasil, uma das maiores consumidoras de biocombustível do mundo, dona da maior mina de minério de ferro do mundo em capacidade inicial

de produção, a Mina de Brucutu, e detentora da maior malha ferroviária do País.

A mineradora movimentou a Marquês de Sapucaí com o samba "O nosso Brasil que Vale", tema da Grande Rio, no Carnaval de 2003 e mudou de nome em novembro de 2007, passando de Vale do Rio Doce para Vale, como marco para a nova atuação global. Em 2007, alcançou um lucro líquido de US\$ 11,8 bilhões, 62,9% superior ao mesmo período de 2006. **FE**



A IDENTIDADE VISUAL PROTEGIDA CONTRA OS AVENTUREIROS

RONALDO C. VEIRANO & MAURÍCIO MALECK COUTINHO
SÓCIOS DE VEIRANO ADVOGADOS



Há diversas formas de uma empresa se apresentar ao público consumidor, sendo a mais conhecida delas através do emprego de marca para identificar suas atividades comerciais. Existem marcas que, de tão bem-aceitas no mercado, incutem na mente do consumidor rápida associa-

ção ao produto ou ao serviço. Essa tão perseguida força atrativa que algumas marcas desempenham sobre os consumidores também é percebida em outros elementos criados pelos comerciantes, notadamente os relacionados à identidade visual de seus produtos ou de seus serviços.

A referida configuração visual nada mais é, em linhas gerais, do que o chamado *trade dress*, mais designado, pela doutrina brasileira, como “conjunto-imagem”, abrangendo, por exemplo, o formato do invólucro ou do próprio produto, a combinação de cores da embalagem, estilização e tamanho de

O TRADE DRESS É PASSÍVEL DE PROTEÇÃO POR MEIO DO INSTITUTO DA REPRESSÃO AOS CRIMES DE CONCORRÊNCIA DESLEAL

letras, frases, desenhos, o *layout* de uma loja, projetos arquitetônicos, enfim, características das quais determinada empresa se vale para ser reconhecida no mercado.

Muitas vezes, a imediata percepção do *trade dress* de produtos ou serviços é determinante à aquisição destes, pois ele os individualiza, distinguindo-os dos demais existentes no mercado. E é exatamente por isso que o *trade dress* é de grande importância às empresas, independentemente do seu ramo de atuação.

Vale salientar, por oportuno, mesmo em breves palavras, que o *trade dress* apresenta distintividade no momento em que é criado (*inherent distinctiveness*) ou alcança pelo tempo de seu uso (*secondary meaning*). Em ambos os casos, o *trade dress* desempenha função semelhante à da marca¹, na medida em que permite ao consumidor saber, de imediato, *v.g.*, qual o fabricante daquele determinado produto, antes mesmo de avistar a marca. Em outras palavras, o “conjunto-imagem” passível de proteção é aquele capaz de imediatamente remeter o público à origem do produto ou do serviço, não precedendo da visualização de outros elementos, principalmente a da marca.

O *trade dress* tem origem no direito norte-americano, sendo, há algumas décadas, registrável como marca perante a respectiva repartição incumbida do registro de marcas e patentes, o *United States Patent and Trademark Office* (USPTO). No que concerne à jurisprudência, muito citado em artigos sobre o tema, por consistir em

relevante precedente da Suprema Corte dos Estados Unidos, o caso *Two Pesos, Inc. v. Taco Cabana, Inc.* mostra o escopo de proteção, do referencial daquele órgão jurisdicional, do *trade dress* de determinado restaurante.

Na ocasião, mais precisamente em 1992, a Suprema Corte entendeu, basicamente, que o concorrente *Two Pesos, Inc.* não deveria fazer uso, no *layout* de seu estabelecimento comercial, dos elementos visuais peculiares empregados por *Taco Cabana, Inc.*, especialmente a decoração do interior da loja e a combinação das cores estampadas nas paredes e adereços.

Outras decisões judiciais foram, por óbvio, produzidas nos Estados Unidos concernentes à proteção do *trade dress*, não sendo imprescindível aqui discorrer sobre elas, bastando, apenas, acreditar-se, a menção de que houve evolução jurisprudencial, mas sempre atrelada ao combate às práticas *concorrenciais* não aceitáveis.

Existem outras situações sobre tentativa de usurpação de *trade dress* de concorrente. Uma delas é o caso conhecido como Danone X Soprole, no qual houve transação e posterior alteração, pela Soprole, da manifestação visual de seus produtos alimentícios.

Nesse sentido, insta ressaltar

que no Brasil, mesmo não sendo registrável, o *trade dress* é passível de proteção por meio do instituto da repressão aos crimes de concorrência desleal. Não é necessário muito esforço para se afirmar, com considerável segurança, que tais crimes são geralmente praticados com o objetivo de indevidamente captar a clientela alheia. Essa modalidade de deslealdade na concorrência encontra-se tipificada no artigo 195, inciso III, da Lei 9.279/96 (“Lei da Propriedade Industrial” ou “LPI”), assim redigido:

“Art. 195 - Comete crime de concorrência desleal quem:

(...)

III - emprega meio fraudulento, para desviar, em proveito próprio ou alheio, clientela de outrem;”

No que tange à manifestação pretoriana de sua tutela, os tribunais deste país têm conferido, de certo modo, proteção ao *trade dress*. É o que se constata dos trechos de duas decisões transcritos abaixo, sendo a primeira do Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro (caso Cointreau) e a segunda oriunda do Superior Tribunal de Justiça (caso Unilever x Bio Brilho Química):

“Menos pelo seu frasco, embora bem assemelhado com o do licor COINTREAU, e mais pelo seu conjunto, com pertinência a cores da em-



OS ENTES COMERCIAIS PRECISAM BUSCAR MEIOS PARA PROTEGER A MANIFESTAÇÃO VISUAL DE SEUS PRODUTOS E SERVIÇOS

balagem, dizeres, feitio e posição dos rótulos, não há dúvida de que o licor TRÍPLICE, pela sua apresentação e semelhança, pode se confundir com o licor COINTREAU, sobretudo ao longe e até mesmo ao ser comparado por adquirente menos avisado. Urge que a Caves Neto Costa S.A.R.L. dê novo visual ao seu licor TRÍPLICE a ser exportado para o nosso país e o faça de forma a não ensejar qualquer confusão no espírito do consumidor ou adquirente do licor COINTREAU, que tem aqui sua apresentação definida e ao abrigo do regular registro no INPI.” (grifou-se)²

Eis, adiante, trecho de decisão do Superior Tribunal de Justiça, no caso Unilever x. Bio Brilho Química, em demanda baseada em conflito das marcas “Brilhante” e “Bio-brilho”. Não obstante tratar de alegada infração de marca, o voto da

Ministra Relatora reconhece a proteção do *trade dress*, ao cotejar as embalagens dos respectivos produtos:

“Não se pode descurar o fato de que, muitas vezes, o consumidor não pode ler a embalagem de um produto ou, ao menos, tem dificuldade de fazê-lo, seja por seu grau de instrução, por problemas de saúde ocular ou mesmo por pressa.


Nesses casos, tudo o que o consumidor distinguirá será a forma da embalagem, as características gerais do produto, as cores apresentadas e assim por diante.

Ora, ao observar as fotografias dos produtos (...) que constam do

processo, é nítida a possibilidade de confusão. Num olhar rápido, as embalagens são muito parecidas.

Assim, é imperativo que se reconheça a imitação alegada na petição inicial.” (grifou-se)³

Decerto que as circunstâncias inerentes ao respectivo caso concreto nortearão a resolução da demanda pelo Judiciário, no sentido de ser a concorrência considerada leal ou não. O *trade dress* assume importante destaque, por exemplo, no âmbito da franquia, pois há necessária relação de dependência entre o respectivo sistema e a padronização dos elementos visuais de produtos e *layouts* das lojas franqueadas. Mesmo não sendo o *trade dress* passível de registro pelo atual ordenamento jurídico brasileiro, as empresas devem proteger as manifestações visuais, por exemplo, de seus produtos, inclusive pela inquestionável relevância *concorrencial* delas advinda.

