

REVISTA DA OMPI

SETEMBRO DE 2022

Nº 3



Stogie T: hip-hop, PI e aquele jazz todo

p. 8



Com o Hydraloop, o estresse hídrico se combate em casa

p. 2



Preservando o patrimônio cultural sérvio: o caso dos tapetes “kilim de Pirot”

p. 33



Construindo
futuros
sustentáveis com
conhecimentos
tradicionais na
Nova Caledônia

p. 25

Caros leitores,

É com satisfação que informamos que, a partir de janeiro de 2023, a Revista da OMPI será publicada exclusivamente em formato digital.

Com essa mudança, poderemos proporcionar aos nossos leitores um fluxo mais regular de conteúdos sobre temas atuais relacionados à propriedade intelectual, à inovação e à criatividade. Essa transição também está alinhada ao compromisso da Organização de reduzir sua pegada de carbono.

Para receber a versão digital da Revista da OMPI, inscreva-se em: https://www3.wipo.int/newsletters/en/#wipo_magazine



Sumário

- 2 Com o Hydraloop, o estresse hídrico se combate em casa
- 8 Stogie T: hip-hop, PI e aquele jazz todo
- 13 eSports: panorama de uma (não tão) nova fronteira do entretenimento digital
- 19 Economia digital: a busca por novos mecanismos de governança
- 25 Construindo futuros sustentáveis com conhecimentos tradicionais na Nova Caledônia
- 33 Preservando o patrimônio cultural sérvio: o caso dos tapetes “kilim de Pirot”
- 39 China explora o potencial do blockchain para promover o desenvolvimento de tribunais inteligentes
- 43 Marca-país: muito mais que um símbolo cosmético

Agradecimentos:

- 2 **Marcelo di Pietro Peralta**, Prêmios da OMPI, OMPI.
- 8 **Nadine Hakizimana**, Setor de Parcerias e Desafios Mundiais, OMPI
- 13 **Paolo Lanteri**, Divisão de Direito de Autor, OMPI
- 19 **Ulrike Till** e **Alica Daly**, Divisão de PI e Tecnologias de Fronteira, OMPI
- 25 **Daphné Zografos-Johnsson** e **Leticia Caminero**, Divisão de Conhecimentos Tradicionais, OMPI
- 33 **Ryszard Frelek**, Divisão para os Países em Transição e Países Desenvolvidos, e **Alexandra Grazioli**, Registro de Lisboa, OMPI
- 39 **Deng Yuhua**, Escritório da OMPI na China
- 43 **Marcus Höpperger**, Departamento de Marcas, Desenhos Industriais e Indicações Geográficas, OMPI

Editora: **Catherine Jewell**

© OMPI, 2022



Atribuição 4.0
Internacional (CC BY 4.0)

O usuário tem a possibilidade de reproduzir, distribuir, adaptar, traduzir e executar em público o conteúdo da presente publicação, inclusive para fins comerciais, sem autorização expressa, sob a condição de que a OMPI seja mencionada como fonte e que quaisquer modificações efetuadas no conteúdo original sejam claramente indicadas.

As adaptações, traduções e obras derivadas não podem, em hipótese alguma, ostentar o emblema ou o logotipo oficial da OMPI, salvo se tiverem sido aprovadas e validadas pela OMPI. Para quaisquer pedidos de autorização, queira entrar em contato conosco através do site Web da OMPI.

Quando o conteúdo publicado pela OMPI incluir imagens, gráficos, marcas ou logotipos pertencentes a terceiros, o usuário de tal conteúdo será individualmente responsável pela obtenção dos direitos junto ao titular ou aos titulares desses direitos.

Para ver um exemplar dessa licença, queira consultar o seguinte site: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.pt>

Imagens da capa:

Da esquerda para a direita:
OMPI/Berrod; cortesia da Hydraloop;

© Slavica Ćirić

Imagem principal:

Quentin Fahrner / Unsplash

Com o Hydraloop, o estresse hídrico se combate em casa

Catherine Jewell, Divisão de Informações e Comunicação Digital, OMPI



(Da esquerda para a direita: Arthur Valkieser, Sabine Stuiver, Daren Tang, diretor geral da OMPI, e Tatiana Molcean, embaixadora da Moldávia no Escritório das Nações Unidas em Genebra e presidente da Assembleia Geral da OMPI). Em julho de 2022, a Hydraloop, empresa fundada por Arthur Valkieser e Sabine Stuiver, ficou entre as cinco vencedoras da edição inaugural dos Prêmios Mundiais da OMPI, cujo objetivo é celebrar as conquistas das pequenas e médias empresas que usam a propriedade intelectual para gerar impactos positivos dentro e fora de seus países.

O sistema descentralizado de reciclagem de águas cinzas Hydraloop possibilita uma redução de até 45% tanto no consumo de água como na emissão de águas residuais por domicílios. Em um momento em que as temperaturas cada vez mais elevadas provocam tragédias em todo o planeta, prolongando os períodos de seca e agravando o estresse hídrico, essa premiada solução de tratamento de água não poderia chegar em melhor hora.

Arthur Valkieser e Sabine Stuiver, casal de holandeses por trás do Hydraloop, tomaram para si a missão de encontrar uma solução para a grave crise hídrica do planeta, que vem se aprofundando cada vez mais. Em 2015, os dois bem-sucedidos empreendedores

abandonaram a aposentadoria para desenvolver um sistema domiciliar de tratamento de água que fosse descentralizado e respondesse às aspirações dos consumidores. A empresa Hydraloop, que o casal constituiu para desenvolver o sistema de mesmo nome, ficou entre as cinco vencedoras da primeira edição dos Prêmios Mundiais da OMPI para PMEs, cujo anúncio aconteceu em julho deste ano. Valkieser e Stuiver acreditam que o prêmio da OMPI constitui um estímulo importante para o seu esforço de disseminar mundialmente essa engenhosa solução de tratamento de água.

O que os levou a investir em reciclagem de água e criar a Hydraloop?

Stuiver: Os recursos de água doce de nosso planeta são finitos. As mudanças climáticas estão causando estiagens severas e o estresse hídrico é um desafio para inúmeros países, inclusive no continente europeu. Estimativas indicam que até 2030, cerca de 700 milhões de pessoas em todo o mundo podem ser deslocadas devido à escassez de água. Apesar dessa realidade alarmante, continuamos a usar água doce para alimentar nossos vasos sanitários, lavar roupas e regar nossos jardins. Não faz o menor sentido. Por isso, quando o Arthur teve a ideia de criar um sistema descentralizado de reciclagem de águas cinzas, sentimos que era nossa obrigação colocá-la em prática. Abandonamos nossa aposentadoria no sul da França e voltamos para a Holanda para desenvolver a tecnologia e a empresa.

Valkieser: Até 2050, haverá dois bilhões de pessoas a mais no mundo e nossas necessidades de água serão 55% maiores do que hoje, de modo que eu não podia simplesmente ignorar essa ideia que tive. Precisava fazer alguma coisa com ela. A crise hídrica atual é um alerta para aqueles que ignoraram todas as evidências de que haveria uma escassez crescente de água. A boa notícia, porém, é que podemos contribuir para solucionar o problema, reciclando e reaproveitando a água que usamos em casa.

Você tem alguma formação em engenharia hidráulica?

Valkieser: Nenhuma! Na verdade, eu comandava uma grande empresa de comunicações na Holanda. Mas isso acabou representando uma vantagem para mim, pois não parti de ideias preconcebidas. Não tive o raciocínio cerceado pelos ditames de uma educação formal. Eu sabia o que estava buscando e me orientei essencialmente pelo método da tentativa e erro. Enfrentei muitos desafios, mas aprendi que cada problema é, na realidade, uma dádiva, porque ao solucioná-lo, você aprimora o que está fazendo.

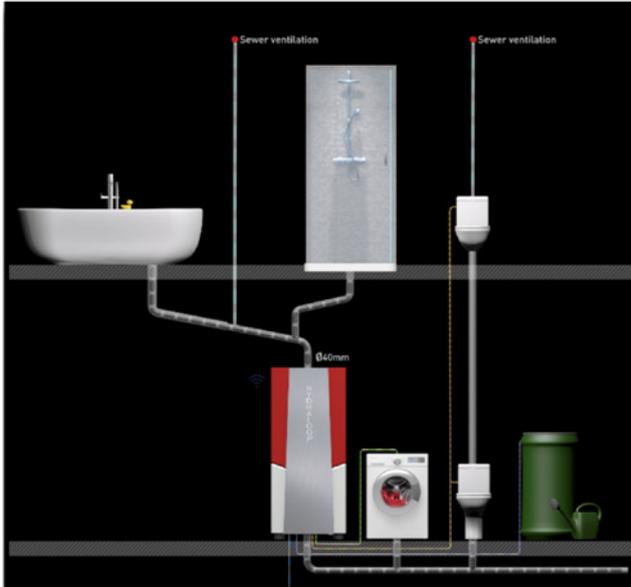
As unidades do Hydraloop são belas e elegantes. Por que essa preocupação com o design?

Stuiver: Como o nosso foco é o enorme número de pessoas que deseja contribuir para um planeta mais sustentável, percebemos que a nossa solução precisava ter preocupação com o consumidor, sem que isso compromettesse os requisitos de conforto e higiene. Sabíamos que o nosso produto devia ser compacto, duradouro e também bonito, porque design é tudo.

Valkieser: O reconhecimento que temos obtido se deve realmente ao nosso design, mas também ao fato de que o nosso sistema trata as águas cinzas (provenientes de chuveiros, máquinas de lavar roupa, aparelhos de ar-condicionado, etc.) sem fazer uso de filtros, membranas ou substâncias químicas. Nossa tecnologia patenteada trata e purifica águas residuais de acordo com os padrões internacionais mais exigentes, mas sem a utilização de filtros, que estão sujeitos a entupimentos e demandam manutenção constante e dispendiosa.

Como funciona o Hydraloop

Foto: cortesia da Hydraloop



Coleta águas cinzas de baixa contaminação

O Hydraloop coleta a água de chuveiros, banheiras, lavadoras e secadoras de roupas, assim como a água de condensação gerada por bombas de calor e aparelhos de ar-condicionado.



Tratamento das águas cinzas na origem

A tecnologia sustentável do Hydraloop trata as águas cinzas em seis etapas, gerando uma água limpa e desinfetada que não oferece riscos à saúde em aplicações não potáveis.



Reuso da água tratada

A água tratada é redistribuída para vasos sanitários, lavadoras de roupas e, opcionalmente, para a irrigação de jardins e/ou complementação do nível da água em piscinas.

Quais são os benefícios ambientais do Hydraloop?

Valkieser: O Hydraloop gera economia de água e energia elétrica, além de permitir que os usuários reduzam sua pegada de carbono. Com o Hydraloop, é possível reduzir em 45% tanto o consumo de água como as emissões de águas residuais. A consequente diminuição no volume de água a ser transportado para a residência dos usuários, bem como no volume a ser processado pelas estações de tratamento de esgoto, resulta na redução da pegada de carbono dos usuários.

Stuiver: Na Hydraloop, nós dizemos que quem tem juízo faz reuso da água. Com nosso sistema “instale e esqueça”, os usuários podem fazer isso com facilidade e comodidade, sem comprometer a higiene ou a qualidade de vida.

E como funciona o sistema?

Valkieser: O Hydraloop utiliza um sistema patenteado de tratamento de água que combina seis diferentes tecnologias: sedimentação, flotação, flotação por ar dissolvido, fracionamento de espuma, um biorreator aeróbio e desinfecção da água tratada com poderosos raios ultravioleta para produzir uma água compatível com os mais exigentes padrões internacionais. Cada unidade de Hydraloop – atualmente temos dois modelos, um que atende até cinco pessoas e outro com capacidade para até doze pessoas – é monitorada ininterruptamente pela internet, por meio de um servidor remoto. Os usuários também podem acompanhar seu uso de água por meio de nosso aplicativo para smartphones, que oferece dicas úteis para economizar água. Comecei a trabalhar no Hydraloop em meados de 2015 e o sistema foi lançado no mercado no fim de 2017, de modo que seu desenvolvimento se estendeu por pouco mais de dois anos.

Quais foram os pontos altos dessa jornada empreendedora?

