

PROTEÇÃO AOS NOMES DAS ETNIAS INDÍGENAS BRASILEIRAS JUNTO À DIRETORIA DE MARCAS DO INPI

Maysa Blay Roizman maysablav@gmail.com INPI

Walter Júlio Rosenstock walterjr@inpi.gov.br INPI

RESUMO – Existem no Brasil em torno de 220 diferentes povos indígenas. Um crescente número destas tribos tem buscado sua autonomia através do desenvolvimento de atividades econômicas, procurando assim se afastar do paternalismo e da dissipação sociocultural. Estas atividades podem resultar na oferta de produtos ou serviços ao mercado externo e, nestes casos, podem levar como marcas os nomes das tribos. Por outro lado, não indígenas também empregam, historicamente, nomes das etnias brasileiras para identificar produtos e serviços. Estes requerentes e titulares podem, através do uso destas marcas, estar enfatizando, nos seus produtos e serviços, o atributo de que são originalmente nacionais, ou de que são ecológicos e sustentáveis, ou ainda outras características. O INPI, no nosso entendimento, deve promover um estudo interno e com a sociedade, sobre a disponibilidade dos nomes das etnias indígenas brasileiras para registro como marcas.

PALAVRAS-CHAVE: Registro de marca; Identidade indígena; Produtos e serviços de origem indígena;

ABSTRACT – There are in Brazil today around 220 different Indian groups. A growing number of these tribes have struggled to become autonomous through the development of diverse economic activities, thus steering away from paternalism and the risks of social and cultural decadence. These activities may result in products or services to be offered to the outside market and, in these situations, it is very likely that the trademark will be the tribal name. At the same time, non-Indians have historically used Brazilian tribal names as trademarks for products and services. These names might be a way to emphasize the Brazilian national origin of products or services, or might attach an ecological value to them. It is our understanding that the Brazilian Patent and Trademark Office (INPI) should promote the discussion, both internally and with society, about the availability of Brazilian Indian tribal names for register as trademarks.

KEYWORDS: Trademarks; Indigenous identity; Indigenous Products and Services;

1. INTRODUÇÃO

Em 2011, membros da etnia Sateré-Mawé procuraram a Diretoria de Marcas do INPI em busca de sondar se o nome de sua tribo poderia ser registrado para identificar o principal produto que os distingue, o ‘guaraná’. Depois de pesquisa no Sistema de Marcas do INPI (SINPI) (SINPI, 2012), foi-lhes comunicado que havia registros e pedidos de marcas, por titulares e requerentes não indígenas, com o nome de sua etnia, e estes assinalavam o guaraná. A notícia de marcas anteriores impeditivas, corriqueira no cotidiano de examinadores de marcas, provocou nos índios Sateré um choque. Seu nome está religiosa e historicamente ligado ao fruto.

Este fato levou-nos à proposta de que o INPI promova o estudo sobre a proteção aos nomes das etnias indígenas nacionais na Base de Dados do SINPI. Para dar sustentação à proposta, perseguimos um roteiro, que é detalhado ao longo deste trabalho. Inicialmente, buscamos a existência de casos similares para este tipo de proteção no nosso Sistema de Marcas e no de outros países. Em seguida apresentamos, em maior detalhe, o caso da etnia Sateré-Mawé, seu trajeto, sua relação com o ‘guaraná’ e sua vinda ao INPI; depois, tratamos de exemplos de atividades econômicas de outras etnias que geram produtos e serviços que chegam aos mercados consumidores e podem eventualmente, converter-se em marcas; adiante, apresentamos o resultado da busca de outros 95 nomes de povos indígenas amazônicos no SINPI, e analisamos quantos destes são marcas no INPI, quem as requereu ou registrou, e para que fins; por último, apresentamos as conclusões e fazemos sugestões para um estudo no INPI sobre a proteção às denominações dos povos indígenas brasileiros.

2. METODOLOGIA

A metodologia empregada no presente trabalho consistiu de entrevista em visita de campo e de pesquisa de caráter bibliográfico e no Sistema de Marcas do INPI (SINPI). As informações sobre a comunidade Sateré-Mawé, foram obtidas através de entrevista realizada com ator do grupo indígena (Fraboni, 2011). A pesquisa bibliográfica que alicerça a proposta do trabalho foi feita a partir de artigos de jornal e de periódicos, na Lei da Propriedade Industrial (BRASIL,1996) e em material disponível na internet. Consultamos a Base de Marcas de quatro países; pesquisamos informações sobre grupos indígenas economicamente ativos; e empregamos informações disponíveis pela FUNAI e pelo SINPI para a construção das Tabelas 1 e Figura 2.