Nesse empenho, algumas empresas têm obtido registro, como marca tridimensional, perante o Instituto Nacional da Propriedade Industrial, à configuração visual de determinados produtos distintivos. Independentemente disso, fato é que os entes comerciais precisam buscar meios para proteger a manifestação visual de seus produtos e serviços, como forma de preservar seus bens intangíveis, impedindo que concorrentes *aventureiros* tentem usurpá-los. 

1. Por mais que seus conceitos não se confundam e não obstante o sistema de proteção desses bens intangíveis se diferencie.

2. Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro, Apelação Cível nº 511/90, 3ª Câmara Cível.

3. Recurso Especial nº 698.855-RJ. Relatora Ministra Nancy Andrighi. Decisão unânime de parcial provimento do recurso publicada na imprensa oficial do dia 29.10.2007.

Nunca a leveza do desenvolvimento foi tão sustentável.



S E M P R E
Brasil
F O R E V E R

A REVISTA BRASILEIRA DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

www.insightnet.com.br/brasilsempre



EMPRESAS QUE ANDAM NA LINHA

A ÉTICA EMPRESARIAL, QUE HÁ POUCO TEMPO ERA APENAS UM CONCEITO VAGO, DISSEMINOU-SE ENTRE AS ORGANIZAÇÕES ATRAVÉS DE CÓDIGOS DE CONDUTA E OUTRAS PRÁTICAS. É MATÉRIA OBRIGATÓRIA NAS FACULDADES DE ADMINISTRAÇÃO E TEM ATÉ UM ÍNDICE DE MEDIÇÃO, CRIADO PELA FGV. NA MÉDIA, AS EMPRESAS BRASILEIRAS PASSAM RASPANDO.



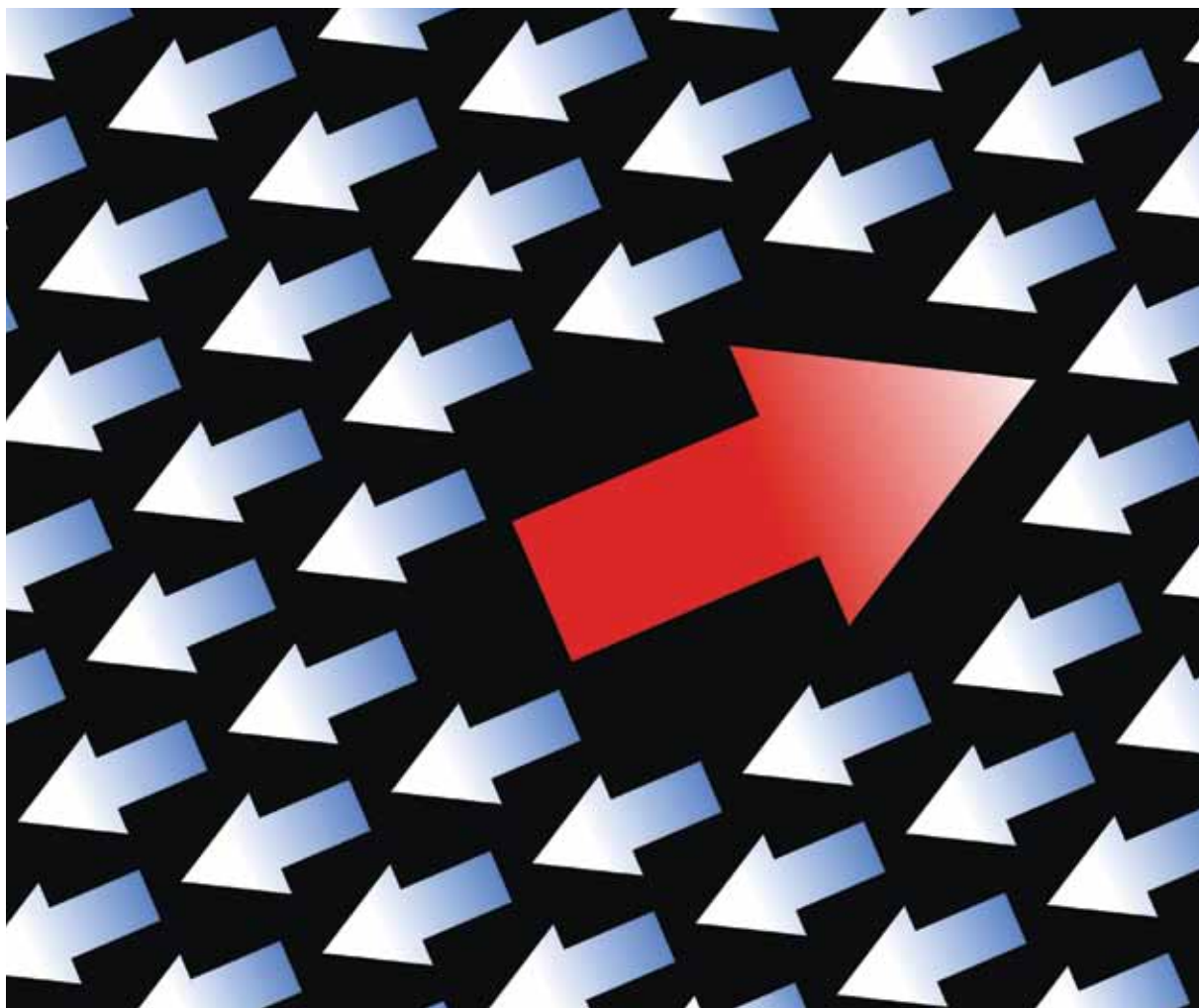
Abuso de poder, fraudes, desvios de recursos. Estas e outras atitudes antiéticas acontecem em boa parte das empresas. E a tendência geral é varrer o problema para debaixo do tapete. Ou melhor, era. Pelo menos esta é a percepção da Fundação Getúlio Vargas, que desde 1992 realiza estudos sobre Ética nas organizações em todo o mundo e a partir de 2001 passou a desenvolver um programa para recuperar o valor da ética empresarial. O programa já foi levado a centenas de empresas, nacionais e estrangeiras e, em princípio, tem auxiliado as corpo-

rações a combater deslizes éticos de seus funcionários e dirigentes.

O momento é propício. Na esteira da reação aos escândalos contábeis que levaram gigantes americanas como Enron e WorldCom à falência, o debate sobre Ética, ganhou relevância nos quatro cantos do mundo e, finalmente, começou a resultar em práticas que tendem a influir nos negócios. Nos Estados Unidos, por exemplo, a adoção dos códigos de ética passou a ser prevista por lei. Lá já se contam 1.300 funcionários especializados em ética empresarial. A regulação norte-ame-

ricana teve o famoso efeito domínó. Quando se verificou que a matriz, com códigos de Ética rígidos, entrava em choque com a subsidiária – que agia à moda brasileira – a regra foi rapidamente estendida para além das fronteiras do território americano. Hoje, 90% das subsidiárias de multinacionais que atuam no Brasil trabalham internamente questões de ética.

A boa prática das estrangeiras foi copiada por algumas das grandes empresas nacionais, que perceberam as vantagens proporcionadas pelos códigos de Ética – nada mais do que um conjunto



“ QUANDO COMEÇAMOS O PROGRAMA, HÁ DEZ ANOS, A PALAVRA “ÉTICA” ERA TABU NAS EMPRESAS, INCOMODAVA. AGORA, O CONCEITO JÁ ESTÁ SENDO DEBATIDO PELAS GRANDES ESTATAIS ”



de disciplinas para fazer cumprir as políticas e as regras estabelecidas para o negócio e para as atividades da empresa, assim como evitar e tratar qualquer desvio que possa ocorrer. É através destes códigos que os profissionais de uma empresa sabem, exatamente, o que pode e o que não pode ser feito – e como serão penalizados caso saiam da linha de atuação estabelecida pela empresa.

“Quando começamos o programa, há dez anos, a palavra “Ética” era tabu nas empresas, incomodava”, conta a economista Maria Cecília Arruda, coordenadora do Centro de Estudos de Ética nas Organizações (GVCENE) e professora de Marketing e Ética da FGV. Segundo a especialista, as mudanças nos últimos dez anos foram significativas. Das subsidiárias das empresas multinacionais, o programa entrou porta adentro de grandes empresas brasileiras e, finalmente, passou a atrair olhares de micro e pequenas empresas nacionais. “Agora, o conceito já está sendo debatido pelas grandes estatais”, ressalta Cecília Arruda.