Stuiver: Entramos no mercado em novembro de 2017, na Aquatech Amsterdam. Os visitantes da feira faziam fila em nosso estande para conversar conosco. Sabíamos que tínhamos um produto especial, mas as unidades ainda estavam sendo fabricadas em nossa própria garagem. Em 2018 e 2019, levamos o Hydraloop a 26 exposições, percorrendo Europa, Oriente Médio, África do Sul e Estados Unidos. Era como se fôssemos missionários, procurando conscientizar as pessoas da importância da reciclagem descentralizada de água. Nossa 27ª exposição foi a Consumer Electronics Show (CES), em Las Vegas, e lá nós conquistamos quatro prêmios: a) Melhor inovação: sustentabilidade, design ecológico e energia inteligente; b) Melhor produto sustentável; c) Melhor startup; e d) Melhor entre os melhores, superando 20 mil outros produtos exibidos na feira. Isso nos tornou famosos e nos proporcionou uma visibilidade imensa.

E os pontos baixos?

Stuiver: Depois da CES, era fundamental expandir a empresa, em termos de pessoal, produção e investimentos. Até aquele momento, estávamos financiando a Hydraloop com recursos próprios. Com nosso desempenho na CES, formou-se uma fila de investidores à nossa porta, mas aí veio a pandemia de Covid-19 e eles desapareceram. Foi um período de muita incerteza e angústia, mas em nossa pequena equipe de gestores e acionistas ninguém pensava em desistir. Pouco depois, encontramos investidores e as coisas voltaram a acontecer. No ano que vem, faremos uma nova rodada de captação. Estamos otimistas, pois construímos uma marca sólida, que já é conhecida de muita gente. Nosso foco estratégico agora é a internacionalização.

Como vocês pretendem se internacionalizar?

Valkieser: Temos a convicção de que a instalação de sistemas descentralizados de tratamento de água se tornará um padrão nos códigos de edificação, como as bombas de calor e os aparelhos de ar-condicionado hoje em dia. É um mercado de proporções extraordinárias e o caminho para a internacionalização passa necessariamente pelo estabelecimento de parcerias.

Stuiver: Já temos 140 parceiros, em 50 países, que comercializam unidades do sistema Hydraloop. São empresas de engenharia hidráulica, hotéis, arquitetos, fornecedores de equipamentos de jardinagem e companhias de saneamento que desejam incluir em seus portfólios produtos sustentáveis como o Hydraloop. Também estamos conversando com vários fabricantes de eletrodomésticos da linha branca. Nesse caso, há algumas alternativas em estudo, de marketing compartilhado e associação de marcas a contratos de licenciamento, sobretudo em países onde não atuamos. Dessa forma, nossa tecnologia pode ser produzida localmente, com redução de custos. Mas precisamos de investimentos. Sem investimentos, não conseguiremos atingir esses objetivos globais.

O mundo está pronto para os sistemas domésticos de tratamento de água, como o da Hydraloop?

Valkieser: A Hydraloop está desbravando esse mercado. O mercado está aí, mas há certas normas que precisam ser ajustadas. Quando você faz algo novo, os ajustes são inevitáveis. É por essa razão que, além de comandar a empresa, também atuo como especialista na Comissão Europeia de Padronização do Uso das Águas, onde fui um dos responsáveis pela elaboração dos padrões relativos ao uso de águas pluviais e águas recicladas em aplicações não potáveis. Cada país tem leis e regulamentos próprios, que faziam sentido no passado, quando foram adotados, mas que em muitos casos perderam a relevância e acabam impedindo que as inovações cheguem ao mercado. Daí a importância de revogar as normas ultrapassadas e estabelecer novos padrões para a gestão de águas residuais. Também sou membro do conselho de administração da Water Europe, que promove inovações relativas ao uso da água na Europa. Acho que é uma forma importante de encontrar soluções para questões relacionadas à água na Europa. Relatórios elaborados há dez anos já previam a situação que vivenciamos hoje, mas ninguém faz nada só com base em um relatório. Infelizmente, as pessoas precisam sentir o problema na pele para começar a agir. Precisamos agora de políticos judiciosos, que estejam dispostos a adotar as medidas necessárias. E precisamos de investimentos para implementar as soluções, pois elas não serão gratuitas.

Stuiver: Faço parte do comitê consultivo para políticas públicas da Water Europe, que promove a conscientização sobre o valor da água para nossa sociedade e economia. O comitê também trabalha pela inclusão de soluções e abordagens inovadoras nas diretrizes legais e políticas públicas europeias. Há muitas inovações no setor e já dispomos de soluções viáveis, tanto em termos técnicos como econômicos, para solucionar a crise hídrica. Essa é uma ótima notícia, mas em muitas regiões a água ainda é extremamente barata. Por isso defendemos três coisas: primeiro, que dispositivos voltados para a economia de água passem a ser incluídos nos códigos de edificação do mundo inteiro; segundo, que construtoras e usuários finais sejam ativamente incentivados a adotar esses dispositivos; e terceiro, que sejam implementados esquemas de preços diferenciados, para que as pessoas paguem taxas mais elevadas se o seu consumo de água for maior que o normal. Isso ajudará a conscientizar os consumidores sobre o verdadeiro valor da água e garantirá o uso responsável desse recurso tão fundamental.

Qual o papel da propriedade intelectual na empresa de vocês?

Stuiver: A propriedade intelectual ajudou a Hydraloop em todas as áreas, financiando a nossa missão e viabilizando a expansão exponencial de nossa produção e de nossas vendas, contribuindo, assim, para que nos tornássemos líderes de mercado em nosso segmento. Nossa missão é levar o sistema Hydraloop a muitos novos edifícios e casas em todo o mundo nas próximas décadas. Isso significa que precisamos recorrer a mecanismos de colaboração e proteção. É a PI que torna isso possível.

Valkieser: Desde o princípio, estávamos cientes de que a PI seria importante para nós. Não pretendíamos investir tanto tempo e energia no desenvolvimento da nossa ideia e correr o risco de que alguém a copiasse.

Stuiver: Desenvolvemos um produto patenteado que qualquer pessoa pode usar em troca do pagamento de uma taxa. E os nossos direitos de PI viabilizam a expansão de nossa produção, de nossas atividades publicitárias e de nossas vendas. Por meio de contratos de licenciamento, podemos estabelecer parcerias com outras empresas e disponibilizar rapidamente esse produto tão necessário no mundo inteiro. A propriedade intelectual também tornou nossa empresa muito mais interessante para os investidores. Além de nossa equipe, é a PI que protege e confere valor para a empresa.

Por que foi importante para a Hydraloop obter uma certificação independente?

Valkieser: Em primeiro lugar, a certificação viabilizou nossa entrada no mercado. E, em segundo, entender as exigências dos órgãos de certificação me ajudou a projetar o Hydraloop. Meu objetivo era cumprir os requisitos mais exigentes, isto é, os do NSF/ANSI-350, nos Estados Unidos. Embora não digam como fazer o tratamento de água, essas certificações explicam o que o seu produto precisa realizar. Foram elas que me forneceram as orientações de que eu precisava para chegar ao sistema atualmente patenteado.

Como é a visão de vocês do futuro?

Stuiver: Estamos diante de uma crise hídrica mundial e, sem água, nossa sobrevivência é inviável. Água é vida. Muitas pessoas ainda não se deram conta de que a água é essencial para o bem-estar social, para o desenvolvimento econômico,

O sistema descentralizado de reciclagem de águas cinzas Hydraloop possibilita uma redução de até 45% tanto no consumo de água como na emissão de águas residuais por domicílios.



Foto: cortesia da Hydraloop

para o crescimento empresarial e para a saúde dos ecossistemas naturais. A boa notícia é que estamos em condições de solucionar essa crise. As soluções já existem. Só precisamos implementá-las!

Valkieser: Nossa visão é que em dez anos haverá sistemas descentralizados de reciclagem de água instalados em todos os edifícios, pois esse será o padrão exigido nos códigos de edificação do mundo inteiro. E queremos contribuir efetivamente para o enfrentamento da crise hídrica mundial, tornando-nos líderes de mercado nesse segmento.

O que significou vencer o Prêmio Mundial da OMPI para PMEs?

Stuiver: Foi uma conquista extremamente importante. Em primeiro lugar, fiquei muito orgulhosa porque o prêmio representa um reconhecimento para a invenção do Arthur e para todo o trabalho que ele realizou em seu desenvolvimento. Tivemos uma jornada emocionante até aqui. E, em segundo lugar, o prêmio nos dá muito mais visibilidade e credibilidade para levar nossa missão adiante, pois o que nós fazemos tem uma importância extraordinária. Não estamos aqui para vender um produto. Queremos transformar o mundo.

Qual o seu conselho para outras PMEs que estejam iniciando suas jornadas empresariais?

Valkieser: Não desistam nunca.

Stogie T: hip-hop, PI e aquele jazz todo

Catherine Jewell, Divisão de Informações e Comunicação Digital e
Edward Harris, Divisão de Imprensa e Redes Sociais, OMPI



Stogie T em apresentação realizada em abril de 2022 na sede da OMPI, em Genebra, para celebrar o Dia Mundial da Propriedade Intelectual 2022.

Em 2016, o pioneiro artista sul-africano de hip-hop Tumi Molekane, vocalista da banda Tumi and the Volume, que se desfez em 2012, lançou sua carreira solo como Stogie T. O popular rapper concedeu recentemente uma entrevista à *Revista da OMPI*, em que falou sobre diversos temas, como sua paixão sobre a música hip-hop, sua recente contratação pelo selo Def Jam Africa e a importância de os músicos jovens saberem como proteger e administrar seus direitos de propriedade intelectual.

Por que a música é importante para você?

A música é única forma que eu tenho de estar no mundo. Como músico, sou útil para a minha comunidade, para o meu país e para o mundo. É isso que me tira todas as manhãs da cama.

O que o fez se interessar pelo hip-hop?

Nos anos 80, quando eu era menino, o hip-hop era o tipo mais intenso de música. Para mim, o hip-hop sempre foi uma coisa muito intensa. Sem contar que eu também tenho uma certa tendência a falar rápido. Aí, um dia alguém pôs um cheque no meu bolso por eu fazer o que para mim até então era só uma curtição, e o resto, como dizem, é história.

Conte um pouco sobre o seu desenvolvimento musical.

Comecei como rapper nas ruas, com todos os meus amigos do rap. Era um grande barato, até que começou a parecer um pouco limitado demais, até que eu comecei a não encontrar ali espaço para toda a poesia que eu estava lendo, para todo o Tchaikovsky que andava me fascinando. Foi nesse momento que a palavra falada começou a me interessar mais. Mas eu também carregava esse lance comigo, essas melodias e beats de rap. As duas coisas acabaram convergindo em uma banda chamada Tumi and the Volume, que era formada por mim, atuando como artista da palavra falada, e três instrumentistas que transformavam a minha poesia em música. A gente fez uma turnê no mundo inteiro, mas, com isso, tudo o que eu tinha construído na África do Sul começou a desandar. Foi aí que eu resolvi gravar um disco solo, com algumas coisas de hip-hop clássico, para manter meu nome em evidência na cena hip-hop do meu país.

Na África do Sul, na época, você tinha de um lado a cena da música ao vivo, com sua poesia e estilos variados, e do outro a cena do hip-hop clássico. E as duas coisas jamais se misturavam. Era super frustrante, e como eu queria ser totalmente eu mesmo em todos os lugares em que estava – a sinceridade, a honestidade e a autenticidade sempre foram a alma das minhas criações –, achei que seria uma tremenda desonestidade continuar a fazer uma coisa só porque era aquilo que determinado público esperava de mim. Além disso, conforme fui ficando mais velho, minhas prioridades também mudaram, meu mundo tinha mudado, e eu queria continuar a me desenvolver como artista. Eu queria trabalhar uma variedade maior de temas e dar voz a histórias tipicamente sul-africanas. Por isso resolvi mudar o meu nome para Stogie T.

Por que Stogie T?

Eu adoro fumar charutos e *stogie* também quer dizer charuto (em inglês), é uma palavra que para mim reflete a ideia de fabricação artesanal, o tempo necessário para a produção de um charuto, e também a calma e o sossego necessários para se curtir um charuto. Tem tudo a ver com a maneira como eu faço arte.

Você foi contratado recentemente pelo selo Def Jam Africa. O que isso significou para você?

O Def Jam Africa é um braço do selo Def Jam Music, que tem uma história e uma presença incríveis na cena hip-hop. Assinar com o Def Jam Africa foi a realização de um sonho. Também foi um passo na direção certa para fazer a minha música atingir um público mundial.

Por que é importante que os artistas preservem seus direitos sobre suas obras criativas?