3. CASOS DE PROTEÇÕES ESPECIAIS NOS SISTEMAS DE MARCAS

Buscamos precedentes de proteção especial a determinados termos no SINPI e nas Bases de Marcas de outros países, especialmente os que possuem populações nativas indígenas, como México, Canadá, Austrália e Estados Unidos.

A Base de Marcas do INPI apresenta aos examinadores um rol especial de termos, a “Lista não-exaustiva de nomes associados à biodiversidade e ao uso costumeiro no Brasil” (MEC, 2007). A inserção destes termos no SINPI, cuja concessão é vetada para determinados segmentos de mercado, é um importante precedente na ampliação dos horizontes da propriedade industrial. A lista de elementos da Biodiversidade confere ao SINPI uma nova dimensão de caráter social (PANORAMA, 2002). Sua concepção se deu durante o Encontro de Pajés, em que 30 líderes de etnias de todas as partes do Brasil reuniram-se em São Luís do Maranhão. O encontro, organizado pelo INPI, promoveu a discussão sobre a proteção à Biodiversidade brasileira. Produziu-se aí, a Carta de São Luís (Encontro de Pajés, 2002), documento capital que tem como ponto de partida a Convenção da Biodiversidade.

Dos escritórios de marcas estrangeiros pesquisados, averiguamos que o USPTO confere às insígnias das tribos nativas americanas uma forma especial de proteção. A iniciativa partiu do ex-presidente Bill Clinton, e em 2001 foram introduzidas na base de dados de marcas daquele país as insígnias oficiais de etnias indígenas americanas. Estas informações são consultadas pelo examinador de marcas e o auxiliam em sua tomada de decisão quanto à ‘registrabilidade’ de determinada marca depositada. O USPTO informa que o objetivo disto é evitar a falsa associação entre o requerente e o grupo indígena e impedir que sejam registradas marcas que criem impressões enganosas quanto à origem dos produtos ou serviços oferecidos. (USPTO, 2001)

4. O CASO DO ‘WARANA’ DOS SATERÉ-MAWÉ

O caso do povo Sateré-Mawé ilustra o conflito que pode existir para grupos indígenas diante da existência de marcas anteriores, pedidos ou registros, em determinados segmentos de mercado, cujos requerentes ou titulares sejam não indígenas.

O Consórcio dos Produtores Sateré-Mawé (CPSM) veio ao INPI, em 2011, com dois objetivos: o de obter reconhecimento para seu guaraná nativo como Indicação Geográfica e o de averiguar se poderiam depositar no INPI a marca “Sateré-Mawé” para assinalar o seu ‘waraná’ nativo como produto.

A Indicação Geográfica que buscaram então para o “Guaraná Sateré-Mawé” deverá converter-se numa Denominação de Origem e, no momento, está em andamento - possui já sua logomarca (Figura 1).



Figura 1. Logomarca do Consórcio dos Produtores Sateré-Mawé

Quanto à marca com a denominação de seu povo, ficou revelado pela busca no SINPI que havia anterioridades. A marca “Sateré” está registrada no INPI, e assinala ‘guaraná’. Seu titular não é ligado aos Sateré-Mawé, ou pertence a uma entidade que os represente. O registro, concedido em 2000, foi já prorrogado para mais um decênio. O tempo de existência do registro excede o período regulamentar para que se instaure um Processo Administrativo de Nulidade ou uma Ação Judicial contra o registro. O termo “Mawé”, por sua vez, e a expressão completa “Sateré-Mawé”, sempre para assinalar guaraná, estão como pedidos depositados no INPI, e são de requerentes distintos, não indígenas.

A constatação de que havia um registro e pedidos depositados no INPI para o nome de seu povo foi impactante para os Sateré-Mawé. O nome “Sateré” indica o exato produto que distingue o grupo, o guaraná, fruto que está no centro da lenda de origem deste povo e que, no seu idioma, significa o “início de todo o conhecimento” (ISA, 2010). Estas quase 10.000 pessoas, reunidas em 100 aldeias, cultivam há centenas de anos o ‘waraná’ em seu território ancestral. Os Sateré domesticaram a planta silvestre e desenvolveram o processo de seu beneficiamento.

Há mais de uma década, trabalham os caminhos para sua autonomia econômica através do Conselho Geral da Tribo Sateré-Mawé – CGTSM e do Consórcio dos Produtores Sateré-Mawé – CPSM. Como resultado, colocaram seus produtos à venda no mercado nacional e internacional. (Fraboni, 2011). Os Sateré-Mawé chegaram aos sofisticados conceitos de certificação, registros e selo para seus produtos. Compreendem a importância destas ferramentas como forma de demonstrar ao mercado o valor do que produzem. São eles:

- Certificação de PRODUTO DE JARDIM FLORESTAL, reconhecida pelo *Forest Garden Product Inspection e Certification* (FGP), comprovam que cultivam seus produtos não somente como orgânicos, mas sem provocar o desmatamento e, sobretudo, salvaguardando a biodiversidade do

ecossistema – cultivam-nos consorciados em meio à floresta. (Fraboni, 2011).