Mas com tantos escândalos e práticas antiéticas arraigadas na

cultura do País, não corremos o risco de ficar paralisados na retórica? A professora da FGV rebate o questionamento sobre os resultados práticos da discussão no Brasil e garante que as empresas nacionais estão mudando. A decisão do MEC de incluir, em 2000, a Ética Empresarial como matéria obrigatória em cursos de Administração reflete esta transformação. O mercado também dá sinais de uma nova atitude.

Após elaborar um código de Ética, muitas empresas procuraram a FGV para obter uma consultoria para a implementação de práticas e para o desenvolvimento e capacitação de uma equipe dedicada ao tema. “A verdade é que as pessoas estão se organizando para ter os códigos de Ética. As empresas estão refletindo o clima ético”, analisa. E o ingresso de uma nova geração de profissionais no mercado está sendo decisivo para esta mudança, na avaliação da especialista. Para ela, a nova geração tem a Ética incorporada ao DNA. “Os jovens estão cansados da falta de Ética e querem assumir liderança limpa e transparente”, destaca.

Mas como medir a temperatu-

ra ética das empresas e de seus profissionais? Como termômetro a FGV criou um conjunto de onze indicadores que são aplicados para mensurar este quesito nas empresas. O diagnóstico é qualitativo e envolve a percepção e a compreensão das normas e a vivência de práticas éticas nas organizações, com livre adesão, e não apenas como cumprimento de regras. Verifica ainda a posição das lideranças em relação às práticas éticas. “Se os dirigentes vivem um clima ético tudo muda na empresa”, garante Maria Cecília. Finalmente, a FGV mede a comunicação das normas, assim como dos deslizes cometidos.

O índice nacional, por ora, ainda está longe do desejado: as empresas brasileiras que já desenvolvem ações voltadas para a ética empresarial alcançaram, em média, uma pontuação de 5,1 em uma escala de 1 a 7. “Temos muito que andar”, avalia Maria Cecília. “Afinal, passamos os melhores anos das nossas vidas dentro de uma empresa e se estivermos em um ambiente ruim, estaremos jogando fora boa parte de nossa história”. 



A ARTE CULINÁRIA E AS CÓPIAS INDIGESTAS

ROLAND VILLARD

CHEF DO LE PRÉ CATELAN

Em 2007, o *chef* Ferran Adrià foi convidado a participar da 12a edição da Documenta, em Kassel, na Alemanha. Kassel é freqüentemente apontada como uma das feiras de arte mais importantes do mundo. O inédito convite a um dos mais badalados *chefs* do mundo foi um choque entre os artistas. “Todos querem me cortar a garganta”, disse Adrià na época.

Afinal, gastronomia é ou não é arte? Quais os limites que estabelecem esses conceitos? Na época Adrià provocou: “Agora quem irá opinar sobre o meu trabalho, um crítico de arte ou de gastronomia?”. Exageros à parte, há um consenso que a gastronomia é uma atividade que requer um trabalho criativo e intelectual. Assim como as demais expressões artísticas, a origem da inspiração é alheia ao criador: pode vir de um cheiro no mercado, da leitura de um livro, de um programa de TV ou até mesmo de conversa com os clientes no restaurante.

Se for pedido a um escultor

que copie uma peça, ele o fará, embora o trabalho final vá ter diferenças significativas. O mesmo acontece com a gastronomia. Uma receita é a base de um prato que, por sua vez, é adaptada por quem executa. Se uma mesma receita for dada a cinco *chefs*, certamente teremos cinco pratos diferentes. Mais que farinha ou sal, está envolvida a sensibilidade de quem executa o prato, bem como sua origem e vivência. Na França, mais de mil livros informam a receita do clássico prato *coq au vin*, mas nenhum deles é igual ao outro, porque quem prepara faz a diferença na receita (assim como quem degusta). É aí que reside a riqueza da gastronomia.

E o que difere o processo criativo de um prato ao de uma tela ou livro? De acordo com a legislação brasileira, a autoria dos pratos não é passível de registro. Existe uma ética profissional que preserva os *chefs* e recomenda que as receitas não sejam copiadas, mas isso nem sempre acontece. Mudando apenas um ingrediente ou



quantidade de um produto, já se invalida o respeito a uma possibilidade de patente. A gastronomia não é uma Coca-Cola, que tem fórmula secreta, mas é preciso reconhecer a diferença entre repetição e reinterpretação, como afirmou o crítico de música inglês Norman Ebrecht.

Os casos nas cozinhas do Rio são muitos: Christophe Lidy, do Garcia & Rodrigues, viu copiado seu sorvete de tomate. Silvana Bianchi, do Quadrifoglio, já per-

deu a conta do número de vezes que seu ravióli de pêra foi parar nos cardápios alheios. Carla Pernambuco, do Carlota, processou, com sucesso, uma editora que reproduziu a receita de seu inigualável suflê de goiabada sem dar o crédito. O *chef* Giancarlo Junyent, quando vendeu seu restaurante Giancarli, o fez junto com a receita patenteada da massa recheada stromboli.


As cópias não acontecem exclusivamente em restaurantes de

alta gastronomia. O restaurante Academia da Cachaça viu seu escondidinho (purê de aipim com carne e requeijão) se reproduzir em diversos bares, impunemente. A lanchonete Bob's patenteou seu *milk shake* de Ovomaltine e com essa proteção legal a rede já acionou juridicamente a concorrência que tentou copiar a bebida.

Dieta do chef

Uma forma que muitos *chefs* encontraram de registrar suas receitas, ainda que sem valor legal, é a edição de livros. Há dois anos me dedico ao projeto "A dieta do chef", livro que lançarei em alguns meses, e fico impressionado com a enxurrada de publicações de diversos títulos que chega às prateleiras de gastronomia das livrarias.

Este ano, por conta dos 200 anos da chegada da Corte portuguesa ao Brasil, vimos diferentes releituras do cardápio real em diversos restaurantes. Movimentos como este são bem-vindos, pois oxigenam a criatividade dos *chefs* e reforçam o caráter cultural da gastronomia. É importante ressaltar que não há mal nenhum em ter outro *chef* como referência. Isso acontece com frequência e a influência pode ser bem vinda. Mas é preciso dar o crédito.

O curador da exposição de Kassel, que convidou Ferran Adrià, disse que pretendia "sondar os limites do suportável". Seria bom para todos que trabalham com gastronomia que acertássemos o limite do suportável e do admissível no que compete às cópias nas cozinhas brasileiras. 



A RAZÃO DO CLIENTE EM ALTA

O APARECIMENTO DE ÓRGÃOS DE DEFESA DO CONSUMIDOR, DE UM LADO, E A CONSCIENTIZAÇÃO DAS EMPRESAS, QUE PASSARAM A CUIDAR MELHOR DA QUALIDADE DE SEUS PRODUTOS, DE OUTRO, ESTÃO EVIDENCIANDO O PAPEL DOS PROCONS. MAS A QUANTIDADE DE RECLAMAÇÕES, PRINCIPALMENTE CONTRA AS TARIFAS PÚBLICAS, BANCÁRIAS E OPERADORAS DE TELEFONIA DEMONSTRA QUE AINDA HÁ MUITO PARA SE MELHORAR.



O cliente tem sempre razão? Desde 1990, quando entrou em vigor a Lei 8.070/90, o Código de Defesa do Consumidor, essa máxima ganhou um novo sentido para empresas e consumidores. Se por um lado deu respaldo ao cidadão para correr atrás de seus direitos, muitas vezes burlado pela força das grandes empresas, por outro, criou uma regulamentação para as empresas, que passaram a cuidar melhor da qualidade de seus produtos e serviços. Eficazes ou não, a verdade é que os Procons estão abarrotados de reclamações e processos. Órgãos, comissões e associações que orientam e defendem os consumidores

não param de surgir e as seções dos jornais que tratam do assunto já não têm espaço para tantas reivindicações.