Lembro de quando eu falei para a minha mãe que eu estava precisando de dinheiro para montar um estúdio. Ela perguntou por quê, e eu lembro de explicar para ela: “O negócio é o seguinte, mãe. Imagina que eu estou lá em casa e de repente me vem uma ideia. Aí um amigo meu cria umas batidas para essa ideia. Em princípio, a ideia e as batidas são nossa propriedade. Só que se a gente procurar um sujeito para gravar a música e não tivermos dinheiro para pagá-lo, teremos que dividir a propriedade da gravação com ele. E dali a pouco vai aparecer outro sujeito na história e a gente vai ter que dividir com ele tudo o que ganhar com a música também. Você não tem o seu trabalho, mãe? Você não vai e passa várias horas lá e é remunerada por isso? Eu adoraria fazer o mesmo. Mas na minha área não é assim. O sujeito com quem eu gravo as minhas músicas quer que eu faça as coisas de outra forma, porque do meu jeito ele acha que não vai dar certo. E é por isso que o estúdio é importante para mim, para eu poder fazer as coisas do meu jeito”.

Essa ideia de independência me ensinou que eu precisava me proteger de todas as maneiras possíveis. Comecei mandando minhas letras pelo correio para mim mesmo, para provar que eu era o autor delas. E aí eu descobri que há agências arrecadoras que defendem os direitos dos artistas e editoras musicais que podem ajudar você a ampliar o valor dos seus direitos e promover as suas obras. Apreendi tudo isso na raça mesmo.

E digo para todos os jovens de 18 anos que querem fazer rap que se eles dedicassem uma horinha do dia para entender como funciona o mercado editorial de música, o que é PI, o que são royalties e quais são os direitos deles, eles estariam fazendo mais pela música deles do que passando três horas no YouTube tentando descobrir como mixar uma bateria. A tecnologia praticamente eliminou as barreiras de acesso à produção musical, deixando os músicos em uma posição vulnerável. Isso significa que é fundamental para eles fazer um bom uso de sua propriedade intelectual.

Os músicos costumam ver os selos das gravadoras como os “malvados”. E estes, por sua vez, tendem a tratar os



Foto: OMP/Barrod

“Eu gostaria que houvesse mais espaço para vozes de fora do hip-hop tradicional, para que a gente tivesse um olhar mais global sobre o gênero”, diz Stogie T.

artistas com uma atitude de “você não tem ideia do que está falando”. Todos sairiam ganhando se os artistas soubessem falar a língua da indústria da música e tivessem um bom entendimento de seus direitos, de seu significado, do que devem fazer para protegê-los e de como podem se beneficiar deles.

O que diferencia o hip-hop sul-africano e sua evolução?

Quando surgiu na África do Sul, o hip-hop tinha suas raízes na cultura do hip-hop tradicional do Bronx. Era batida para cá, grafite para lá, muito rap, o pessoal mandando ver nas picapes, e a ideia de autoconhecimento e envolvimento da comunidade. Esse é o hip-hop que você encontra hoje na Cidade do Cabo.

Ao mesmo tempo, o hip-hop que surgiu em Joanesburgo tinha uma levada comercial mais próxima do kwaito, que era o principal gênero musical da época. Era um reflexo do novo espírito sul-africano, marcado pela experiência dos subúrbios negros, que começavam a emergir das sombras do passado. Os caras que faziam música no dialeto local foram os que se tornaram os grandes nomes de sucesso. E começaram a marginalizar os artistas do hip-hop suburbano tradicional, que cantavam em inglês, que a maioria das pessoas não entendia. Mas o kwaito era rejeitado, pelo menos nos espaços do hip-hop tradicional. A cena hip-hop é tremendamente elitista. E, lembre-se, na época era tudo muito recente, tudo muito novo, tinha um lance meio que de culto secreto para nós.

Eu curti tanto lá como cá, íamos a todos os clubes juntos e eu via como alguns artistas se bandeavam para um lado ou para o outro, conforme a dinâmica da economia da fome. Foi uma experiência interessante, da perspectiva de como é importante você ser

autêntico, de como você precisa segurar a onda e ser quem você é, independentemente do que está acontecendo à sua volta. Também me mostrou que o que aqueles caras estavam fazendo tinha valor. Já a questão de haver um som hip-hop tipicamente sul-africano é mais polêmica, inclusive há uma grande discussão sobre isso agora. É o amapiano? É o kwaito? A gente vai criando esses sons e aí cada um acha que esse ou aquele é que é o verdadeiro hip-hop sul-africano. Será que a gente não pode simplesmente aceitar que é assim que as coisas vão evoluindo?

Mas, para mim, se o som é bom e tem quem goste, está valendo. O pessoal esquece que hip-hop é música e que é um reflexo das pessoas que se envolvem na criação dessa música. O hip-hop atrai jovens no mundo inteiro. É feito uma religião, no sentido de que cada um põe nele os seus próprios valores. O hip-hop do Japão tem um estilo próprio. E é a mesma coisa na África ou na África do Sul, porque as pessoas querem que o hip-hop reflita quem elas são. As pessoas querem fazer rap na língua delas, querem que tenha a ver com a música indígena. E não tem nada de errado nisso.

Qual foi o ponto alto na sua carreira?

Ah, isso varia, mas acho que agora é simplesmente o fato de eu ainda estar podendo fazer hip-hop e ter feito a mudança para Stogie T. Até hoje eu me pergunto como foi que a gente conseguiu fazer isso.

Quais são os grandes desafios que você enfrenta hoje como artista?

Isso depende muito do contexto, mas, de modo geral, o desafio é que as pessoas levem você a sério, é ser capaz de, mesmo quando de repente eu faço uma canção que não era o que as pessoas estavam esperando, continuar sendo visto como um rapper inteligente, alguém com uma visão de mundo e que é interessante porque faz essas “outras” coisas.

Que tipo de evolução você deseja para o hip-hop?

Eu gostaria que houvesse mais espaço para vozes de fora do hip-hop tradicional, para que a gente tivesse um olhar mais global sobre o gênero.

Os serviços de streaming têm tido um impacto positivo para os artistas?

No hip-hop a gente sempre foi fã de novas tecnologias. Não faz muito tempo, na África do Sul, antes de o streaming aparecer, os próprios artistas deixavam que as suas músicas fossem colocadas de graça na internet. Era uma estratégia para que as pessoas tivessem acesso às músicas, porque isso acabava criando fontes de renda.

“Todos saíam ganhando se os artistas soubessem falar a língua da indústria da música e tivessem um bom entendimento de seus direitos, de seu significado, do que devem fazer para protegê-los e de como podem se beneficiar deles.”

Atualmente, como artista, se você faz uma turnê e mostra para uma marca tal que o site com o download gratuito das suas músicas está atraindo milhares de visitas, é bem possível fechar uma parceria com essa marca. Esses canais abrem novas fontes de renda. Aí você olha para as plataformas de streaming e vê que elas pagam um valor irrisório para todo mundo e aquilo nunca vai ser a sua principal fonte de renda. O streaming é como um cartão de visitas, um jeito de as pessoas conhecerem a sua música, mas a sua renda mesmo vem de outros canais.

Há um aspecto negativo no streaming?

O meu problema com as plataformas de streaming é que elas não levam em conta os diferentes públicos e mercados, não fazem distinção entre um artista popular, cujos (milhões de) fãs estão dispostos a pagar no máximo dois centavos para escutar suas músicas, e um músico de jazz, cujos fãs são em menor número, mas estão dispostos a pagar dois dólares para escutar suas canções. Do jeito que a coisa é feita atualmente, o músico de jazz não tem como se beneficiar do streaming.

Qual foi a inspiração para os seus álbuns *The Empire of Sheep* e *Yeah*?

O *Empire of Sheep* é uma reflexão sobre como eu vejo a África do Sul hoje. Infelizmente, como acontece em tantos outros lugares do mundo, a gente está em uma situação em que ter seguidores é mais importante do que ter líderes.

De onde vem a sua inspiração?

Às vezes você tem que se desafiar, tem que se obrigar a olhar para uma situação e questionar se não dá para pintá-la de outro jeito. A maior fonte de inspiração, no momento, é entender essa pandemia maluca da qual a gente está saindo e sintetizar essa experiência em uma série de canções.

Que mensagem você gostaria de transmitir para artistas jovens e iniciantes?

Como artista, é importante que você tenha um lugar onde possa escutar a si mesmo, e onde possa entender adequadamente qual é o sentido da sua música. Hoje em dia é muito fácil pegar um celular e sair espalhando a sua voz por aí. E isso é fantástico. Mas você não tem um lugar em que possa pôr experimentalmente as suas ideias para rodar e obter reações sinceras. É importante se cercar de pessoas que sejam francas com você, que digam realmente o que pensam do que você está fazendo e o ajudem a encontrar o ângulo certo para a sua música e a sua mensagem.

eSports: panorama de uma (não tão) nova fronteira do entretenimento digital

Andrea Rizzi e Francesco de Rugeriis, escritório de advocacia Andrea Rizzi & Partners, Milão, Itália

Apenas uma fração dos eSports envolve a simulação virtual de esportes tradicionais, como futebol ou basquete. O videogame *League of Legends*, desenvolvido pela Riot Games, é um dos “ciberesportes” mais populares do mundo, embora não contenha, em si, nenhuma alusão a práticas esportivas.



Foto: © Riot Games

ANTES DE MAIS NADA, E-... O QUÊ?

Segundo a definição do dicionário inglês *Oxford Advanced Learner's Dictionary*, um esporte eletrônico ou ciberesporte (mais conhecido como eSport) é “um videogame disputado entre dois ou mais participantes diante de um público de espectadores”. Embora não seja muito precisa, a definição capta a essência do fenômeno e nos ajuda a apresentar um **primeiro aspecto extremamente importante**: qualquer videogame (implicando ou não a simulação virtual de uma atividade esportiva tradicional) pode ser considerado um eSport.

Apenas uma pequena fração dos eSports envolve a simulação virtual de esportes tradicionais, como futebol ou basquete. O videogame *League of Legends*, desenvolvido pela Riot Games, é um dos “ciberesportes” mais populares do mundo, e, no entanto, não contém, em si, nenhuma alusão a práticas esportivas: trata-se de um jogo eletrônico de guerra, disputado em um mundo fantástico, em que duas equipes de personagens imaginários travam batalhas para conquistar a vitória e a glória.



O horizonte dos eSports é cada vez mais amplo e sua popularidade cada vez maior, acompanhando a importância crescente dos videogames como meio de entretenimento e de comunicação para as gerações mais jovens.



“Diferentemente do que acontece com os esportes tradicionais, onde ninguém é ‘dono’ do jogo em si, no universo dos videogames muitas vezes há um grande número de pessoas (físicas ou jurídicas) que detêm direitos de propriedade sobre o jogo ou seus componentes.”



Foto: © Riot Games

O IMPACTO DOS ESPORTS

O impacto dos eSports pode ser avaliado tanto de um ponto de vista estritamente econômico como do ponto de vista das comunicações. Em termos econômicos, o faturamento do segmento deve chegar a US\$ 1,38 bilhão em 2022, frente a US\$ 1,11 bilhão em 2021, com um crescimento de 16,4% na comparação ano a ano, segundo o *Relatório sobre o Mercado Mundial de eSport e Streaming ao Vivo em 2022*, elaborado pela consultoria Newzoo.

No âmbito das comunicações, os eSports conseguem se conectar com jovens, adultos e até idosos de alto poder aquisitivo. Em razão disso, eles vêm atraindo o interesse de grandes marcas, como Louis Vuitton e Mastercard, que até recentemente permaneciam completamente alheias ao universo dos videogames. Sua capacidade de atingir um público mais amplo e variado é incrível. Em 2019, a final do campeonato mundial de League of Legends foi assistida por aproximadamente 100 milhões de pessoas, ao passo que a Superbowl da NFL, tradicional partida decisiva do campeonato de futebol americano dos Estados Unidos, teve “apenas” 98 milhões de espectadores.