- Certificação de PRODUTO ORGÂNICO, com a que buscam atestar a pureza dos produtos em relação à contaminação química, atestar as boas relações de trabalho e práticas ambientais. No mercado europeu, seus produtos levam o Selo de Certificação Orgânica da União Européia, certificado pelo FGP. No mercado brasileiro, onde o FGP não atua, ganharam o reconhecimento de produção orgânica pelo Instituto Biodinâmico (IBD). (Fraboni, 2011)
- São detentores de duas “Fortalezas” do Movimento Slow Food, o guaraná e o mel que produzem. (SLOW FOOD, 2012).
- Buscam junto à Diretoria de Contratos de Tecnologia e Outros Registros do INPI o reconhecimento de Indicação Geográfica, nos moldes de uma Denominação de Origem (mencionado acima) para seu guaraná nativo.
- Buscam junto à Diretoria de Marcas do INPI o registro de uma marca que identifique seus produtos no mercado.

Diante de sua produção e investimento, por um lado, e da existência das anterioridades impeditivas ao registro do nome Sateré, por outro, membros da tribo retornaram à Diretoria de Marcas do INPI em 2012, para requerer uma marca distinta da que inicialmente desejaram. A nova marca, já depositada, é um termo em seu idioma que possui um significado importante. Mas, ele não permitirá que o consumidor dos produtos típicos dos Sateré-Mawé identifique, de imediato, sua origem e qualidade.

5. A SITUAÇÃO ECONÔMICA DE OUTRAS TRIBOS

Decidimos conhecer projetos econômicos de outros povos indígenas brasileiros. Nosso objetivo, ao proceder nesta busca, foi verificar se seus produtos ou serviços estão chegando aos mercados externos, como observamos com os Sateré, e se buscaram registrar, suas marcas no INPI.

Vivem hoje no Brasil em torno de 820 mil índios, segundo dados do Censo 2010 (IBGE, 2010). São 220 povos que tem como um de seus grandes desafios a sustentabilidade ambiental, cultural e econômica dos territórios que ocupam, o que significa a gestão sustentável de seus recursos naturais e a continuidade de suas práticas socioculturais coletivas e de suas tradições.

Apresentamos seis casos de destaque, desenvolvidos em diferentes tribos indígenas do Brasil. São situações que geram produtos ou serviços que, através de suas próprias organizações ou de intermediários, chegam ao mercado consumidor externo. Os produtos são negociados em diversos estabelecimentos, como os que estão ligados ao movimento internacional do Comércio Justo (BIBLIOTECA SEBRAE, 2012), ou em lojas e feiras de produtos naturais, ou ainda em redes de lojas e supermercados convencionais. São eles:

- 1) Mel do Xingú que, desde 1996, é parte do Projeto Desenvolvimento de Alternativas Econômicas Sustentáveis e Manejo de Recursos Naturais e é desenvolvido pelo Instituto Socioambiental (ISA), em parceria com a Associação Terra Indígena Xingu (Atix). A apicultura é uma alternativa econômica sustentável para os povos que vivem no Parque Indígena do Xingu. O Mel do Xingú é vendido na rede de supermercados Pão de Açúcar, e está no seu sítio de internet, Caras do Brasil. (CARAS DO BRASIL, 2010).
- 2) Cestaria e Pimenta em Pó dos Baniwa, gerido pela Organização Indígena da Bacia do Içana (Oibi), pela Federação das Organizações Indígenas do Rio Negro (Foirn) e tem o apoio técnico do Instituto Socioambiental (ISA, 2007). A cestaria Baniwa é comercializada pela cadeia de lojas Tok & Stok em todo o Brasil (ISA, 2007). As pimentas Baniwa já estão presentes em restaurantes sofisticados e são comentadas em inúmeros sítios de internet. (Fraga, 2011)
- 3) Cajú, Juçara e bacuri, buriti e cajá, são os “Frutos do Cerrado”, uma parceria entre índios e pequenos produtores do Maranhão e do Tocantins. A produção é gerida pela Associação Wyty Catêe assessorado pelo Centro de Trabalho Indigenista (CTI), organização civil. O mercado de polpas de frutas é extremamente disputado, mas a ideia do projeto é fornecer produtos com origem social e ambiental diferenciada. Os frutos são coletados em áreas extrativistas e de plantio, onde o manejo é orgânico e livre de agrotóxicos. O projeto é integrado pela Agroindústria Frutasã, que realiza a coleta e o beneficiamento de polpas de frutas do Cerrado. (ISA, 2007)
- 4) Arte gráfica das mulheres Kayapó, Projeto Menire, originado em 2006 pela indigenista Carmen Figueiredo, é a primeira iniciativa voltada exclusivamente a elas. Ele é executado por uma parceria entre o Instituto Menire e o Instituto Kabu. As mulheres transferem os grafismos Kayapó para tecidos e adereços de miçanga. O objetivo do projeto é o de preservar e divulgar a cultura desse povo por meio de uma alternativa de renda sustentável para as mulheres. Os objetos, como painéis pintados com grafismos Kayapó e peças tradicionais confeccionadas em miçanga pelas índias podem ser comprados diretamente do grupo, pelo seu sítio de internet. (MENIRE, 2012)