Como as empresas vêm reagindo a essa nova ordem de mercado? Para o deputado federal Vital do Rêgo Filho, presidente da Comissão de Defesa do Consumidor da Câmara dos Deputados, graças à pressão feita pelos setores organizados, já há uma mudança na cultura das empresas, que vêm incorporando, lentamente, alguns direitos dos consumidores. Entretanto, algumas estatísticas recentes ainda mostram números preocupantes.

No caso do setor de telefonia, que lidera as reclamações nos

Procons de todo o país, a Anatel registrou de 1 a 30 de junho deste ano 44.882 reclamações contra empresas de telefonia móvel e 28.682 reclamações contra as de telefonia fixa local. Durante o mesmo período de 2007, esses números foram menores: 27.278 para móvel e 25.791 para fixa. A conclusão é que, ou os clientes estão cada vez mais informados e contestadores, ou a possível mudança de postura das empresas não está sendo suficiente a ponto de trazer os resultados almejados pelo consumidor final. Desde a promulgação do Código, há uma luta para que esta lei seja respeitada e, de conquista

em conquista, vamos avançando no seu conhecimento e aplicação.

Ao ser criada, em 1989, a Comissão de Defesa do Consumidor da Câmara tinha inicialmente a missão de tratar também de assuntos relacionados ao Meio Ambiente e Minorias. No entanto, o grande volume de demandas fez

com que, em 2004, a Comissão passasse a cuidar exclusivamente de direito do consumidor.

Composta por um presidente, três vice-presidentes, 21 membros titulares e 21 suplentes, a comissão realiza reuniões administrativas e deliberativas, onde são definidas as pautas das audiên-

cias públicas e debatidos os projetos que tramitam na comissão e já estão com parecer. As audiências públicas, com presença de autoridades relacionadas aos assuntos discutidos, também são realizadas semanalmente. “Nesses encontros debatemos os temas específicos da comissão, as denún-

OS CAMPEÕES DE RECLAMAÇÃO

O maior número das reclamações está relacionado às tarifas públicas, sobretudo as tarifas de energia elétrica e as bancárias. Os planos de saúde e os abusos que eles cometem em relação a carências e atendimento também figuram entre os primeiros da lista. A questão da telefonia, suas tarifas e a qualidade do serviço prestado e a aviação civil, que causou reboliço e esteve nas páginas de jornais durante meses recentemente, completam o ranking das mais contestadas.

O atendimento nos *call centers*, que entrou em voga depois de Lula ter assinado, em 31 de julho de 2008, o decreto 6.523, tem trazido muito trabalho para a comissão, segundo o deputado.

A nova regulamentação, elaborada pela Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça, que entra em vigor em dezembro deste ano, se aplicará aos setores regulados por agências públicas como Anatel, Anac e Aneel, como bancos, telecomunicações, aviação civil, transportes terrestres, água, energia e planos de saúde. Dentre as novas determinações estão: serviço de atendimento 24 horas durante sete dias por semana; número de contato em todo o material impresso entregue no momento da compra; cinco dias úteis para apresentação de resposta ao consumidor e cancelamento imediato do serviço, quando solicitado.

A punição para quem não cumprir as regras pode ser pagamento de indenização ou até a paralisação das atividades.

Uma pesquisa realizada pela ConQuist, empresa de consultoria especializada em atendimento, e divulgada pelo jornal O Globo, no dia 6 de agosto de 2008, questionou 40 empresas sobre os preparativos para a mudança. O resultado é que 56% das empresas estão com dúvidas e 89% acham que terão de aumentar o número de pontos de atendimento e rever alguns detalhes do remanejamento de pessoal, já que os salários dos funcionários variam de acordo com o posto que atuam dentro do esquema anterior.

As providências necessárias, de acordo com Roberto Madruga, presidente da ConQuist, são melhorar o nível de conhecimento dos atendentes e dos treinamentos, além de redesenhar estruturas internas e melhorar monitoramento de qualidade.

De acordo com o Sindec (Sistema Nacional de Informações de Defesa do Consumidor), que faz as estatísticas de acordo com os registros de atendimentos nos Procons de várias regiões do País, os clientes que buscam seus direitos nos órgãos de defesa do consumidor estão entre 21 e 40 anos e a maioria é do sexo feminino.

cias, as idéias e até mesmo as deliberações da casa”, diz Rêgo Filho. Tudo o que ocorre nas audiências públicas ou nas reuniões é tornado público através do site da Câmara, na internet.

O trabalho da comissão é fiscalizar os órgãos públicos nos assuntos relacionados à defesa do con-

sumidor, convocar ministros – se necessário –, fazer o acompanhamento de negociações para reajustes e mudanças que possam trazer alterações na vida dos consumidores e até sustar atos do Poder Executivo, caso ditem normas que não sejam de seu poder regulamentar. O canal de comunicação

com a população é através da internet – pelo site ou e-mail –, carta e telefone, com ligação gratuita. Outra maneira mais simples de reclamar os direitos é através dos Procons. São 27 unidades estaduais e 579 municipais.

Pequenos resultados

Diante de tanta pressão, as empresas já começaram a se mexer, incrementando o investimento em treinamento e tomando um cuidado maior com controle de qualidade, oferecendo dicas de proteção ao consumidor em seus sites corporativos e apostando no trabalho de pós-venda. Uma demonstração clara disso é o grande número de *recalls* que vêm ocorrendo, toda vez que é detectado algum erro no produto que possa lesar o consumidor.

Um cadastro elaborado pelo Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (DPDC) e divulgado pelo Ministério da Justiça em dezembro de 2007 também traz boas notícias: de cada dez reclamações no setor de telefonia apuradas entre setembro de 2006 e agosto de 2007, oito foram solucionadas. Entre as empresas que lideraram o número de queixas, a maioria passou a apresentar um alto percentual de atendimento às demandas dos consumidores, por causa das reclamações. “Estamos no caminho certo. O mais importante é que o consumidor conheça seus direitos e que, ao ter seu direito desrespeitado, busque os Procons e a Justiça”, diz Rêgo Filho. “Só assim será criada uma cultura de respeito ao Código de Defesa do Consumidor”. ☐



SUA MARCA CORRE RISCO NA INTERNET

POR CECI ALMEIDA

OS GRILEIROS VIRTUAIS E SEUS REGISTROS INDEVIDOS DE MARCAS COMO NOMES DE DOMÍNIO NÃO PARAM DE CRESCER. MAS, ENQUANTO EM NÍVEL INTERNACIONAL AS DISPUTAS SÃO TRATADAS NO ÂMBITO DO CENTRO DE ARBITRAGEM DA ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA PROPRIEDADE INTELECTUAL (OMPI), NO BRASIL ESTES CONTENCIOSOS SÃO LEVADOS À JUSTIÇA COMUM E DEMORAM ANOS PARA SEREM SOLUCIONADOS.



O uso ilegal de marcas na internet vai muito bem, obrigada. No mundo aberto e caótico da grande rede o controle sobre uma marca registrada tornou-se algo praticamente insustentável. Que o digam as pessoas conectadas em redes privadas que criam páginas e mais páginas e não hesitam em usar marcas de terceiros. É algo extremamente simples e barato – no Brasil, custa em média R\$ 30,00. E depois de criada, a página é oferecida ao verdadeiro dono da marca – por um preço infinitamente superior, diga-se de passagem. Não se trata da pirataria pura e simples, mas de novas formas de manipulação e de achaque.

Os especialistas deram a estas pessoas o nome de *cybersquatters*, ou grileiros virtuais. O problema não é novo, mas tem crescido de forma tão assustadora que acendeu o alerta amarelo no Centro de Arbitragem da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (Ompi), com sede em Genebra, referência internacional para solucionar disputas em torno de nomes de domínio. A organização recebeu, em 2007, 2.156 denúncias envolvendo *cybersquatting*, um crescimento de 18% em relação ao ano anterior e um assustador aumento de 48% em relação a 2005.