OS ESPORTS COMO VIDEOGAMES PROTEGIDOS POR PI

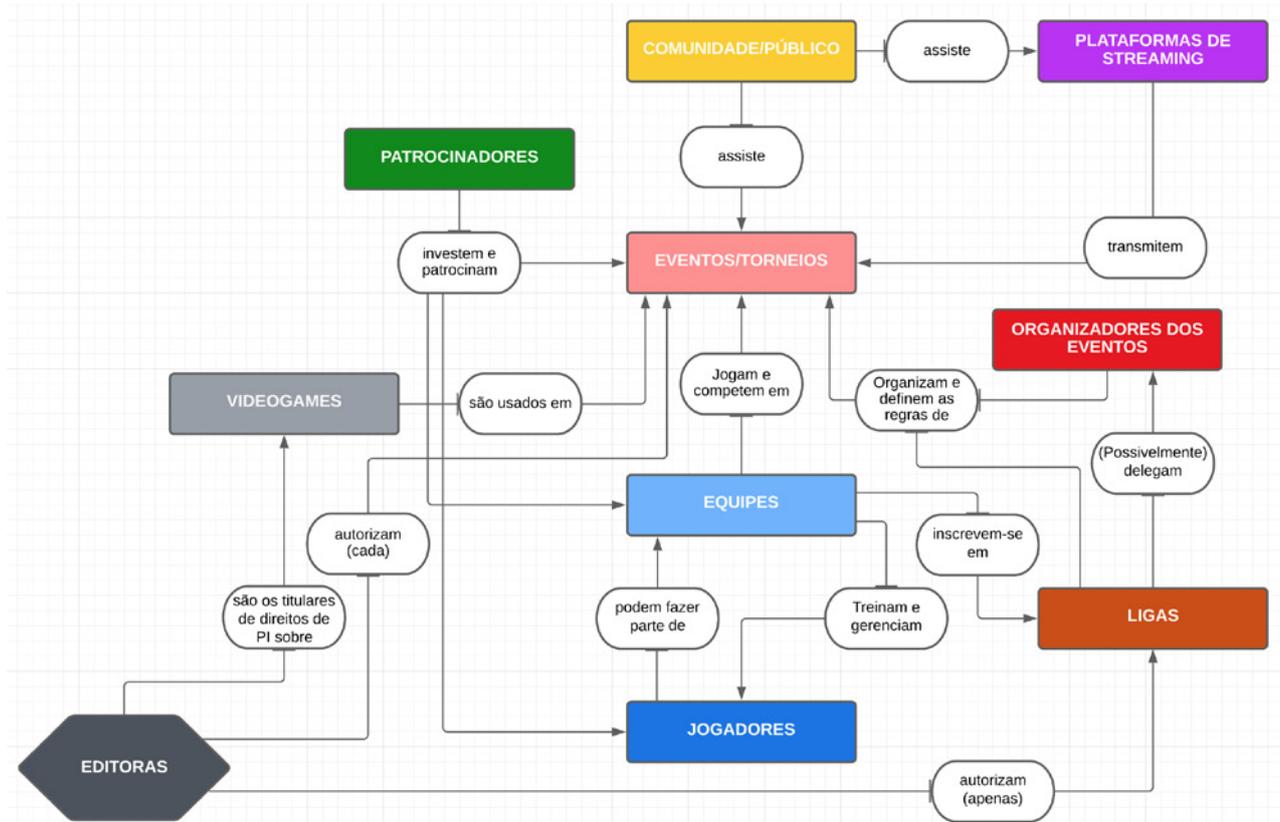
Para haver um eSport, é preciso haver um videogame. Isso tem implicações importantes do ponto de vista jurídico. Se entendermos que os videogames são essencialmente uma camada de software (ou motor de jogo) sobre a qual se acrescentam componentes audiovisuais, como animações, imagens, textos, efeitos sonoros e música, que podem ser objeto de proteção de PI, evidencia-se a complexidade jurídica que envolve os eSports. Sem dúvida, os direitos de autor são a categoria de direitos de propriedade intelectual mais imediatamente relevante para os videogames. No entanto, em tese, um ciberesporte pode suscitar a aplicação de direitos de PI de praticamente todas as categorias.

De uma perspectiva europeia, o Tribunal de Justiça da União Europeia (TJUE), em seu Acórdão nº C-355/12 (caso Nintendo), esclareceu que os videogames “constituem **material complexo** que compreende não só um programa de computador mas também **elementos** gráficos e sonoros que [...] **são protegidos, juntamente com a obra inteira, pelo direito de autor** [...]”.

Como os direitos de PI são direitos de propriedade/inerentemente monopolistas, seus detentores podem, em princípio, impedir que terceiros usem o material em questão. Diferentemente do que acontece com os esportes tradicionais, onde ninguém é “dono” do jogo em si, no universo dos videogames muitas vezes há um grande número de pessoas (físicas ou jurídicas) que detêm direitos de propriedade sobre o jogo ou seus componentes: programadores, artistas, escritores, compositores e intérpretes de música, entre outros.

No caso dos videogames, os direitos de PI normalmente são detidos ou controlados por uma editora ou desenvolvedora, que os adquire para poder distribuir e explorar comercialmente o jogo. Essa exploração acontece, fundamentalmente, por meio da venda de licenças a usuários finais, cujas condições são estabelecidas pelo contrato de licença do usuário final/termos de serviço (EULA/ToS, na sigla em inglês). Nos termos desses contratos,

Figura 1 – O ecossistema dos eSports



Os eSports constituem um complexo ecossistema de direitos de PI. Essa complexidade é administrada por uma série de contratos, cada um dos quais deve “conversar” com os demais para que se evitem eventuais violações de direitos de PI de terceiros.

a licença concedida pela editora é praticamente sempre restrita a usos pessoais/não comerciais. Isso nos leva ao **segundo aspecto fundamental**: diferentemente de um campeonato de futebol, a organização de um torneio de eSports requer, em princípio, a autorização da editora do videogame.

OS ESPORTS COMO ECOSISTEMAS COMPLEXOS

Eis o **terceiro aspecto de importância crucial**: dada a presença e interação de vários atores, com seus respectivos direitos de PI, cria-se um ecossistema complexo, como se observa na Figura 1.

Essa complexidade é administrada por uma série de contratos, cada um dos quais deve “conversar” com os demais: é preciso examinar com atenção todos os fios que compõem essa trama complexa, para não haver violações dos direitos de PI de terceiros. A navegação nesse ecossistema exige cuidado especial com os aspectos discutidos a seguir.

Em primeiro lugar, cada eSport é um videogame com suas próprias regras internas, resultantes de decisões tomadas pelo desenvolvedor durante o processo de criação do jogo. Essas decisões estruturais raramente podem ser modificadas pelo usuário sem autorização.

Em segundo lugar, o uso do videogame é regido por um contrato de licença, seja um

EULA/ToS genérico ou uma licença concedida especificamente pela editora para a organização de determinado torneio. E, em terceiro lugar, a organização de um torneio de eSports tende a envolver diversos outros titulares de direitos de PI, tornando o ecossistema ainda mais complexo do ponto de vista da propriedade intelectual.

Os torneios de eSports podem ser organizados pela editora do videogame ou por organizadores independentes e podem ter regras (adicionais) próprias. Qualquer violação das regras do evento pode acarretar a violação dos direitos de PI da editora e/ou do organizador independente. Os torneios podem ser competições isoladas ou fazer parte de campeonatos realizados no âmbito de uma liga, envolvendo ainda mais regras.

Os organizadores do torneio (sejam eles editoras ou organizadores independentes) monetizarão seus direitos por meio de contratos de patrocínio firmados com marcas (que também gozam de proteção de direitos de propriedade intelectual), assim como pela concessão de direitos de radiodifusão/streaming, em geral exclusivos, a plataformas de distribuição de conteúdo (como Twitch ou YouTube). Outras fontes de receita são a venda de ingressos para eventos presenciais e a comercialização de todo tipo de artigos físicos ou digitais de merchandising (também protegidos por direitos de PI).

Por fim, obviamente ainda é preciso considerar os jogadores e equipes, que podem ter seus próprios contratos de patrocínio com marcas e patrocinadores de eventos. Os jogadores e equipes detêm ou controlam direitos sobre as imagens dos jogadores e dos espectadores que assistem à competição. Os espectadores muitas vezes interagem através das plataformas de streaming (que também detêm direitos de propriedade intelectual sobre suas tecnologias), eventualmente criando conteúdos que também podem gerar direitos de PI adicionais, dependendo das condições estabelecidas pelo EULA/ToS da plataforma e – na medida em que esses conteúdos incluam conteúdos do jogo – das condições estabelecidas pelo EULA/ToS da editora do videogame.

UMA QUESTÃO FUNDAMENTAL: QUEM DEVE REGULAMENTAR OS ESPORTS?

Como costuma acontecer com fenômenos novos, os eSports permanecem, em larga medida, sem regulamentação nas legislações nacionais. Por conseguinte, editoras que detêm direitos de PI encontram ampla liberdade

para administrar o ecossistema dos eSports (dentro dos parâmetros estabelecidos pelo direito comum, incluindo as leis de defesa do consumidor e da livre concorrência). Do ponto de vista dessas empresas, isso é razoável, visto que normalmente cabe a elas arcar com os custos relativos ao financiamento e comercialização dos videogames. Trata-se também do arranjo mais eficiente, uma vez que ninguém conhece melhor seus produtos/serviços (e a respectiva comunidade de usuários) do que a editora. Em outras palavras, são as editoras que se encontram em melhores condições para garantir o florescimento do ecossistema dos eSports.

No entanto, alguns especialistas argumentam que, da perspectiva do mercado dos eSports, o monopólio substantivo que as editoras individuais detêm sobre seus videogames está longe de ser a solução ideal. A seu ver, o problema de deixar a gestão dos eSports inteiramente nas mãos das editoras é que seus interesses podem nem sempre coincidir com os de outros atores envolvidos no ecossistema. Para proteger os interesses e investimentos desses atores, seria preciso adotar mecanismos que contrabalançassem o poder das editoras.

Há especialistas que defendem uma intervenção reguladora do Estado, que poderia assumir duas formas: a implementação de uma regulamentação específica (variando entre uma intervenção “leve”, limitada à correção de problemas no marco regulatório existente, e uma intervenção legislativa mais abrangente), ou a inclusão dos eSports no marco regulatório aplicável aos esportes tradicionais, deixando-os, assim, sob a égide do Comitê Olímpico Internacional (COI).

Em abril de 2021, o COI publicou sua agenda 2020+5, em que se faz uma distinção entre os esportes virtuais (isto é, versões virtuais de esportes oficialmente reconhecidos pelo COI) e os videogames. Embora o documento reconheça a importância dos videogames, por atingirem os jovens e incentivá-los a praticar esportes, suas recomendações deixam claro que o foco do COI são os esportes virtuais, em relação aos quais se entende que haveria espaço para que as federações internacionais assumissem responsabilidades diretas e regulatórias (recomendação nº 9). Isso exclui diversos eSports que não envolvem a simulação virtual de esportes tradicionais e precisariam ficar ao abrigo de outro regime regulatório.

Entre maio e junho de 2021, foi realizada a primeira Série Olímpica Virtual, com jogadores competindo em versões

virtuais de cinco modalidades esportivas (basquete, remo, ciclismo, vela e automobilismo), sob a supervisão de suas respectivas federações internacionais.

Embora ainda não estejam definidos os papéis e as responsabilidades, em nível internacional e nacional, das federações, sua entrada em cena deve acrescentar complexidade ao ecossistema dos eSports. Por quê? Em primeiro lugar, porque será inevitável que elas imponham camadas adicionais de normas às organizações de eSports e, em segundo, porque se não forem estruturadas com cuidado, as responsabilidades diretivas e regulatórias que o COI pretende atribuir às federações podem causar atritos com as editoras de videogames.

O conflito entre a desenvolvedora/editora Blizzard Entertainment e a KeSPA (Associação Coreana de eSports, criada pelo governo da Coreia do Sul para supervisionar as práticas profissionais de eSports) indica alguns dos problemas que podem vir a acontecer. A disputa girou em torno da gestão de direitos de radiodifusão relacionados à transmissão do videogame Starcraft, da Blizzard, pela televisão. As partes acabaram fazendo um acordo (cujos termos não foram revelados), mas só depois de a Blizzard entrar na Justiça contra a KeSPA.

CONCLUSÃO

O horizonte dos eSports é cada vez mais amplo e sua popularidade cada vez maior, acompanhando a importância crescente dos videogames como meio de entretenimento e de comunicação para as gerações mais jovens.

Os eSports são ecossistemas complexos, historicamente gerenciados pelas editoras de videogames, que gozam dos poderes e da flexibilidade conferidos pela legislação de propriedade intelectual e pelo direito contratual, com pouca ou nenhuma intervenção do Estado e sua legislação. Esse tipo de situação pode criar problemas e, de fato, é

isso que frequentemente ocorre. No entanto, a ausência de uma legislação específica abre espaço para que a Justiça e as autoridades reguladoras apliquem os dispositivos existentes (como, por exemplo, as restritivas leis relativas a promoções com distribuição de prêmios e/ou a jogos de apostas/jogos de azar) que foram adotados antes do surgimento dos eSports. Isso, por sua vez, representa um risco regulatório e pode constituir um desincentivo para potenciais investidores.