5) Cestaria e outros utensílios dos Waimiri-Atroari, que emprega produtos florestais, como palhas, sementes, resinas, folhas, penas, resinas vegetais e outros. Os índios vendem seus produtos em lojas próximas das aldeias, e outras, em diversas localidades. Como exemplo de seu avanço econômico, em 2011, inauguraram sua oitava loja, no município de Presidente Figueiredo, na Amazônia. (BLOG DA FLORESTA, 2011)

6) Distintos grupos oferecem serviços de ‘turismo étnico’ recebendo turistas brasileiros e um crescente número de turistas estrangeiros. A etnia Pataxó, da Bahia, por exemplo, recepciona turistas com preços e programas pré-estabelecidos. Em Manaus, grupos indígenas também oferecem serviços de turismo para visitantes às suas aldeias. Esta é uma importante fonte de renda, que permite a permanência dos índios nos seus territórios e a manutenção das características culturais dos grupos. (Grellet, 2009)

As atividades econômicas descritas são mostras de que os produtos e serviços resultantes do trabalho destas etnias indígenas brasileiras estão, de fato, chegando aos consumidores externos. É razoável inferir que, à medida que estas se tornam mais expressivas, os grupos passam a constituir marcas para identificar os segmentos de sua atuação. Pesquisamos no SINPI os nomes das etnias Baniwa, Kayapó, Pataxó e Waimiri-Atroari, citadas acima, para verificar se há pedidos ou registros com estes termos.

Os Baniwa e os Waimiri-Atroari possuem registros de marcas. O primeiro grupo, tem duas marcas “Arte Baniwa”, uma para cestaria, e outra para publicações. Os Waimiri-Atroari, através de sua associação, possuem três registros com o nome da tribo, um para comércio de artesanato, outro para publicações e o terceiro para os serviços de organização de feiras e eventos.

Já os Kayapó e Pataxó não possuem marcas no INPI. Outros requerentes ou titulares, entretanto, possuem pedidos e marcas com estas denominações. Para o nome Kayapó, existem marcas com grafias distintas (Kayapó, Kaiapó, Caiapó) que assinalam produtos como alimentos, cosméticos, medicamentos, cerâmica, sementes, e os serviços de agropecuária e turismo. No caso do nome Pataxó, há duas ocorrências no SINPI, para alimentos e serviços radiofônicos.

Estas informações reforçam a ideia de que o INPI deve promover o debate sobre a melhor maneira de assegurar às nações indígenas brasileiras a proteção aos nomes de seus povos e sobre a proteção dos consumidores, que podem, ao adquirir produtos ou serviços com nomes de povos indígenas, estar sendo enganados quanto à sua origem.

6. O USO DE NOMES DE NAÇÕES INDÍGENAS BRASILEIRAS COMO MARCAS NO INPI

Expandimos a pesquisa por nomes de etnias indígenas no SINPI, para os nomes de 95 grupos indígenas conhecidos que hoje habitam a região amazônica. Verificamos se há pedidos e registros de marcas para os nomes dos povos do Acre, Amazônia, Rondônia, Roraima e Pará (as etnias do Amapá estão presentes também nos outros estados listados e não são mencionadas). Os nomes das etnias são os que estão listados para a Região Norte no sítio de internet da Fundação Nacional do Índio (FUNAI, 2012).

Nosso objetivo é saber, quando os nomes constam do SINPI, por quem foram depositados e para que fim. Os resultados da pesquisa estão na Tabela 1.

Tabela 1. Denominações de povos indígenas da região Norte do Brasil e sua presença no Sistema de Marcas do INPI (SINPI).