Desde o ano 2000, quando houve o *boom* de nomes de domí-

nio na grande rede, 22.301 endereços virtuais estiveram envolvidos em 12.334 denúncias de emprego de marcas registradas, abuso e má-fé no registro do nome de domínio. A Ompi detectou *cybersquatters* em 72 países. Os campeões são os americanos, seguidos dos franceses e ingleses. Os brasileiros estão na 15ª posição.

E quem são e o que querem os personagens desta prática, que se escondem em cantos obscuros da internet? Na maioria das vezes os “grileiros” são oportunistas que registram o nome de domínio apenas para obter bons acordos financeiros com os donos das marcas. No entanto, a prática é usada

também como forma de impedir a atuação de uma empresa no mercado internacional. Há ainda casos em que nomes de instituições financeiras são registrados com terminações diferenciadas para confundir os internautas e induzi-los a fornecer dados pessoais e bancários sigilosos, um crime conhecido como *phishing*.

Não importa o fim, uma característica vale para todos: os *cybersquatters* estão extremamente atentos ao mercado e são rápidos no gatilho. Alguns dos endereços virtuais irregulares se apropriaram de nomes absolutamente recentes,

como Airbus A-830 e de novas tendências, como o Facebook e o Myspace ou de eventos que ainda vão acontecer, como a Copa Mundial da FIFA na África do Sul, em 2010.

E enganam-se os que acham que a prática é exclusiva de jovens sem medo de se arriscar ou *hackers*. Entre os *cybersquatters* brasileiros há os que fazem desta prática seu sustento, como Maria Esmeralda Nunes, moradora de Pelotas (RS) e velha conhecida de um número considerável de empresas. Maria Esmeralda registrou dezenas de marcas como domínios e negociou

todos eles. Há inúmeras outras histórias no submundo da rede. De uma megaempresa mundialmente conhecida que comprou o nome de domínio que usava sua marca por “irrisórios” R\$ 200,00. E outra de um pai de família que comemorou a conclusão de uma difícil negociação de venda de domínio para uma empresa do ramo de brinquedos, por R\$ 2.000,00. “A mensalidade da escola de meu filho está garantida!”, exclamou.

Por trás desta prática há inúmeras explicações, desde a proliferação do uso da internet, ao despreparo e incompetência das autoridades encarregadas de combatê-la. A verdade é que leis e mecanismos de controle têm tido pouco sucesso para conter o uso indevido de marcas na internet, pois o mundo vem dando passos firmes em direção à flexibilização das regras para o registro dos nomes de domínio. O Brasil, que já se portou de forma muito mais restritiva, segue acertadamente a tendência internacional. Há pouco, os nomes de domínio com a extensão “.com” só eram permitidos a pessoas jurídicas pelo Registro.BR, o núcleo do Comitê Gestor da internet no Brasil (CGI) responsável pelo registro de nomes de domínio de empresas brasileiras. Além de estender o registro “.com” a pessoas físicas, o CGI liberou também as extensões “tv.br”, “fm.br” e “am.br” a qualquer pessoa jurídica, independentemente do ramo de atuação e de possuir licença específica da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), uma exigência que vigorou até o dia 1º de ju-

DOMÍNIOS REGISTRADOS POR “GRILEIROS”

ELETRÔNICO

Bang&Olufsen, Samsung, Sony

CULTURA E LAZER

Star Trek, Academie Awards, English national Ballet

MODA

Ralph Laureen, Prada, Armani

ALIMENTAÇÃO

Kraft, Chivas, Danone

FINANCEIRO

Morgan Stanley, Dow Jones

MEDICAMENTOS

Pfeizer, La Roche, Bayer, Sanofi

ESPORTES

Real Madri, Speedo, Adidas

TRANSPORTES

Toyota, Honda, Rolls Royce, Volkswagen, Air Tahiti, Porsche



lho deste ano. “Temos que ser restritivos, mas não podemos passar dos limites e sermos um obstáculo ao registro” destacou o presidente do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto.BR, Demi Getschko. Para ele “não há muito o que fazer” para combater a pirataria de marcas na área de domínios.

Então qual é a saída? Para especialistas, a resposta está nos modelos alternativos à Justiça comum, que pelo menos garantem um caminho mais rápido e menos oneroso para a solução dos casos. Desde 1999, a International Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN), entidade responsável pela distribuição do espaço para endereços eletrônicos internacionais, adotou a política uniforme de resolução de disputas sobre nomes de domínio por meio de centros conveniados de arbitragem. Diferentemente do que ocorre regularmente na Justiça, os árbitros convocados para opinar nos processos são especialistas no assunto.

No Centro de Arbitragem da Ompi, que reúne 42 países, as disputas são resolvidas *online* em aproximadamente três meses. O método custa cerca de US\$ 1,5 mil, além dos honorários advocatícios. Em 85% dos casos os titulares recuperaram as marcas registradas por *grileiros* como nome de domínio. Ocorre que o centro arbitral da Ompi resolve conflitos de domínios genéricos – como por exemplo, “.com”, “.net”, “.org”, “.mobi” e “.info”. E é exatamente aí que reside o problema. Os nomes de domínio envolvendo o código do País dependem de regulamentação nacional.

“ FALTA BOA VONTADE, INICIATIVA E ORGANIZAÇÃO NO CGI PARA A CRIAÇÃO DE UM CENTRO DE ARBITRAGEM NACIONAL ”

Para 54 países, entre eles o México, o Peru, a Austrália e a França, a saída foi submeter a regulamentação para os domínios nacionais às regras da Ompi. Nada mais fácil. Em outros, como o Chile e os EUA, foram criados fóruns de arbitragem nacionais. Já no Brasil, os conflitos envolvendo nomes de domínio “.br” ainda são obrigatoriamente resolvidos na Justiça comum. E não há até agora um movimento indicando que haverá no curto prazo opções ao atual padrão – oneroso e lento – para solução de discórdias envolvendo o uso de marcas por grileiros virtuais, o que reforça a posição de desvantagem do Brasil em relação aos outros países.


Segundo Getschko, há no CGI um entendimento de que as violações, em números absolutos, representam um percentual pequeno em relação ao universo de domínios registrados no país, o que, segundo ele, não justificaria a criação de um tribunal arbitral no País. “Estamos pensando se vale à pena criar uma câmara de solução de conflitos nacional”, disse. E mais: para Getschko o Judiciário tem respondido rapidamente aos conflitos envolvendo



MARIANA FURTADO
ADVOGADA DO ESCRITÓRIO MONTAURAY PIMENTA

a disputa de domínios.

A advogada Mariana Furtado, do Escritório Montauray Pimenta, especializado em Propriedade Intelectual, rebate o argumento. Segundo ela, uma ação envolvendo este tipo de conflito em tribunal que não é especializado demora em média cinco anos no Rio de Janeiro e nove anos em São Paulo. “Falta boa vontade, iniciativa e organização no CGI para a criação de um Centro de Arbitragem nacional. O nome de domínio é fácil e barato de ser pirateado. É preciso disponibilizar um modelo de solução de conflitos igualmente simples e barato”, reivindica.

Enquanto não se definem novos padrões, o Brasil assiste passivo à proliferação de abusos. E é com este pano de fundo que a grande maioria das empresas brasileiras que descobrem que suas marcas foram utilizadas indevidamente na internet opta em negociar com os *grileiros*, ao invés de suportar o ônus de enfrentar ações judiciais que se arrastam por anos e anos para conseguir fazer valer seu direito de uso exclusivo de suas marcas. Os *cybersquatters* agradecem! 

A TUTELA DO ESTADO SOBRE O DIREITO AUTORAL

MARIA ISABEL MONTAÑÉS
DIRETORA DA CONE SUL MARCAS E PATENTES



Um dos aspectos muito em voga atualmente sobre o Direito Autoral é o questionamento se o Estado deve intervir na tutela dos direitos autorais – tema, aliás, discutido no último Fórum de Direitos Autorais, promovido, recentemente, pelo Ministério da Cultura no Rio de Janeiro.

O Estado vem, por meio desses fóruns, mostrando uma grande pre-

ocupação com a classe de autores e buscando desenvolver um processo de verdadeira democracia, que lhes dê direitos e garantias. Há, entretanto, uma insatisfação generalizada sobre o tema, e os autores afirmam que a lei é omissa e seus direitos patrimoniais não são auferidos e pagos corretamente.