Da mesma forma, a ausência de normas nacionais *ad hoc* implica o risco de que o sistema seja prejudicado pela presença de lacunas importantes, como, por exemplo, a questão da emissão de vistos para os jogadores. Esse tipo de questão surge quando os jogadores precisam entrar em um país estrangeiro para participar de um evento de eSports. Na condição de jogadores profissionais de ciberesportes, eles são, tecnicamente, “trabalhadores”, estando sujeitos às leis locais de imigração, que podem exigir a emissão de um visto de trabalho. No entanto, a obtenção de um visto de trabalho “comum” por um jogador de eSport é muitas vezes impraticável, quando não impossível. É justamente por isso que, no caso dos atletas profissionais de esportes tradicionais, a emissão de vistos obedece a regras simplificadas específicas. Por outro lado, colocar os videogames sob a jurisdição das organizações de esportes tradicionais pode também não ser uma solução totalmente satisfatória, visto que a criação de um ambiente excessivamente regulamentado pode colidir com as prerrogativas das editoras.

Ainda não está claro, da perspectiva da governança, qual será efetivamente o papel a ser desempenhado pelas federações nacionais e internacionais de esportes e quais regras serão aplicáveis aos eSports que não envolvem a simulação virtual de modalidades esportivas tradicionais. O objetivo, porém, é a criação de um sistema de governança que seja benéfico para o segmento e respeite os direitos de PI das editoras, para que se evitem conflitos como o do caso Blizzard/KeSPA.

Economia digital: a busca por novos mecanismos de governança

Jiro Kokuryo, professor de Gestão de Políticas Públicas, Universidade Keio, Tóquio, Japão

A expansão da economia digital vem suscitando importantes questões éticas em relação à utilização, governança e regulamentação de certas tecnologias da informação, como os megadados (*big data*) e a inteligência artificial (IA). Com sua rápida evolução, as especificidades da economia digital, sucintamente discutidas abaixo, exigem que se encontrem novos princípios filosóficos para orientar o desenvolvimento de políticas de governança digital efetivas.

A transição da economia industrial para a economia digital torna imperativo revisitar as bases filosóficas da moderna economia de mercado. Na busca por novas abordagens para a governança digital, é importante ampliar nossos horizontes e considerar também as contribuições que as filosofias orientais podem dar para influenciar e enriquecer um sistema que beneficie a todos. Mais especificamente, precisamos repensar o papel do individualismo e das instituições modernas daí derivadas – baseadas nas trocas de propriedade –, privilegiando agora o compartilhamento social de dados em bases altruístas. Devemos reconhecer ainda que os seres humanos são uma parte do cosmos e não o seu centro.

A INADEQUAÇÃO DAS INSTITUIÇÕES DA ECONOMIA INDUSTRIAL COMO MECANISMOS REGULADORES DO MUNDO DIGITAL

Há pelo menos três características que diferenciam a economia digital da economia industrial e que nos impõem a tarefa de repensar as instituições existentes, para podermos adequá-las à economia contemporânea.

Em primeiro lugar, a economia digital está sendo transformada pela “externalidade de rede” dos dados, em que o valor destes últimos

“A expansão da economia digital vem suscitando importantes questões éticas em relação à utilização, governança e regulamentação de certas tecnologias da informação, como os megadados (*big data*) e a inteligência artificial (IA).”

aumenta exponencialmente na medida em que estejam conectados. Considere-se, por exemplo, um dado isolado, que corresponda a uma única informação. Por si só, esse dado não gera muito valor, mas, se fizer parte de um conjunto de dados, em que se observam determinados padrões, seu valor passa a ser consideravelmente maior. Isso significa que o responsável pela reunião desses dados detém poder de monopólio sobre o valor assim criado. E essa é uma das razões pelas quais a governança de dados é uma questão fundamental para a sociedade. Pode-se dizer que a externalidade de rede dos dados constitui um argumento convincente em favor do compartilhamento social de dados, em oposição a um regime que comporta a reivindicação de propriedade sobre os dados e, por conseguinte, a possibilidade de limitar o acesso a eles.

A segunda característica distintiva da economia digital é o custo marginal baixíssimo dos serviços digitais, já que o custo gerado pela inclusão de um usuário adicional a determinada plataforma é insignificante em relação aos custos fixos incorridos em seu desenvolvimento. Em termos práticos, isso significa que há uma variedade cada vez maior de serviços online que podem ser oferecidos gratuitamente para atrair usuários a uma plataforma. Esse aspecto da economia digital vem impedindo o mercado de atuar como instrumento de alocação de recursos, uma vez que a demanda e oferta de serviços digitais gratuitos não se submetem ao controle dos mecanismos de precificação, que serviam tão bem à economia industrial.

O terceiro elemento diferenciador da economia digital é a maior rastreabilidade dos produtos. A economia industrial se desenvolveu em um contexto em que os fabricantes tinham uma capacidade bastante reduzida de acompanhar o destino de produtos fabricados em massa e vendidos para consumidores não identificáveis nas mais diferentes e distantes localidades. Hoje, porém, as tecnologias da informação, em particular os sensores, sistemas automáticos de identificação e tecnologias sem fio, ampliaram enormemente nossa capacidade de rastrear e monitorar, com custos baixíssimos, a movimentação de produtos ao longo de cadeias de suprimentos e entre diferentes segmentos industriais. Isso permite que os vendedores monitorem a localização dos produtos por eles comercializados e abre para os compradores a possibilidade de identificar os vendedores originais de determinado produto e rastrear os caminhos por ele percorridos.

Essa maior rastreabilidade permite que, com a adoção de mecanismos de controle, os produtos sejam usados de forma compartilhada. Considere-se, por exemplo, a “economia compartilhada”, em que residências, carros e diversos outros produtos são comercializados como se fossem serviços, seja por meio de assinaturas ou de instrumentos de locação temporária, sem que isso implique a troca de objetos físicos por dinheiro. Isso significa que a propriedade exclusiva de produtos trocados no mercado, característica dominante da economia industrial, já não é, em si, necessária.

Esses três fatores demonstram que a economia digital está rapidamente extrapolando as normas da economia industrial e dando margem à criação de novas e significativas forças, obrigando-nos a repensar os fundamentos filosóficos da sociedade moderna.

CARACTERÍSTICAS DA SOCIEDADE INDUSTRIAL

Para que possamos avaliar a necessidade de novas formas de pensamento, precisamos ter uma compreensão adequada da sociedade industrial.

A produção em massa viabilizada pela Revolução Industrial exigia a distribuição de produtos em larga escala a grandes mercados. Como ainda não havia as poderosas tecnologias de comunicação atuais, formou-se a chamada “economia anônima”, dominada pela troca, entre estranhos – os quais frequentemente se encontravam a grandes distâncias uns dos outros –, de mercadorias por dinheiro. Para que essa economia anônima pudesse funcionar, desenvolveram-se inúmeros mecanismos e instituições. Os direitos de propriedade (direitos exclusivos para dispor de um bem) e o mercado eram os pilares da economia industrial, tendo seu funcionamento ininterrupto assegurado por poderosos Estados-nação. Esses mecanismos, juntamente com os modernos sistemas de transporte, que ampliaram significativamente a mobilidade, eram essenciais para a atividade econômica.

Da Revolução Industrial em diante, a história da modernização consistiu em levar produtos, serviços e ativos intangíveis, como o conhecimento, para a esfera dos direitos de propriedade, que estão fortemente ligados aos valores do individualismo – tão centrais para a filosofia ocidental em que se apoiam a sociedade industrial e a economia de mercado. O individualismo parte do princípio de que uma pessoa independente é capaz de tomar decisões autônomas e tem o direito de reivindicar para si o produto de suas ações, sendo também responsável pelas consequências delas. Os indivíduos têm direitos humanos invioláveis, incluindo alguns, como os direitos à privacidade e à propriedade, que podem ser trocados no mercado.

No entanto, os princípios centrais da sociedade industrial vêm sendo desafiados pelo advento da IA e dos megadados, sobretudo no que se refere à crença de que os seres humanos detêm o monopólio da inteligência.

GOVERNANÇA DOS MEGADADOS: TENSÕES CRESCENTES

Pode-se entrever de várias formas o impacto decisivo das mudanças institucionais causadas pela ascensão da economia digital. Atualmente, por exemplo, o Ocidente se vê às voltas com a questão da privacidade de dados e dos mecanismos de governança dos megadados (os chamados “big data”, ou seja, imensos conjuntos de dados gerados de inúmeras formas por milhões de internautas).

No contexto da sociedade industrial, a dificuldade é encontrar um ponto de equilíbrio entre o uso de dados com fins comerciais e o valor social atribuído à proteção da privacidade e da dignidade das pessoas. Nesse sentido, a privacidade está intimamente ligada aos valores individualistas da moderna sociedade ocidental e é considerada um direito humano.

Por seu turno, em vez de tratá-los como um ativo privado, sujeito a trocas comerciais, as filosofias orientais, que se baseiam no princípio da confiança mútua entre as pessoas, veem os dados como um recurso coletivo, que deve servir ao bem comum, e consideram que aqueles que os geram devem ser respeitados, protegidos e recompensados.

É de se perguntar, portanto, se o altruísmo das filosofias orientais tradicionais, como confucionismo, budismo e animismo, não constituiria uma alternativa mais efetiva para nortear a governança e o compartilhamento de dados, sem com isso pôr em risco a dignidade dos indivíduos. É interessante observar ainda que, nesse aspecto, o conceito de responsabilidade fiduciária indica haver pontos em comum entre a filosofia oriental e a ocidental.

GOVERNANÇA DE IA: PERSPECTIVAS DIVERGENTES

Observa-se um paralelo semelhante no caso dos mecanismos de governança de IA e das noções de “mente” e “autonomia”, sobretudo no que se refere às máquinas. A visão ocidental considera os humanos como superiores aos outros seres (e máquinas), em razão da “mente” ou intelecto humano e da autonomia daí derivada.

Desse ponto de vista, a perspectiva de uma “inteligência artificial geral”, que supõe uma inteligência de tipo humano (e que pode inclusive vir a superar a inteligência humana)

torna-se uma grave ameaça ao domínio do homem sobre o cosmos. Aqui, mais uma vez, a tradição animista oriental, que vê os humanos como parte integrante da natureza, oferece uma interessante visão alternativa.

Os asiáticos são, de modo geral, muito mais receptivos aos robôs, entendendo-os como máquinas dotadas de mentes e emoções, o que lhes permite considerá-los pares dos seres humanos. É uma visão em franco contraste com a maneira como os ocidentais encaram os robôs e andróides, marcada por uma relação de tipo senhor-escravo, com qualquer inversão no sentido dessa relação sendo percebida como uma ameaça.

REFLEXÕES SOBRE A EXPERIÊNCIA JAPONESA

O Japão foi o primeiro país asiático a abraçar a filosofia ocidental do individualismo. Do século XIX em diante, os japoneses foram se abrindo cada vez mais para os avanços tecnológicos e as normas jurídicas do Ocidente, inclusive em relação à propriedade intelectual, até se tornarem uma das principais economias industriais do mundo. Com a chegada da era digital, porém, essa estratégia parece estar dando sinais de esgotamento: o país foi alcançado por outras economias asiáticas e, na esfera digital, até mesmo ultrapassado por algumas delas. Isso tem levado alguns analistas a sugerir que o sucesso na economia digital requer uma abordagem completamente diferente da adotada durante a era industrial.

O êxito extraordinário da China na arena digital – que tem nas tradições confucionista e marxista seus principais pilares – é um incentivo a mais para nos perguntarmos se a governança de dados não estaria em melhores mãos sob a orientação das filosofias orientais tradicionais. Essa nova forma de pensar realça a necessidade de que encontremos bases comuns, a partir das quais possamos desenvolver valores que sejam amplamente aceitos e que sirvam de base para a criação de mecanismos de governança para a emergente sociedade digital. Como já mencionado, o conceito de responsabilidade fiduciária pode ser um bom ponto de partida nessa empreitada.

A ERA DIGITAL PEDE UM NOVO PARADIGMA, QUE VÁ ALÉM DO INDIVIDUALISMO

Há razões sólidas para crer que os mecanismos de governança criados no contexto da economia industrial, baseados no mercado, precisarão ser aperfeiçoados para que possam dar conta das realidades econômicas e tecnológicas da economia digital, que se faz cada vez mais onipresente.

Já estamos assistindo ao surgimento de novos modelos de negócio na esfera digital, como os de assinaturas e compartilhamento, pautados pelo licenciamento de “direitos de acesso” para que “membros confiáveis” de comunidades eletrônicas possam fazer uso de determinados produtos. Esses modelos de negócio contrastam com os vigentes na economia de mercado industrial, em que a propriedade dos bens (isto é, os direitos exclusivos para dispor deles) é trocada anonimamente por dinheiro entre indivíduos (e empresas).