A. Nome da nação indígena da Região Norte do Brasil:	B. Parte Nominativa da Marca Requerida ou Registrada	C. Data do Pedido de Marca	D. Pedido/ Registro Arquiv. Extinto	E. Produto/ Serviço	F. Estado de origem da tribo
1. Arara	X				Acre
2. Ashaninka	X				Acre
3. Deni	X				Acre
4. Jaminaua	X				Acre
5. Katukina	X				Acre
6. Kaxinawá	Kaxinawá	2001	2 Arquiv.	Turismo (SP)	Acre
7. Kulna	X				Acre
8. Manxineri	X				Acre
9. Nawá	Nawá	1976 1998	3 Arquiv. 4 Arquiv.	Material Cirúrgico Eletrônicos Com. e Prod. Courc Vegetal	Acre
10. Nukuini	X				Acre
11. Poyanawá	X				Acre
12. Shanaenawá	X				Acre
13. Yawanawá	Yawanawá	2006	1 Arquiv.	Cestaria	Acre
14. Apurianã	Aripuanã	1983 1983 1983 2011	1Arquiv. 1Arquiv. 1Arquiv. 1Pedido	Mineração (PA) Obras Agropec. Alimento	Amazonas
15. Arapáso	X				Amazonas
16. Banará-Jafí	X				Amazonas
17. Baniwa	Baniwa	2004	2 Registros	Cestaria e Publicações	Amazonas
18. Barasana	X				Amazonas

19. Baré	Baré	1983	3Arquv 2Registros	Alimentos (AM)	Amazonas
20. Desána	Desana	2002	2 Arquiv.	Serv. Financ.(SP)	Amazonas
21. Isse	Isse	2003	1 Pedido	Cosméticos (SP)	Amazonas
22. Jarawará	X				Amazonas
23. Juma	Juma	2003	1 Registro	Cosméticos (SP)	Amazonas
24. Juritu	X				Amazonas
25. Kaixana	X				Amazonas
26. Kambemba	X				Amazonas
27. Karafawyana	X				Amazonas
28. Karinawa	X				Amazonas
29. Katawixi	X				Amazonas
30. Katvená	X				Amazonas
31. Kaxarati	X				Amazonas
32. Kaywisana	X				Amazonas
33. Kina	X				Amazonas
34. Knamanti	X				Amazonas
35. Knamari	X				Amazonas
36. Kobena	X				Amazonas
37. Kokama	X				Amazonas
38. Mariman	X				Amazonas
39. Marubo	Marubo	2012	2 Registros	Madeira plásticas,[PR]	Amazonas
40. Matis	Matis	1983 1993	4 Arquiv. 1 Registro	Cosméticos (SP) Medicamentos (SP) Cosmético (SP)	Amazonas
41. Mawariana	X				Amazonas
42. Mawé	Mawé Sateré Mawé Maués	1991 2001	1Extinto 1 Ex. Rec. 9- Arquiv. Sobrest. e Pedido	Prods. Químicos (SP) Alimento (Guaraná) (MT) Alimento (Guaraná) (MT)	Amazonas
43. Mayá	X				Amazonas
44. Mayoruna	X				Amazonas
45. Mirití	Miriti	1983 2010	5 Arquiv. 1 Pedido	Eventos, (DF) Cosméticos, Alimentos Couro	Amazonas
46. Miranha	X				Amazonas
47. Parintin	X				Amazonas
48. Paumari	Paumari	1993	1 Arquiv.	Metais preciosos e semi-[RJ]	Amazonas

			1 C/Pan	Cosméticos (SP)	
49. Pira-tapuya	X				Amazonas
50. Sateré	Sateré Sateré Mawé		7Arquiv.	Guaraná (RO)	Amazonas
51. Suriana	Suriana		1 Registro 1 Pedido	Pedras /Madeira (SP)	Amazonas
52. Tariana	Mineração Tariana	2000	2 Registros	Mineração (SP)	Amazonas
53. Tenharin	X				Amazonas
54. Tuyuca	X				Amazonas
55. Waimiri- Atroari	Waimiri Atroari	1997 2003	1Arquiv. 3 Registros	Roupas (GO) Comércio Artesanato /Impressos/feiras e eventos	Amaz/ Ro
56. Warekena	X				Amazonas
57. Wayampi	X				Amazonas
58. Xeréu	X				Amazonas
59. Yamamadi	X				Amazonas
60. Yanomami	Yanomami	1988 , 1990 1995 2001	6 pedes. Arq. 2 Registros	Vestuário Cosméticos Alimentos Vestuário	Amaz/ Ro
61. Anambé	Anambé	2006	1Arquiv.	Alimentos	Pará
62. Apiaka	Apiaka	2010	2 Pedidos	Alimentos/ restaurante	Pará
63. Juruna	Juruna	1983 2011	2 Extintos 2 Arquiv. C/ PAN 1 Pedido	Alimentos Turismo Art. Fumo Sementes	Pará
64. Parakanã	Parakanã	1997	2 Arquiv.	Engenharia	Pará
65. Suruí	Suruí	1984	1 Arquiv. 1Registro	Alimento Posto gasolina	Pará/ Rondônia
66. Zo'e	X				Pará
67. Ingaricô	X				Roraima
68. Mucuxi	X				Roraima
69. Patamona	X				Roraima
70. Taurepang	X				Roraima
71. Wapixana	X				Roraima
72. Waiwai	Waiwai	2006 2011	14Arquiv. 1Pedido	Bijuterias e Jóias Alimentos	Roraima
73. Galibi	X				Roraima
74. Galibi- Maworno	X				Roraima