Temos aí duas vertentes importantes: a Lei e o órgão arrecada-

dor ECAD (Escritório Central de Arrecadação e Distribuição). Quanto à lei, compactuo minha opinião com aqueles que defendem que “a lei não irá solucionar a pirataria”. A Lei 9.610/98 dos direitos autorais não é omissa, inclusive está previsto no seu artigo 7º que “são obras intelectuais protegidas as criações do espírito, expressas por qualquer meio ou fi-

xadas em qualquer suporte, tangível ou intangível conhecido ou que se invente no futuro”.

Esse trecho da lei nos dá a nítida sensação de que o legislador, por medo de lacunas ou omissões, tornou a norma abstrata ao máximo, até futurista. Nesse diapasão, vemos que a internet está inclusa como meio de transmissão e comunicação dos direitos autorais. Logo, não há lacuna na lei, não se pode falar da existência de um mundo virtual e outro mundo real, como muitos apregoam. O mundo virtual não existe, ou melhor, nada mais é que a imitação do mundo real; e, a lei no mundo real é clara, “por qualquer meio”, os direitos autorais dos autores estão sim protegidos.

O autor, como o primeiro no elo da cadeia de direitos autorais, vem sofrendo, ao longo dos anos, inúmeras agressões aos seus direitos, tanto de pessoas menos avisadas quanto das que o fazem por dolo, ou daqueles para quem o ganho a qualquer preço está acima de tudo.

Durante os debates foi até cogitada a possibilidade do acréscimo de uma porcentagem pequena no valor dos equipamentos, que possam ser destinados à reprodução (rádios, CDs virgens, *ringtones* e outros). Tal procedimento teria como finalidade combater os *downloads* voluntários dos usuários da internet. Essa medida pode vir a ser uma forma de dirimir os prejuízos da arrecadação dos direitos autorais, contudo essa questão ainda carece de muitos estudos. Inclusive, no Reino Unido, foi assinado um memorando de intenções, onde os provedores da inter-

net manifestam que pagarão direitos autorais aos autores de músicas, baixadas pela internet.

Uma questão relevante a ser vista na lei dos direitos autorais é o seu artigo 18º que reza: “A proteção aos direitos de que trata esta lei independe de registro”. Nesse aspecto, entendo a intenção e o pensamento ontológico do legislador, se a criação tem como pressuposto o espírito criador, ninguém conseguirá reproduzir fielmente a obra de outrem. Impossível, pois já que não há ninguém igual ao outro, não há uma obra igual à outra. Mas daí induzir o autor a acreditar que os juízes, independentemente de provas concretas, darão ganho de causa aos seus intentos, é muita utopia.

Quando se está às portas do Judiciário, a prova é elemento fundamental e crucial para a veracidade do alegado. Mas, como proceder dessa forma se a obra independe de registro? Logo, quem alega tem de provar. E o registro das obras intelectuais deve, sim, ser feito, a fim de declararem sua titularidade, autenticidade e anterioridade.

O artigo 5º, XXVII, da Constituição Federal define que: “Aos autores pertence o direito exclusivo de utilização, publicação ou reprodução de suas obras, transmissível aos herdeiros pelo tempo que a lei fixar. Veja-se que o termo “reprodução” está no texto constitucional em seu sentido *lato sensu*.”

O artigo constitucional acima tem como mister o direito personalíssimo, que é irrenunciável, está inserido como uma cláusula pétrea, logo, não pode ser modificada. Se o direito dos autores

está previsto pela Constituição Federal como um direito fundamental, a tutela deste direito pertence ao Estado, não como um dever facultativo e sim como um dever normativo. Neste ponto, concluímos que a tutela é do Estado, por meio de uma Administração Indireta, fiscalizada e controlada. Aí, temos um ponto sensível.

Fiscalização mínima

Hoje, quem controla toda a arrecadação dos direitos autorais no Brasil é o ECAD, e vejam o artigo 1º do seu estatuto, que define a natureza jurídica da entidade: “O Escritório Central de Arrecadação e Distribuição, que adota em sua denominação a sigla ECAD, é uma associação civil de natureza privada sem finalidade econômica e sem fins lucrativos, com prazo de duração indeterminado, constituída por associações de direitos de autor e dos que lhes são conexos, na forma do que preceitua a Lei nº 5.988/73, com as alterações ditadas pela nova Lei Autoral de nº 9.610/98, de 19 de fevereiro de 1998”.

Agora, como o Estado permite que uma associação de natureza privada assumam os seus deveres de tutelar sem o mínimo de fiscalização? Apesar de se designarem “sem fins lucrativos”, sua arrecadação é milionária, enquanto os autores padecem e carecem de recursos para sua subsistência. Algo está errado, até o menos avisado assim o acharia.

Mas, não se pode esquecer por nenhum momento que no meio desta emaranhada confusão está o autor, o verdadeiro detentor dos direitos autorais. ■■

SURFANDO NA LEI DE PATENTES

DESDE SUA REGULAMENTAÇÃO, EM 1999, NO RASTRO DA LEI DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL, A INDÚSTRIA DE MEDICAMENTOS GENÉRICOS CONSOLIDOU-SE ABOCANHANDO BOA PARTE DO MERCADO FARMACÊUTICO. AGORA, ESTÁ DE OLHO NOS US\$ 60 BILHÕES, CORRESPONDENTES A PATENTES DE REMÉDIOS QUE VÃO EXPIRAR ATÉ 2011.



Vista pelas planilhas de vendas, a nascente indústria brasileira de medicamentos genéricos tem motivos de sobra para festejar. Só no primeiro semestre de 2008 despejou no mercado nacional 128,3 milhões de unidades, equivalentes a uma receita próxima à casa do bilhão de dólares – US\$ 994,1 milhões, mais precisamente – um salto olímpico de 45,8% em relação aos seis primeiros meses de 2007. Os dados, do IMS Health, instituto que audita o mercado farmacêutico no Bra-

sil e no mundo, revelam um crescimento superior ao das marcas tradicionais de medicamentos, cujas vendas (US\$ 6,4 bilhões), no primeiro semestre do ano, aumentaram em 31,2%. “O segundo semestre será ainda mais aquecido”, afirma Odnir Finotti, vice-presidente da Associação Brasileira das Indústrias de Medicamentos Genéricos (Pró Genéricos).

Ao que tudo indica, os próximos três anos serão ainda mais promissores. Segundo o IMS Health, medi-

camentos com vendas de US\$ 60 bilhões terão a patente expirada até 2011. O fato é que, desde a sua regulamentação em 1999, no rastro da Lei de Patentes, os ventos sopram a favor dos genéricos. O segmento construiu uma imagem positiva junto ao consumidor, uma vez que seus produtos são mais baratos que os remédios de referência. Além disso, sua presença no mercado, por força da concorrência, tem provocado queda dos preços de alguns medicamentos de marcas tradi-



cionais. Segundo a Pró-Genéricos, desde 2001, o consumidor economizou um total de R\$ 8,8 bilhões com a compra de genéricos. Atenas à expansão deste mercado, algumas das tradicionais indústrias de medicamentos, como a Novartis, estão diversificando e investindo também na produção de genéricos.

Medicamentos órfãos

A suposta agressividade comercial dos genéricos, entretanto, está longe de ser explicada pelas tradicionais regras que regem a concorrência. “Há uma idéia equivocada de que os genéricos, com preços mais baixos, denunciam uma política de preços aviltante praticada pelos fabricantes de marcas tradicionais”, diz o consultor Francisco Teixeira, especialista em patentes. De fato, não estão computadas nas planilhas de custos dos fabricantes de genéricos os vultosos investimentos em pesquisa e marketing feitos usualmente pelos grandes laboratórios ao lançarem seus produtos. “Os genéricos são cópias de medicamentos inovadores cujas patentes já expiraram, por isso são filhos da Lei de Patentes”, explica Teixeira. “Seus investimentos são infinitamente menores e, por este motivo, custam menos que os medicamentos de referência”.