A figura 1 permite visualizar como seria a economia em um mundo com rastreabilidade avançada, em que todos são proprietários de bens (incluindo dados) que são úteis para outras pessoas e contribuem com o direito de uso desses bens. Nesta que poderia ser chamada de “economia das contribuições” (*potluck economy*), o uso compartilhado de bens físicos (e de dados) é monitorado e recompensado pela sociedade.



Figura 1: De uma economia de trocas à economia das contribuições
 Nota: A expressão "economia das contribuições" (*potluck economy*) é retirada de um blog de Timothy Nash

O modelo retém a noção de propriedade, uma vez que as plataformas que coordenam a concessão de licenças têm a responsabilidade fiduciária de proteger os interesses de seus participantes ou fideicomissários.

A CIBERCIVILIZAÇÃO PELAS LENTES DO ORIENTE

Em um momento em que, presos à filosofia ocidental do individualismo, os formuladores de políticas públicas buscam infrutiferamente respostas para os desafios de uma sociedade digital cada vez mais onipresente, as filosofias altruístas do Oriente podem nos ajudar a desenvolver princípios filosóficos e éticos que sirvam de base para a criação de mecanismos de governança adequados às novas estruturas sociais digitais. Embora sejam crenças distintas, tanto o confucionismo como o budismo e o anismo enfatizam a importância de honrar a confiança que os outros depositam em uma entidade ou instituição social. É uma maneira de ver as coisas que contrasta vivamente com a ênfase ocidental na proteção dos direitos dos indivíduos.

A diferença entre essas duas perspectivas fica ainda mais evidente quando se considera o tratamento conferido aos dados pessoais. No moderno pensamento ocidental, o desrespeito à privacidade corresponde a uma violação dos direitos dos indivíduos, que deveriam ter controle sobre seus dados pessoais. As filosofias orientais, por sua vez, veem o uso indevido dos dados pessoais confiados a uma plataforma como um desrespeito à confiança nela depositada. Por mais sutil que seja, a diferença entre essas duas visões tem consequências importantes na concepção dos mecanismos de governança.

A preocupação do Ocidente é assegurar que a coleta e gestão dos dados estejam de acordo com a “vontade” dos indivíduos que os fornecem, de modo que eles permaneçam sob seu controle, ao passo que a prioridade do Oriente é assegurar que os dados estejam protegidos e sejam usados de acordo com os “interesses” dos que os fornecem, havendo ou não uma autorização expressa para sua coleta e gestão.

Essa discussão também traz à tona a questão do reconhecimento de responsabilidades. Na área de governança de IA, as pessoas vêm se questionando se ainda faz sentido considerar que os seres humanos são, em última análise, os responsáveis pelo mal funcionamento de objetos produzidos pelo homem.

O pressuposto ocidental de que os humanos detêm o monopólio da autonomia e da inteligência confere a eles autoridade e responsabilidade máximas sobre todos os objetos produzidos pelo homem – princípio que se reflete nas leis relativas à responsabilidade pelo fato do produto, presentes em diversos códigos civis e penais do Ocidente.

Em contraste com essa perspectiva, a sabedoria asiática da convivência com a natureza pode se tornar um princípio balizador. Por quê? Porque tudo indica que, no futuro, as máquinas serão dotadas de capacidades ao menos semelhantes à inteligência humana. Isso significa que, se pretendemos que as máquinas interajam intimamente com os humanos, precisamos nos preparar para reconhecer que elas têm uma personalidade.

RUMO A PRINCÍPIOS UNIVERSALMENTE ACEITÁVEIS COM BASE NA CONFIANÇA

Buscamos aqui explorar as diferentes perspectivas do Oriente e do Ocidente, com o intuito de encontrar bases comuns para o desenvolvimento de um novo conjunto de princípios éticos, adequados à realidade cada vez mais concreta de um mundo que se move e se organiza em torno dos dados. Como ambas as tradições compartilham a noção de responsabilidades fiduciárias, este parece ser um bom ponto de partida para a criação de mecanismos eficazes de governança de dados, dotados de um sistema democrático de pesos e contrapesos que beneficie a todos. Minha crença e minha esperança é que a humanidade seja suficientemente sábia e inteligente para desenvolver tal sistema e aproveitar de forma civilizada as enormes oportunidades tecnológicas que ela foi capaz de criar.

Este artigo é uma versão reduzida e modificada de J. Koruyo, *An Asian perspective on the governance of cyber civilization (Uma perspectiva asiática sobre a governança da cibercivilização)*. Electron Markets (2022).

Construindo futuros sustentáveis com conhecimentos tradicionais na Nova Caledônia

Rebecca Ferderer, Divisão de Conhecimentos Tradicionais, OMPI

“Mais de 90% das espécies encontradas no meio ambiente terrestre, botânico e marítimo das ilhas da Nova Caledônia são endêmicas”, diz Subama Mapou. “Os povos indígenas locais acumularam amplo conhecimento sobre mais de 1,2 mil espécies de plantas, segundo estudo bibliográfico que realizei como parte da minha pesquisa”, acrescenta ela.

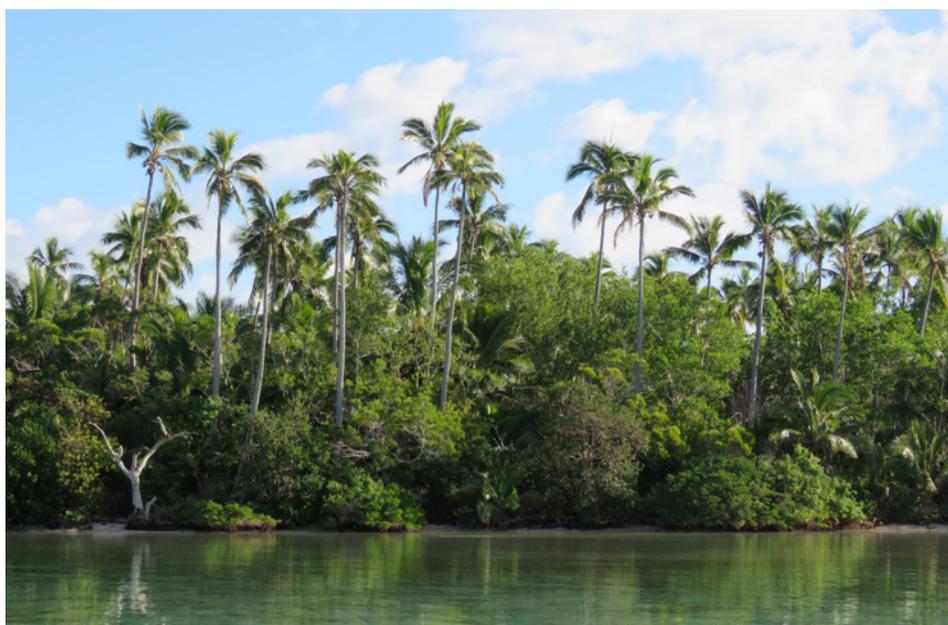


Foto: Quentin Fahrner / Unsplash

Para Subama Mapou, os vastos recursos naturais da Nova Caledônia são inesgotável fonte de inspiração na criação de inovações à base de plantas que recorrem aos conhecimentos tradicionais dos povos indígenas do arquipélago. Pertencente à tribo Unia, do cacicado Djawari, Mapou foi apresentada ainda muito jovem a esses conhecimentos por seus familiares. Seus ancestrais formam uma longa linhagem de curandeiros tradicionais. A apaixonada cientista kanak fala sobre o significado do trabalho que realiza em prol do sustento dos grupos indígenas e sobre sua ambição de contribuir para o desenvolvimento de um marco jurídico *sui generis* que proteja os conhecimentos tradicionais do arquipélago e, ao mesmo tempo, garanta que as comunidades indígenas possam desfrutar igualmente dos benefícios de seu uso.



Workshops organizados por Subama Mapou e sua equipe contribuem para o reavivamento de práticas baseadas em conhecimentos tradicionais, ajudando mulheres e homens a desenvolver as habilidades necessárias para que possam se dedicar a técnicas artesanais tradicionais, assim como a atividades de caça e pesca.



Fotos: cortesia de Subama Mapou



“Como seres humanos, precisamos respeitar e escutar a Mãe Natureza. Espero que mudemos o modo como consumimos as coisas. O bem-estar futuro das nossas crianças depende dessa mudança.”

O que a fez se interessar pela biologia vegetal?

Sempre tive grande ligação com as plantas. O conhecimento sobre plantas medicinais e seu uso chegou até mim através de membros da minha família, como meu bisavô, Ouma Mapou, um curandeiro tradicional de 109 anos, e minha avó. Na universidade, quando me dediquei a estudos sobre plantas e microbiologia, eu estava cumprindo parte da promessa que fiz a minha família de dar prosseguimento a suas valiosas pesquisas sobre plantas, incluindo a proteção desses conhecimentos tradicionais e sua transmissão para futuras gerações. Atualmente, estou realizando um doutorado em fitoquímica e etnofarmacologia na Universidade de Nova Caledônia. Meus objetivos são contribuir para a gestão sustentável dos recursos naturais da Nova Caledônia, ampliar o uso dos conhecimentos tradicionais do arquipélago e ajudar a estabelecer um marco legal *sui generis* que proteja os conhecimentos tradicionais de nossas populações indígenas e ao mesmo tempo garanta que elas tenham acesso a esses conhecimentos e possam desfrutar dos benefícios de seu uso de maneira justa e sustentável.

O que há de tão fascinante no trabalho com os recursos naturais da Nova Caledônia?

O que mais me fascina nesse trabalho é a imensa biodiversidade do arquipélago e a riqueza dos conhecimentos tradicionais envolvendo o seu uso. Mais de 90% das espécies encontradas no meio ambiente terrestre, botânico e marítimo das ilhas são endêmicas. Os povos indígenas locais acumularam amplo conhecimento sobre mais de 1,2 mil espécies de plantas, segundo estudo bibliográfico que realizei como parte da minha pesquisa.

Fale um pouco mais sobre a importância dos conhecimentos tradicionais para as comunidades kanak.

Restos arqueológicos mostram que a presença do povo Kanak na Nova Caledônia data de 4 mil anos. O arquipélago se divide em oito áreas consuetudinárias, com 28 idiomas indígenas. A singularidade dos grupos taxonômicos das ilhas se reflete nos conhecimentos locais que cada grupo tem sobre usos tradicionais baseados em plantas. Desenvolvidos ao longo de séculos, esses conhecimentos vêm sendo transmitidos oralmente de geração a geração por curandeiros tradicionais como o meu bisavô.

O preâmbulo da Constituição do povo Kanak afirma que “as populações melanésias, como outros povos indígenas do mundo, têm uma visão do cosmos, uma relação com o espaço, uma organização social e uma prática consuetudinária que tendem à busca permanente do equilíbrio e da harmonia”. Essa visão da relação entre os povos indígenas e seu meio ambiente natural é o que os torna capazes de resistir e se adaptar aos novos desafios que vão surgindo, como demonstrado por meu próprio povo na Nova Caledônia.

Conte-nos um pouco sobre a sua empresa, a Gardenia Cosmétique.

O desenvolvimento de produtos a partir de recursos naturais começa com a conscientização do público. Criei a Gardenia Cosmétique para pôr a minha pesquisa em prática. As pessoas desejam produtos autênticos e garantia de qualidade. Meu objetivo é promover a biodiversidade da Nova Caledônia e os conhecimentos tradicionais de seus povos indígenas, usando a expertise que adquiri na área para transformar as matérias-primas da região em produtos para o dia a dia que correspondam aos desejos dos consumidores e sejam produzidos da forma mais ecológica possível.

Os produtos da Gardenia Cosmétique são feitos com ingredientes 100% naturais e com uma garantia de qualidade baseada em pesquisas científicas, que aprimora os métodos extrativos tradicionais com a estabilização das moléculas ativas contidas nos ingredientes. Temos vários acordos com diferentes associações de produtores indígenas, que se encarregam de produzir as matérias-primas de que precisamos com base nos princípios do comércio justo e do desenvolvimento sustentável. Meu desejo de respeitar os direitos dos povos indígenas locais significa que nossos artigos são produzidos de acordo com os princípios do comércio justo. Na comercialização desses produtos, também respeitamos os direitos desses produtores indígenas locais e ajudamos a promover seus conhecimentos tradicionais.