75. Karipuna	X				Rondônia
76. Palikur	X				Rondônia
77. Wayana-Apalai	Apalai	1990 1992	1 Arquiv 1 Registro	Vestuário Vestuário	Rondônia
78. Ajuru	X				Rondônia
79. Aikana	X				Rondônia
80. Amondawa	X				Rondônia
81. Arikapu	X				Rondônia
82. Ariken					Rondônia
83. Aruá	Aruã	1992 1994 2006 2006	1 Registro 4 Registros	Obras empreend. Alimentos Prods. Limp. Prods. Quim.	Rondônia
84. Kanoê	Kanoé	2011	1 Pedido	Vestuário	Rondônia
85. Karipuna	X				Rondônia
86. Karitiana	X				Rondônia
87. Kaxarari	X				Rondônia
88. Koiaia	X				Rondônia
89. Kujubim	X				Rondônia
90. Mutum	Mutum	1985 1991	6Arquiv. 1 Registros	Alimentos Medicamentos	Rondônia
91. Nambikuara	X				Rondônia
92. Pakaanova	Pakaanova	2003	1 Arquiv.	Vestuário	Rondônia
93. Paumelenho	X				Rondônia
94. Tupari	X				Rondônia
95. Urupá	Urupá	1983 1995 2010	1 Registro 1 Arquiv. 1 Pedido	Alimento Madeiras (PR) Alimento	Rondônia

- Em vermelho, pedidos ou registros de titularidades indígenas
- Em verde, nomes indígenas e de municípios (o que dificulta e confunde a busca).

A Tabela 1 revela que dos 95 nomes de nações indígenas brasileiras pesquisados no SINPI, com variações de grafia, 35 foram encontrados. Destes, quatro (em vermelho na Tabela 1) tiveram como requerentes os próprios grupos indígenas, através de associações ou outras entidades a eles ligadas. As 31 denominações restantes encontradas foram pedidas por um ou mais requerentes não indígenas, uma média de quatro vezes por denominação.

Na Figura 2, o círculo maior, no seu todo, representa as 95 denominações de nações indígenas buscadas no SINPI. No número 1, em verde, está a proporção de 63% do todo, que são os nomes de etnias não encontrados no sistema. No número 2, em amarelo, estão as 33% denominações encontradas no SINPI, depositadas ou registradas por não indígenas; no

número 3, em rosa, está a percentagem de 4% , que são marcas depositadas ou registradas por grupos indígenas.

O círculo menor, à direita da Figura 2, representa, no seu total, a percentagem de 33% (31 nomes do total de 95) das marcas encontradas, depositadas por não indígenas. Estão aqui divididas em três grupos: a parte que leva o número 4, em lilás, representa a parcela de 80% das marcas encontradas, que assinalam produtos ou serviços que os grupos indígenas podem também requerer, como alimentos, cosméticos, medicamentos, produtos da agricultura, como sementes, e serviços de turismo e eventos; no número 5, em laranja, está a parcela de 16% das marcas encontradas, que são marcas requeridas por não indígenas em segmentos de mercado que não são regularmente associados aos povos indígenas, como materiais cirúrgicos e elétricos, serviços financeiros, produtos químicos e postos de gasolina; por fim, no número 6, em azul, está a parcela de 4% de pedidos ou registros encontrados, que indicam serviços de mineração e obras de engenharia – o que nos faz conjecturar se correspondem à execução nos territórios por eles indicados em suas marcas.