Há também a idéia de que os genéricos são a panacéia para os males sociais brasileiros. Graças a eles, a população de baixa renda teria acesso a medicamentos básicos, antes inacessíveis. Segundo Teixeira, esta máxima, amplamente difundida, ignora o fato de que



“ OS INVESTIMENTOS NOS GENÉRICOS SÃO INFINITAMENTE MENORES E, POR ESTE MOTIVO, CUSTAM MENOS QUE OS MEDICAMENTOS DE REFERÊNCIA ”

muitos medicamentos que caem em domínio público são solenemente ignorados pela indústria de genéricos. São os chamados “medicamentos órfãos”, produzidos para doenças que afetam menos de 100 mil pessoas. “A verdade é que nem todo o mercado converte para o genérico e que esta indústria dá preferência aos medicamentos “blockbusters”, critica Francisco Teixeira.

Esta opção pelo medicamento bem-sucedido comercialmente ampara-se na idéia de expansão do mercado brasileiro de genéricos. “O futuro do genérico, em um país como o nosso em que a

indústria farmacêutica é muito limitada, é muito promissor”, acredita o vice-presidente da Pró Genéricos. “Quanto mais patentes vão vencendo melhor será o cenário para o setor de genéricos e, conseqüentemente, para o consumidor”. O argumento, entretanto, não encontra unanimidade entre analistas do setor. Para muitos, a indústria farmacêutica brasileira encontra-se em uma nova encruzilhada. Poderá ficar estagnada na produção de genéricos e limitada em sua articulação global ou, a partir desta base de cópia, reforçar sua capacidade inovadora e ampliar o seu campo de

atuação. Neste sentido, a escolha de alguns laboratórios nacionais, como o Aché, foi no sentido inverso da cópia. Ao invés de apostar em genéricos, deu passos decisivos na diversificação de sua produção, investindo em pesquisa e desenvolvimento de novos produtos, principalmente na área de biotecnologia.

Há quem defenda que o cenário ideal é aquele em que os dois dos principais segmentos farmacêuticos dividirão o mercado – na atual dinâmica mundial a inovação e a produção de genéricos são os caminhos para as empresas do

setor farmacêutico. Ou seja, a lei estimula a inovação e dá, como incentivo, a exclusividade ao investidor, por tempo limitado, para que este tenha uma justa remuneração. Os genéricos são a contrapartida: depois de passarem por testes de biodisponibilidade e bioequivalência, podem substituir os remédios eventualmente indicados nas prescrições médicas.

Só que nada é mais distante da realidade do que a imagem deste mercado ordenado. Na briga pelo consumidor, produtores de medicamentos genéricos e de marcas criam dificuldades um ao outro.

Para atenuar as perdas nas vendas após o término do prazo da patente, os grandes laboratórios tentam impor aos genéricos a extensão de prazos para o início da produção. Os EUA já conseguiram incluir nos acordos de livre comércio com alguns países – entre eles o Chile – uma cláusula segundo a qual os genéricos deverão esperar cinco anos para ser lançados no mercado após o fim da patente.

Dispositivo de exceção

A indústria de genéricos também contra-ataca. No Canadá, a empresa Bolar conseguiu, por

ENTENDA A LEI

A Resolução 391, de 09 de agosto de 1999, da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVS), regulamenta a Lei 9.787/99, estabelecendo as regras técnicas para os genéricos e dispõe sobre os demais tipos de medicamentos existentes:

- **De Referência:** produto inovador registrado na Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) e comercializado no País, cuja eficácia, segurança e qualidade foram comprovadas cientificamente. O nome genérico ou do princípio ativo deverá aparecer com 50% do tamanho da marca.
- **Similar:** aquele que contém o(s) mesmo(s) princípios ativos, concentração, forma farmacêutica, via de administração, posologia e indicação terapêutica, preventiva ou diagnóstica, do medicamento de referência; pode diferir somente em características relativas ao tamanho e forma do produto, prazo de validade, embalagem, rotulagem, excipientes e veículos, devendo sempre ser

identificado por nome comercial ou marca. Não pode ser intercambiável. Entre os medicamentos similares, existem hoje no País os com marca (o nome princípio ativo deverá aparecer com 50% do tamanho da marca) e os sem marca (o nome do princípio ativo aparece em 100%).

- **Genérico:** medicamento similar a um produto de referência, geralmente produzido após a expiração ou renúncia da proteção patentária ou de outros direitos de exclusividade, comprovada a sua eficácia, segurança e qualidade correspondente ao medicamento referência existente no mercado. Depois de realizado esses testes, poderá ser intercambiável com o medicamento de referência. O medicamento genérico da Lei deverá vir com o nome do princípio ativo em 100% e com a expressão “medicamento genérico - Lei 9.787”.

meio de decisão judicial acesso, antes da expiração do prazo da patente, à documentação técnica utilizada pela Roche para obtenção do registro original. Esse dispositivo de exceção possibilitou o lançamento mais célere do genérico no mercado canadense e passou a ser seguido pelos EUA. A exceção ficou conhecida como dispositivo Bolar e inspirou a indústria de genéricos do Brasil. Em 2001, a partir da introdução de uma modificação na Lei de Patentes, a indústria de genéricos passou a ter acesso aos estudos técnicos feitos pelos produtores de

fármacos ainda no período de vigência da patente para a realização de testes clínicos. O objetivo alegado seria antecipar o registro sanitário na Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), – um procedimento burocrático e moroso. Ocorre que os documentos originais da pesquisa, protegidos como segredo industrial pela legislação, são divulgados somente às autoridades regulatórias.

O resultado desta refrega são tribunais abarrotados de ações judiciais de proprietários de patentes que tentam limitar a divulgação destas informações com base na lei

da concorrência desleal. “A exceção inserida na Lei de Patentes possibilita ao produtor de genéricos iniciar a exploração comercial da patente em um prazo bem menor”, ressalta a advogada Andréa Gomes, do escritório TozziniFreire Advogados. “É claro que a indústria se sente prejudicada pois ela perdeu vários anos tentando obter a patente no INPI e ainda teve que aguardar o prazo para a obtenção do registro da Anvisa”. A discussão sobre os genéricos, como se vê, é complexa e não pode se limitar a análises simplistas, demagógicas e ufanistas, sustentadas pela repetição de clichês. **EE**



INSTRUMENTOS PARA AFINAR CONTRATOS MUSICAIS

DANIEL CAMPELLO QUEIROZ
ADVOGADO ESPECIALIZADO EM DIREITO AUTORAL



O advento das tecnologias digitais, e principalmente da possibilidade de difundir o conteúdo armazenado por meio das mesmas através da internet, voltou a acalorar as discussões acerca do tema dos direitos autorais, no Brasil e nos demais países. Entretanto, os debates têm se restringido a abordar a questão das novas mídias – sobretudo em virtude do acirra-

mento dos ânimos em torno da flexibilização dos direitos autorais –, e pouco abarcam a qualidade dos instrumentos contratuais que materializam a relação comercial entre editoras musicais e criadores de músicas. Muito ao diverso do que se dá em outras áreas do Direito, a doutrina autoral não se tem debruçado com o afincamento necessário em estudos que abarquem a prá-

tica contratual que disciplina essa relação, o que se nota por meio da perceptível escassez de trabalhos dedicados ao tema.

O fato é que a instrumentação utilizada no mercado da música contém alguns pontos que geram controvérsias. Com vistas a apontá-las, pode-se classificar em três espécies os contratos mais abundantes nessa indústria: contrato de ces-

são, contrato de edição e contrato de obra futura. Os dois últimos encontram-se positivados de maneira explícita, ainda que não da melhor forma possível, na lei que disciplina o tema (Lei 9.610/98 – LDA); porém, passaram a ser muito pouco praticados pelas editoras. Já o primeiro é o mais abundante, em razão de se tratar de uma criação oriunda das práticas desse mercado.

O compositor, por meio do contrato de cessão, transfere à editora seus direitos exclusivos sob a obra musical, estipulando uma remuneração a ser recebida quando da exploração econômica da mesma. Já à editora são previstas poucas obrigações – dentre as quais se destaca a de autorizar a utilização do repertório. Em razão de uma política de redução de riscos a curto prazo, tal espécie de instrumento passou a ser a regra no mercado editorial.