Qual a vantagem dos seus produtos, em termos comerciais?

O uso continuado de produtos fabricados com moléculas sintéticas pode causar dolorosas afecções cutâneas, como eczema e psoríase. Atualmente, os consumidores procuram linhas de produtos naturais que atendam a suas necessidades pessoais. É aí que reside a vantagem dos produtos da Gardenia Cosmétique: nossos artigos são uma alternativa natural, capaz de proporcionar alívio e ajudar nossos consumidores a cuidar melhor de suas alergias de pele. Começamos a comercializar nossos produtos no início de 2020 e a demanda por eles é cada vez maior.

Em quais mercados vocês atuam?

Nosso principal mercado atualmente é a Nova Caledônia. Temos uma loja no norte do arquipélago. Em 2021, participamos de grandes eventos locais, como a Feira do Pacífico e a Feira das Mulheres, que atraíram 20 mil visitantes de toda a Nova Caledônia. Nossos produtos também podem ser adquiridos pela internet, através do site Nakupa.shop, uma plataforma de comércio eletrônico especializada em produtos naturais e artesanais das ilhas do Pacífico. Também planejamos lançar nosso próprio site, que será importante para que possamos atingir os mercados europeus.

Nossas operações se concentram no norte, onde também estamos investindo em uma horta de plantas medicinais, em nosso próprio laboratório, para que possamos ampliar a produção, e em uma escola para ministrar nossos workshops. Isso garante um contato assíduo com as associações de produtores de comunidades indígenas localizadas em áreas remotas no norte do arquipélago. Também temos instalações no sul, que nos permitem obter matérias-primas provenientes de outras regiões da Nova Caledônia.

O que motivou o seu aprendizado sobre a propriedade intelectual?

Os conhecimentos tradicionais que meu bisavô me transmitiu têm imenso valor no combate às mudanças climáticas e devem ser desenvolvidos em colaboração com os povos indígenas que detêm esses conhecimentos. Muito antes de começar o meu negócio, em 2010, acompanhei de perto as negociações que levaram à





Fotos: cortesia de Subarna Mapou

Uma abordagem *sui generis*

Diversos países adotam mecanismos jurídicos especiais com disposições relativas a direitos de propriedade intelectual (PI) ou semelhantes. Muitos desses regimes especiais conferem proteção contra o uso ou apropriação indevidos de conhecimentos tradicionais, expressões culturais tradicionais e conhecimentos tradicionais associados a recursos genéticos.

Para consultar uma compilação de regimes *sui generis*, organizada pela OMPI, acesse: www.wipo.int/tk/en/databases/tklaws/

Comitê Intergovernamental da OMPI sobre Propriedade Intelectual e Recursos Genéticos, Conhecimentos Tradicionais e Folclore (IGC)

O IGC continua a trabalhar em prol da adoção de instrumentos legais internacionais que garantam, no âmbito da propriedade intelectual, a proteção equilibrada e efetiva a recursos genéticos, conhecimentos tradicionais e expressões culturais tradicionais.

Para saber mais sobre o IGC, consulte: www.wipo.int/tk/en/igc/



incorporação do Protocolo de Nagoia à Convenção sobre a Diversidade Biológica. A ênfase dessas discussões no uso sustentável de recursos genéticos e dos conhecimentos tradicionais a eles relacionados me inspirou a encontrar uma maneira de proteger o processo de extração ecológica que eu desenvolvi. Esse processo viabiliza a produção de artigos naturais de alta qualidade, em conformidade com os requisitos do ERI 360, selo que certifica a ecoextração na produção de cosméticos, adotado na França em 2018.

Naquele ano, a Gardenia Cosmétique venceu o primeiro prêmio do Fórum da Inovação em Países de Ultramar, concedido pelo presidente François Macron. Isso me incentivou a me inscrever no processo seletivo do Programa da OMPI de formação, mentoria e estabelecimento de contatos em matéria de propriedade intelectual para empreendedoras de povos indígenas e comunidades locais, que foi uma excelente oportunidade para eu aprender sobre os direitos de PI, sobre como desenvolver meu modelo de negócios e sobre como levar nosso patrimônio cultural ao mercado. Nosso foco agora é o fortalecimento da marca Gardenia Cosmétique.

Como você acha que o sistema da PI deveria evoluir?

Gostaria muito que houvesse uma lei internacional de proteção aos conhecimentos tradicionais. A preocupação com a qualidade natural dos produtos é de fundamental importância para as futuras gerações de todos os povos. O modelo de consumo que temos hoje precisa ser reequilibrado para levar em conta os desafios mundiais atuais, como as mudanças climáticas. Como seres humanos, precisamos respeitar e escutar a Mãe Natureza. Espero que mudemos o modo como consumimos as coisas. O bem-estar futuro de nossas crianças depende dessa mudança.

Seria ótimo também se existisse uma base de dados sobre os recursos naturais da Nova Caledônia em nossas línguas locais, desde que, claro, com o consentimento prévio e informado das comunidades envolvidas. Com isso, o governo teria as informações necessárias para promover a gestão sustentável desses recursos.

Fale um pouco mais sobre o Instituto Kanak de Plantas, Artesanatos e Idiomas Indígenas (IKAPALA).

Sou uma das fundadoras do IKAPALA, uma organização não governamental criada em 2017 que reúne todos os que estão comprometidos com a ampliação e proteção dos conhecimentos tradicionais kanak. O instituto pro-

cura fazer a ligação entre autoridades governamentais, órgãos científicos e os detentores de conhecimentos tradicionais. Minha paixão pelas plantas e pela proteção dos conhecimentos tradicionais associados me levou a criar o IKAPALA. Quando comecei a viajar pelo país, conheci muitas mulheres, tradicionalistas, curandeiros e jovens, mas faltava a eles um vínculo comum. Com o IKAPALA e seu compromisso com os princípios de unidade, simplicidade e respeito, estamos criando esse vínculo e fortalecendo nossa capacidade de proteger nosso patrimônio intangível e espiritual.

O IKAPALA organiza uma série de eventos na Nova Caledônia sobre como fortalecer, transmitir e proteger os conhecimentos tradicionais baseados em plantas. O instituto também promove colaborações entre os detentores desse conhecimento e outros atores interessados, como empresas e pesquisadores comprometidos com o respeito aos direitos dos povos indígenas, em especial os kanak. Atualmente, o IKAPALA é integrado por cerca de 40 associações de mulheres de todas as oito áreas consuetudinárias da Nova Caledônia.

Qual tem sido o impacto dessas atividades?

Após muitos anos de conscientização, os esforços investidos na criação do IKAPALA e da Gardenia Cosmétique finalmente começam a dar frutos. Um exemplo disso é a parceria estabelecida entre a empresa e o IKAPALA para a oferta de workshops gratuitos, em que eu compartilho a minha expertise em conhecimentos tradicionais com associações de mulheres indígenas de toda a Nova Caledônia. Nesses eventos, as mulheres aprendem a usar as plantas endêmicas do arquipélago e seus conhecimentos tradicionais associados para preparar e vender seus próprios artigos orgânicos, como sabonetes, gel de babosa e óleo de coco prensado a frio, gerando para elas uma importante fonte de renda.

Isso está contribuindo para o reavivamento de práticas baseadas em conhecimentos tradicionais, ajudando mulheres e homens a desenvolver as habilidades necessárias para que possam se dedicar a técnicas artesanais tradicionais, assim como a atividades de caça e pesca. Dessa forma, os jovens sentem cada vez mais orgulho da tradição de que fazem parte e contribuem para o resgate do valor de suas expressões culturais. A propriedade intelectual é uma ferramenta importante para que eles possam gerar renda a partir desses conhecimentos e, assim, melhorar suas condições de vida. É um grande privilégio para mim poder contribuir para a construção de um futuro mais sustentável para a próxima geração de neocaladônios.



Foto: cortesia de Subama Mapou

Programa de empreendedorismo destinado a mulheres de povos indígenas e comunidades locais

O Programa da OMPI de formação, mentoria e estabelecimento de contatos em matéria de propriedade intelectual para mulheres empreendedoras de povos indígenas e comunidades locais tem por objetivo estimular atividades de empreendedorismo, inovação e criatividade relacionadas a conhecimentos tradicionais e expressões culturais tradicionais entre as mulheres. O programa pretende fortalecer a capacidade das mulheres empreendedoras de comunidades indígenas e comunidades locais para que façam uso estratégico e efetivo das ferramentas de propriedade intelectual e, assim, impulsionem suas atividades comerciais.

Desde 2019, já foram selecionadas para participar do programa, entre centenas de inscritas, quase 50 mulheres empreendedoras de povos indígenas e comunidades locais, como artesãs, designers, artistas intérpretes ou executantes, pesquisadoras, curandeiras e pequenas agricultoras. O programa se destina a mulheres empreendedoras de povos indígenas e comunidades locais que planejam iniciar ou já iniciaram um projeto ou um empreendimento baseado em conhecimentos tradicionais e/ou expressões culturais tradicionais.

“Os jovens sentem cada vez mais orgulho da tradição de que fazem parte e contribuem para o resgate do valor de suas expressões culturais. A propriedade intelectual é uma ferramenta importante para que eles possam gerar renda a partir desses conhecimentos e, assim, melhorar suas condições de vida.”

Como você explica o êxito da Gardenia Cosmétique e do IKAPALA?

Minha paixão pelos conhecimentos tradicionais e minha determinação de lutar, por meio de colaborações construídas com base no respeito mútuo, pela gestão sustentável dos recursos naturais da Nova Caledônia ajudaram-me a percorrer esse longo caminho. Nosso êxito tem por base o respeito pela diversidade cultural e o compromisso de trabalharmos juntas em prol do nosso objetivo comum. As oito regiões consuetudinárias agora estão reunidas no IKAPALA para defender nossos conhecimentos tradicionais e desenvolver práticas que protejam a biodiversidade da região.

Em 2016, quando começamos, tínhamos o apoio de nossas associações parceiras e das autoridades consuetudinárias do Grande Sul. Em 2019, o Senado Consuetudinário da Nova Caledônia se juntou a nós e agora pretende aprovar uma convenção para proteger os conhecimentos tradicionais. Trata-se de um avanço extremamente positivo. Continuamos a unir esforços com agências governamentais na tentativa de encontrar alternativas para a criação de um marco legal que proteja os conhecimentos tradicionais das populações do arquipélago e, ao mesmo tempo, garanta que elas tenham acesso a esses conhecimentos e possam desfrutar dos benefícios de seu uso de maneira justa e equitativa. Nosso principal objetivo é a adoção de uma legislação nacional *sui generis* voltada para a proteção dos conhecimentos tradicionais.

Qual é o seu próximo projeto?

Meu próximo projeto profissional é desenvolver ingredientes ativos novos e naturais, tendo como alvo o setor de cosméticos de luxo e empresas comprometidas com o respeito aos povos indígenas e com o desenvolvimento sustentável. O segmento de suplementos alimentares é outro mercado bastante interessante em que pretendemos promover nossas receitas medicinais. Também pretendo desenvolver projetos baseados em parcerias para incentivar a gestão sustentável de nossos recursos naturais. Além disso, gostaria de ver o IKAPALA estabelecer uma parceria com o governo da Nova Caledônia e o senado consuetudinário voltada para a criação de uma entidade que se dedique à proteção dos conhecimentos tradicionais do país. Por fim, planejo construir uma escola para os kanak locais, para continuar a ensiná-los a proteger e promover os conhecimentos tradicionais e a diversidade cultural da Nova Caledônia.

Que conselho você daria para os jovens dos povos indígenas?

Sempre vou me lembrar das palavras do meu bisavô: “Independentemente do que você venha a fazer, dos diplomas que venha a obter, das pessoas que venha a conhecer, nunca se esqueça das suas raízes culturais”.

Por isso, o meu conselho é o seguinte: sempre respeite e compartilhe os seus valores com paixão, humildade e determinação inabaláveis. O caminho não será fácil, mas quando você conquistar os seus objetivos, a recompensa será incrível.

Preservando o patrimônio cultural sérvio: o caso dos tapetes “kilim de Pirot”

Vladimir Marić, diretor do Instituto de Propriedade Intelectual da República da Sérvia

Os produtos com indicação geográfica de origem devem suas características especiais ao lugar onde são produzidos. São o resultado de tradições cultivadas ao longo de séculos pelos habitantes de uma determinada localidade, cujos conhecimentos e habilidades foram sendo transmitidos de geração a geração. Os tapetes, ou kilim, produzidos em Pirot, cidade situada no sudeste da Sérvia, são fruto de uma tradição desse tipo, refletindo o rico patrimônio cultural e histórico das tecelãs da cidade e o valor de sua arte, que merece ser preservada e promovida. Foi por isso que em 18 de junho de 2012, por decisão do Comitê Nacional do Patrimônio Cultural Intangível da República da Sérvia, a tecelagem kilim de Pirot foi incluída na lista nacional do Patrimônio Cultural Intangível da República da Sérvia, sob proteção da UNESCO.