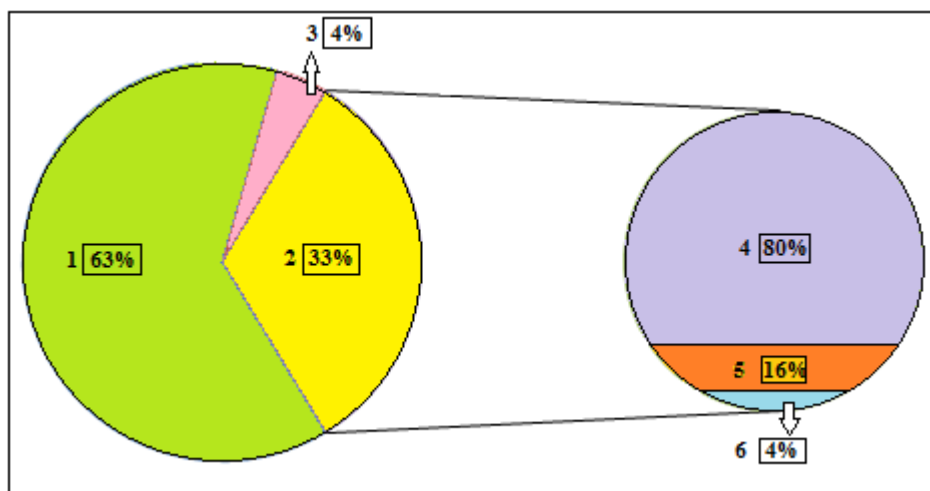


Figura 2. Etnias Indígenas Amazônicas buscadas no SINPI

- 1- Proporção de nomes de etnias indígenas não encontrados
- 2- Proporção de pedidos/registros de não indígenas
- 3- Proporção de pedidos/registros de grupos indígenas
- 4- Proporção de pedidos/registros que assinalam prods. ou servs. associados aos povos indígenas
- 5- Proporção de pedidos/registros que assinalam prods. ou servs. não associados aos indígenas
- 6- Proporção de pedidos/registros que assinalam prods. ou servs. que podem ser voltados para execução nos territórios indígenas.

7. CONCLUSÕES

O estudo realizado procurou alicerçar a proposta de que o INPI promova um fórum para debate sobre a proteção, em seu Sistema de Marcas, aos nomes das etnias indígenas brasileiras. Com este fim, apresentamos o antecedente de proteção às insígnias de nativos americanos dentro do Sistema de Marcas do USPTO e comentamos que seu objetivo é impedir que sejam registradas marcas que criem impressões enganosas quanto à origem dos produtos ou serviços oferecidos (USPTO, 2001). Em seguida, mostramos como os nomes dos elementos da Biodiversidade brasileira, inseridos no Sistema de Marcas do INPI, criaram um importante antecedente de ampliação dos horizontes da propriedade industrial para uma nova dimensão de caráter social.

Ainda, e a favor da proposta deste trabalho, vimos que diversos povos indígenas brasileiros estão buscando trilhas para uma economia ecológica e sustentável, e como seus produtos e serviços estão chegando ao consumidor brasileiro e estrangeiro. Apontamos que algumas destas etnias já buscaram o INPI para registro de suas marcas, normalmente os nomes de seus povos. Seu direito deve ser resguardado.

E mais, em favor também do objetivo deste trabalho, está o fato de que não indígenas depositam um número expressivo de marcas no INPI com nomes de povos indígenas, como demonstramos. Se no passado, marcas famosas como TV Tupi, Biscoito Aymoré, ou aviões Xingú ou Xavante, da Embraer, expressavam o orgulho de serem nacionais, hoje o emprego destas denominações pode estar conferindo aos produtos e serviços assinalados a aura de ecológicos, um forte diferencial de mercado.

O fórum de debate que sugerimos ao INPI deverá, no nosso entendimento, envolver a FUNAI, grupos indígenas, outros indivíduos e entidades legitimamente interessadas e o Ministério Público, na tutela dos interesses das populações indígenas e na defesa dos interesses do consumidor. Sugerimos que se apóie na LPI (BRASIL, 1996), nos instrumentos legais relativos aos direitos das Sociedades Indígenas, nos conceitos de Direitos Difusos, aplicados pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC) (CDC, 1990), no seu Art 81, § único, e em outros instrumentos legais.

Disse Anne Chaser, funcionária do USPTO, quando os dados sobre as insígnias de nativos foram inseridos na Base de Marcas daquele escritório: “Nós nos perguntamos que modificações o USPTO poderia fazer para melhor proteger os direitos das tribos nativas americanas. Haveria melhor maneira do que usar a Base de Dados do Sistema de Marcas para tornar mundialmente conhecidas as insígnias oficiais protocoladas pelas próprias tribos?” (USPTO, 2001). Fazemo-nos perguntas equivalentes: pode o INPI promover modificações em seu sistema, além das já realizadas - em relação aos elementos da Biodiversidade brasileira - para melhor proteger os direitos das nações indígenas do Brasil? Haverá uma melhor maneira de usar o Sistema de Marcas do INPI para tornar

mundialmente conhecidos e reconhecidos os nomes e o trabalho das 220 nações indígenas brasileiras em prol da sustentabilidade do Planeta Terra?