Porém, a utilização desses instrumentos pode gerar uma atmosfera de insegurança jurídica no cenário. Isto porque os referidos contratos dão margem a três desdobramentos, todos contidos nas cláusulas que os formam: 1) a transferência *definitiva* das obras para a editora; 2) a administração do repertório *baseado em interesses puramente econômicos*; e 3) a concessão de adiantamento ou “*advance*” como maneira de garantir sensível redução no risco do investimento.

O primeiro desdobramento é que as editoras passam a exercer a propriedade *definitiva* sobre as obras a partir da cessão. No entanto, ao assinar os contratos, na maior parte dos casos, os compositores não pretendem “vender”

suas obras às editoras, e sim entregar a uma empresa especializada a administração de seu repertório, com vistas a potencializar a utilização econômica de suas criações. Como resultado, há diversos pleitos judiciais ajuizados pelos cedentes, com vistas a retomar o controle sob as obras.

Outro ponto controverso é o fato de que, por deter o controle da utilização econômica da obra por todo o prazo de proteção legal, a editora musical passa a, em tese, poder autorizar o uso da mesma de acordo com interesses próprios. Assim, as editoras fixam os preços para a utilização das composições, sem consultar o compositor cedente, que, não raro, poderia pretender ver sua obra inserida em um disco independente de um artista em ascensão, por exemplo, cobrando pouco por esta utilização, que poderia ser importante para sua carreira.

Trata-se de mais uma prática que gera ganhos econômicos no curto prazo, mas que representa problemas a médio e longo prazo, uma vez que a Lei de Direitos Autorais (Lei 9.610/98 – LDA) determina que às editoras “*competem* fixar o preço da venda, sem, todavia, poder elevá-lo a ponto de embaraçar a circulação da obra.” (art. 60)

Disputas judiciais

Além desses dois desdobramentos, há a concessão do *advance*, isto é, uma espécie de adiantamento concedido ao compositor no momento da assinatura do contrato. Ocorre, porém, que os instrumentos costumam prever fórmulas para a recuperação desses adianta-

mentos, caso as obras cedidas não alcancem os patamares de vendas previstos pela sociedade editorial. Ainda, há previsão explícita de renovação automática do contrato até a quitação dos adiantamentos concedidos, não raro com a exigência de que sejam cedidas novas obras à editora, com vistas a potencializar economicamente o repertório. Mais uma vez, nota-se um mecanismo que em princípio representaria uma redução nos riscos do negócio; entretanto, a referida necessidade de devolução do *advance* para o encerramento dos contratos não raro redundam em disputas judiciais.

Há alguns exemplos das disputas apontadas no Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro. Em finais de 2005, o compositor Zé Ramalho teve que recorrer ao Judiciário para poder gravar suas próprias obras; a editora que as controla economicamente impediu que o intérprete Zé Ramalho gravasse o seu próprio repertório, alegando que caberia unicamente ao crivo da editora a autorização para a gravação das obras musicais do autor à mesma cedidas. O Juízo da 13ª Câmara Cível do TJRJ, em sede de agravo de instrumento, revogou liminar concedida à editora; permitindo, assim, que o compositor lançasse o CD com suas composições, interpretadas pelo próprio.

Dentre mais algumas decisões no mesmo sentido, destacam-se dois acórdãos, ambos também provenientes de Câmaras Cíveis do TJRJ, que demonstram o quanto a utilização dos referidos contratos podem causar prejuízos a médio e longo prazo para as sociedades

editoriais. A primeira foi proferida nos autos de Apelação Cível oriunda de ação anulatória de cláusula contratual movida pelo compositor Dudu Falcão em face de uma editora musical. O objeto do pedido do autor foi a anulação da aqui analisada cláusula que determina a prorrogação indefinida do contrato firmado até a recuperação total dos valores concedidos como adiantamento ao compositor, além da cessão de novas obras à editora.

O compositor ajuizou a ação anulatória, cujo pedido foi deferido pelo Juízo de primeiro grau; a editora, então, interpôs recurso de Apelação, e a decisão ratificou enfaticamente a sentença de primeiro grau, determinando que *“a previsão contratual da prorrogação automática do contrato, impondo ao Autor uma obrigação continuada de resgatar os adiantamentos concedidos através de empréstimos, por meio de novas obras, significa uma forma de aprisionamento da parte mais fraca da relação, o que não condiz com o princípio da livre vontade de contratar (...)”* (Apelação Cível 2005.001.42174 – Trecho do Voto do desembargador Relator José Geraldo Antonio, grifou-se)

A segunda decisão relevante também foi proferida nos autos de Apelação Cível, desta vez oriunda de ação de rescisão contratual movida pelos herdeiros do compositor Antonio Maria em face de empresa editorial. Com extremo didatismo, o Desembargador relator dissecou um contrato de cessão padrão utilizado pelas editoras musicais, demonstrando que, em virtude do conteúdo das cláusulas que formam o instrumento, a real natureza jurídica dos mesmos é a de contrato de

edição, e não de cessão.

Estabelece o Desembargador que *“a própria alegação de que há prazo, feita pela própria apelante, ajuda a desnaturar o contrato, pois nessa há transferência de direitos e isso se dá de forma permanente, sem qualquer prazo. Se precisaram as partes ajustar prazo (...) é porque ela mesmo reconhece que não há um contrato de cessão. (...) a cláusula quinta fixa a remuneração pela suposta cessão, em percentuais de venda, o que descaracteriza totalmente o contrato quanto a essa natureza jurídica. (...) a primeira apelante (...) se obrigou a, no decorrer dos anos, sempre que publicada a obra, arrecadar o valor devido e pagar aos titulares do direito autoral sua parte. Limita-se, portanto, a representar os titulares do direito autoral e a cobrar o que lhes é devido, para isso também recebendo. Inexiste real cessão de direitos (...) apesar das partes terem denominado o instrumento como “Contrato de Cessão de Direitos Patrimoniais de Autor”, na realidade, devido às cláusulas que formam o instrumento, cuida-se de “contrato de edição” previsto no artigo 53 da lei de regência (...) Logo, a prima facie cabe a rescisão, porque, vigendo o contrato sem prazo certo é possível ao titular do direito denunciá-lo, como mero exercício de um direito potestativo puro.”* (Apelação Cível nº 2006.001.59446, Des. Relator Sérgio Lúcio de Oliveira e Cruz – 15ª Câmara Cível – TJRJ, grifou-se).

Fica evidenciado, assim, em síntese, que, regra geral, os contratos de cessão praticados pelas editoras musicais em verdade têm natureza jurídica de edição, de modo que podem ser rescindidos a qualquer tempo. Resta claro, na mesma medida, que a rea-

valiação dos instrumentos contratuais que disciplinam tais relações deve estar no cerne dos debates em torno das necessárias mudanças na Lei de Direitos Autorais. A nosso sentir, a criação de uma cultura de respeito ao Direito Autoral passa por garantir um maior equilíbrio no que diz respeito a todas as partes envolvidas nas relações que permeiam a criação cultural.

Segurança jurídica

Note-se, a este respeito, que a LDA ainda permite a cessão definitiva, exigindo apenas como requisito necessário que a mesma se dê por escrito; estipulação contida no inciso II, do artigo 49. O fato de haver uma estipulação escrita, no entanto, não garante o equilíbrio contratual, apesar de emprestar maior segurança ao ato. Alterações legislativas que limitem temporalmente a cessão de direitos patrimoniais sob as obras, independentemente da espécie contratual, poderiam ser benéficas neste sentido, inclusive como meio de garantir aos criadores a efetividade da norma constitucional de fiscalizarem o aproveitamento econômico das suas criações.

São desafios para a ciência jurídica o equilíbrio e a disciplina das relações que regula, e é uma tarefa para o Direito Autoral que o compositor – base da cadeia produtiva da música – e as editoras musicais – responsáveis pela divulgação e administração das obras – tenham relações jurídicas expressadas em instrumentos que garantam maior segurança jurídica àqueles que visem a investir nesta atividade potencialmente rentável e de inegável relevância para nossa cultura. ■■