REFERÊNCIAS

BIBLIOTECA SEBRAE, Relatório da Pesquisa Mundial de Comércio Justo, Brasília: SEBRAE. Parte 1/ Joahann Schneider, 2012, <[http://www.Biblioteca.Sebrae.com.br/bds/bds.nsf/7D291B7A27599E288325798800431E4B/\\$File/NT00047336.pdf](http://www.Biblioteca.Sebrae.com.br/bds/bds.nsf/7D291B7A27599E288325798800431E4B/$File/NT00047336.pdf)>. Acesso em 13 jun. 2012.

BLOG DA FLORESTA. Índios Waimiri-Atroari inauguram sua oitava loja de artesanato. Amazônia, 2011. <<http://www.blogdafloresta.com.br/politica/4017-indios-waimiri-atroari-inauguram-a-sua-oitava-loja-de-artesanato.html>>. Acesso em 12 jun. 2012

BRASIL. Lei nº. 9.279, de 14 de maio de 1996. [Lei da Propriedade Industrial]. **Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial.** Disponível em <<http://www.inpi.gov.br>> Acesso em 8 jul. de 2012.

CARAS DO BRASIL, Associação Xingú, São Paulo 2010. <<http://www.carasdobrasil.com.br/assoc-xingu/>>. Acesso em 07 jun. de 2012.

CDC Código de Defesa do Consumidor. *Lei nº 8.078/90*. Brasília. Diário Oficial da União, 1990.

Fraga, O. Treze à mesa e a poderosa jiquitaia. **Estado de São Paulo**, São Paulo, 24 de agosto de 2011, Caderno Paladar, p. 1.

Fraboni, M. Maurizio Fraboni. Depoimento [Out, 2011]. Entrevistadora: Maysa Blay Roizman. Parintins, Amazônia, 2011. Em aparelho eletrônico de voz (30 min). Entrevista concedida no encontro, na sede da Embrapa, MAPA/INPI/CPSM.

Encontro de Pajés. Carta de São Luís pede participação indígena nas decisões; fl.29 a 33 e Graça Aranha, José, A função social da Biodiversidade, fl.25 a 28; ambos in: PANORAMA DA TECNOLOGIA, Ano VII, nº 19, março de 2002, INPI/Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comercio Exterior, Rio de Janeiro, RJ, 2002.

FUNAI, Fundação Nacional do Índio. Povos Indígenas. Quadro das etnias hoje. Brasília.2012. < <http://www.funai.gov.br/index.html>>. Acesso em 10 jun. 2012.

Grellet, F. Turistas pagam \$800 para viver em aldeia indígena na Bahia. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 28 de novembro de 2009. Turismo, p. 2.

IBGE Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Entre 1991 e 2010, população indígena se expandiu de 34,5% para 80,5% dos municípios do país, Brasília, 2010,

<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=2119&id_pagina=1>. Acesso em 8 jun. 2012.

ISA, Instituto Socioambiental, **PIB Povos Indígenas Brasileiros**. Marcas Indígenas, Valorização dos produtos indígenas. Brasília. 2007. <<http://pib.socioambiental.org/pt/c/iniciativas-indigenas/alternativas-economicas/marcas-indigenas>>. Acesso em 10 jun. 2012

ISA, Instituto Socioambiental. **PIB Povos Indígenas Brasileiros**. Sateré Mawé. Brasília. 2010. <<http://pib.socioambiental.org/pt/povo/satere-mawe>>. Acesso em 5 e 6 jun. 2012.

MEC Ministério da Educação. “**Lista Não-Exaustiva de Nomes Associados à Biodiversidade de Uso Costumeyo no Brasil**”. Portal do Professor. Brasília 2007 <<http://portaldoprofessor.mec.gov.br/storage/materiais/0000012153.pdf>> Acesso em 5 jun. 2012.

MENIRE, Instituto Menire, Projeto Menire, Território Kayapó, Amazônia 2012, <<http://www.menire.org/instituto/projeto-menire/>>. Acesso em 12 jun. 2012.

PANORAMA DA TECNOLOGIA. INPI Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Ano VIII, Nº 19. Rio de Janeiro, Março 2002.

SINPI – Sistema Integrado de Propriedade Industrial, Módulo finalístico de Marcas. Base Informatizadas de Dados Marcários, da Diretoria de Marcas do INPI. Acesso em jun. de 2012.

SLOW FOOD BRASIL. Apaixonados por gastronomia. Itália. 2012. <<http://www.slowfoodbrasil.com/>> . Acesso 18 Jun 2012.

USPTO the United States Patent and Trademark Office. Estados Unidos. Press Release. 2001. USPTO Establishes Database of Official Insignia of Native American Tribes. <<http://www.uspto.gov/news/pr/2001/01-37.jsp>>. Acesso 10 out 2011.

Figura 1, autorizado o uso pelo Tuxaua de Nova União - Rio Andirá, Sr. Obadias Batista Garcia., RG: 0769676-0/ CPF:385.043.162-20