UMA BREVE HISTÓRIA DO “KILIM DE PIROT”

A cooperativa das tecelãs de kilim de Pirot, primeira manufatura organizada desse tipo de tapete, foi fundada há 122 anos, mas a tecelagem de kilim em Pirot data do século IX d.C. Com seus lindos motivos de cores vivas, os “kilim de Pirot” são mundialmente reconhecidos por sua beleza e qualidade.

Esses tapetes de alta qualidade conquistaram reconhecimento mundial entre o fim do século XIX e o início do XX, tendo sido premiados nas exposições universais de Lyon, em 1894, e de Liège, em 1905. Depois disso, as portas dos mercados norte-americano e britânico se abriram para os tapetes kilim. Durante a Exposição dos Países dos Balcãs, realizada em Londres, em 1907, a imprensa registrou: “No palácio de Buckingham, os belíssimos kilim de Pirot tiveram um êxito indescritível! Os ingleses estão verdadeiramente deslumbrados”, recorda a autora Žikić Vitković em seu livro *Pirot's Carpet*.

Após a Primeira Guerra Mundial (1914-1918), estabeleceram-se os padrões de qualidade – similares aos que hoje regulam os critérios de indicação geográfica – para a produção dos “kilim de Pirot”. Em 1925, foi criada a Comissão de Avaliação da

Cooperativa de Tecelagem Kilim. Seu papel era garantir que o desenho, as cores e os materiais usados na produção dos tapetes kilim estavam de acordo com os padrões de qualidade estabelecidos.

No período entreguerras, a Cooperativa de Tecelagem Kilim de Pirot conquistou mais de 50 prêmios e medalhas em eventos internacionais e nacionais, como o primeiro lugar na Exposição Internacional de Arte e Tecnologia de Paris, em 1937. De meados dos anos 1950 a meados da década seguinte, a tecelagem kilim continuou a vicejar em Pirot, com encomendas provenientes de países como Áustria, Finlândia, Japão, Itália, Países Baixos, Suíça e Alemanha Ocidental.

As tecelãs continuam a usar a melhor qualidade de lã para tecer os “kilim de Pirot”. No processo de tecelagem, a urdidura (fios que se estendem longitudinalmente no tear) é formada por fios de lã branca de ovelhas da raça pramenka, atualmente sob ameaça de extinção, que pastam em campos ao redor de Pirot. Para se tecer um “kilim de Pirot” padrão (que mede 1,4 metro por 2 metros), é necessário fiar a lã de pelo menos nove ovelhas pramenka. Essas ovelhas costumam produzir lã de alta qualidade, com fios compridos e de fácil processamento. Com 300 quilos de lã crua se produzem, em média, 100 quilos de fios de alta qualidade, que contribuem para a durabilidade dos “kilim de Pirot”.

MOTIVOS GEOMÉTRICOS ATEMPORAIS

Os desenhos de formas concêntricas que há séculos caracterizam os tapetes “kilim de Pirot” remetem aos encontrados nas cerâmicas do Egito Antigo, em vasos cipriotas e até mesmo nos kilim do povo Navajo, da América do Norte. Trata-se de um reflexo das muitas e variadas influências que foram moldando essa tradição ao longo do tempo. A simetria de formas e padrões estritamente geométricos confere atemporalidade aos “kilim de Pirot”. Seus motivos gráficos consistem sobretudo em formas abstratas, ornamentais, mas também reproduzem fenômenos naturais e, ocasionalmente, símbolos religiosos. Os tons de vermelho, azul e verde que predominam nesses tapetes são fascinantes.

As tecelãs sérvias tradicionalmente exibem uma imaginação incrível, tecendo desenhos, formas e cores que fazem dos “kilim de Pirot” obras de beleza única, que jamais perdem o seu encanto. Ao longo da história, os “kilim de Pirot” vêm servindo de adorno em palácios e residências de altas autoridades, assim como em locais de culto.

AS MULHERES NO CENTRO DA TECELAGEM KILIM

Símbolo formidável da tradição folclórica sérvia, os tapetes kilim são tipicamente produzidos por mulheres, que aprendem essa arte com suas antepassadas e, em geral, trabalham em condições desafiadoras. Ainda hoje, tecer um “kilim de Pirot” é uma atividade árdua. Atualmente, uma tecelã da Cooperativa do Coração de Maria (única autorizada a usar a indicação geográfica (IG) “Kilim de Pirot”) trabalha, em média, 176 horas (oito horas por dia, durante 22 dias do mês) para tecer apenas 0,8 m² de tapete.



Foto: © Slavica Ćirić

Em 2003, o Instituto de Propriedade Intelectual da Sérvia reconheceu a expressão “Kilim de Pirot” como uma indicação geográfica (IG). Essa IG abrange tapetes, cobertores, cortinas, tapeçarias e outros têxteis domésticos.





Fotos: © Slavica Ćirić

Os tapetes são tipicamente produzidos por mulheres, que aprendem essa arte com suas antepassadas. Tecer um “kilim de Pirot” é uma atividade árdua, mas, felizmente, as mulheres que se dedicam a essa tecelagem hoje gozam de maior segurança econômica do que suas predecessoras.

“A certificação de indicação geográfica ajuda a manter vivas as tradições locais e protege as tecelãs autorizadas contra o uso não autorizado do selo de IG.”



Felizmente, as mulheres que se dedicam à tecelagem de tapetes kilim hoje gozam de maior segurança econômica do que suas predecessoras. Esse é um fator muito importante para atrair para o ofício novas tecelãs e manter viva a produção desses tapetes deslumbrantes.

Slavica Ćirić, diretora da Cooperativa do Coração de Maria, explica os pré-requisitos que as tecelãs dos “kilim de Pirot” devem preencher:

“As mulheres que querem trabalhar como tecelãs precisam dominar a técnica de tecelagem e devem ser extremamente habilidosas. Precisam ter verdadeira predisposição genética para o ofício e ser muito focadas, pois passam o dia inteiro às voltas com contas, planejamento, lógica e matemática. Devem ter excelente memória também, pois não se trata de tomar notas, não há como anotar, é preciso ter tudo o tempo inteiro na memória. Por fim, e acima de tudo, elas precisam ter boa saúde, pois trabalham sentadas em um banco baixo junto ao tear, com os joelhos flexionados, a coluna ereta e as mãos constantemente em movimento, o tempo todo correndo o risco de cortar as pontas dos dedos, uma vez que os fios da urdidura, feitos de lã de ovelhas pramenka, parecem lâminas de tão afiados.”

TECENDO UM “KILIM DE PIROT”

Há mais de um século, todos os “kilim de Pirot”, seja qual for o seu tamanho, são tecidos como um único tapete em teares verticais. Durante a tecelagem, o tear é rotacionado de tempos em tempos, impedindo que a tecelã tenha uma visão completa do que está tecendo e, portanto, obrigando-a a confiar na memória para visualizar os complexos motivos que irão compor o tapete. As tecelãs adotam uma técnica postural que faz com que elas fiquem ajoelhadas enquanto tecem, e a única ferramenta que usam é a *tupica*, que lhes permite bater os fios da trama para baixo. Os tapetes apresentam tipicamente duas faces de igual qualidade e beleza.

Em 2003, o Instituto de Propriedade Intelectual da Sérvia reconheceu a expressão “Kilim de Pirot” como uma indicação geográfica (IG). Essa IG abrange tapetes, cobertores, cortinas, tapeçarias e outros têxteis domésticos. Com a obtenção da indicação geográfica, os tapetes e outros têxteis kilim produzidos nessa cidade histórica tornaram-se propriedade intelectual da população de Pirot.

OS BENEFÍCIOS DA CERTIFICAÇÃO DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA

Com a certificação de indicação geográfica, apenas os kilim tecidos por tecelãs autorizadas podem ser comercializados como “kilim de Pirot”. A autenticidade e a qualidade dos têxteis que exibem o selo de IG é garantida. Dessa forma, a certificação de IG garante a confiança dos consumidores, que têm certeza de estarem adquirindo um genuíno “kilim de Pirot”. Por sua vez, isso gera importantes benefícios para as tecelãs locais, ampliando a demanda interna e externa por seus tapetes de alta qualidade e permitindo que elas tomem medidas contra imitações de baixa qualidade.

A certificação de IG ajuda a manter vivas as tradições locais e protege as tecelãs autorizadas contra o uso não autorizado do selo de IG. A proteção legal vai além do combate à pirataria, pois implica também a obrigação, da parte de todas as tecelãs autorizadas, de manter os padrões de qualidade estabelecidos.

Ao registrar a indicação geográfica “Kilim de Pirot”, o Instituto de Propriedade Intelectual da Sérvia colaborou com as tecelãs locais na elaboração de um “manual de especificações”, em que são definidas as características essenciais dos “kilim de Pirot” e os elementos que fazem desses artigos um produto único de etnomanufatura. Além de descrever a técnica de tecelagem, a qualidade da lã utilizada na urdidura, os motivos característicos dos tapetes kilim e as cores usadas nos fios da trama, o manual também dispõe sobre outras especificações, como o uso obrigatório de teares verticais, a técnica postural adotada pelas tecelãs e métodos de controle de qualidade.

No passado, os cânones da tecelagem kilim eram ditados pela tradição e pela lei não escrita da arte das tecelãs, resultando em produtos de qualidade variável. Atualmente, graças em grande medida à certificação de IG, os “kilim de Pirot” precisam respeitar os padrões de qualidade estabelecidos.

No momento, a Cooperativa do Coração de Maria é a única usuária autorizada da indicação geográfica “Kilim de Pirot”. Muitos usuários anteriores perderam essa condição, ao que tudo indica em razão do alto custo da certificação e da relutância em respeitar as regras relativas à preparação, produção e venda dos produtos

certificados pela IG. O fenômeno parece se repetir com produtores de outros artigos certificados com IG na Sérvia. No entanto, a experiência de produtores de artigos com certificação de IG em outras partes do mundo sugere que as exigências que regulam o uso das indicações geográficas podem ter um impacto econômico positivo na produção desses artigos, desde que ajustadas de forma a garantir que os usuários tenham condições de cumprir as condições estabelecidas, obtendo assim o direito de usar a IG. Contudo, esse não tem sido o caso da produção dos “kilim de Pirot”, que atualmente depende do financiamento de fontes públicas e privadas.

Desde 2009, embora a demanda pelos “kilim de Pirot” seja maior que a capacidade de produção das tecelãs da cidade, não surgiram novos produtores com condições de se qualificar como usuários autorizados da indicação geográfica “Kilim de Pirot”. Essa lacuna representa uma ameaça à sustentabilidade da produção dos tapetes kilim em Pirot e tem suscitado uma reflexão cuidadosa sobre o que precisa ser feito para reavivar e sustentar essa arte.

“O propósito do nosso trabalho é preservar a tecelagem kilim em Pirot por meio do desenvolvimento sustentável e da expansão de nossa capacidade de produção, de modo que as receitas das vendas de kilim possam ser reinvestidas no financiamento da ampliação da produção e, ao mesmo tempo, gerem uma remuneração adequada para as tecelãs”, afirma Ćirić, que também enfatiza a necessidade de que sejam organizados workshops de treinamento para formar a próxima geração de tecelãs.

A indicação geográfica “Kilim de Pirot” faz parte da identidade nacional sérvia. Os “kilim de Pirot” têm excelente reputação e grande valor comercial. Ao promover ativamente esses têxteis de alta qualidade, o governo sérvio ajuda a garantir que as tecelãs de Pirot vivam com maior segurança econômica e possam colher os frutos de seu trabalho. A certificação também contribui para a preservação dessa arte admirável para as gerações futuras. Atualmente, muitos países buscam desenvolver estratégias que lhes permitam usufruir dos benefícios econômicos, sociais e culturais da produção de artigos com indicação geográfica. É importante que a Sérvia também atue nesse sentido.

Foto: © Slavica Ćirić



A única ferramenta usada pelas tecelãs é a *tupica* (à esquerda), que lhes permite bater os fios da trama para baixo.

China explora o potencial do blockchain para promover o desenvolvimento de “tribunais inteligentes”

XU Jianfeng, diretor geral de Serviços de Tecnologia da Informação do Tribunal Popular da República Popular da China

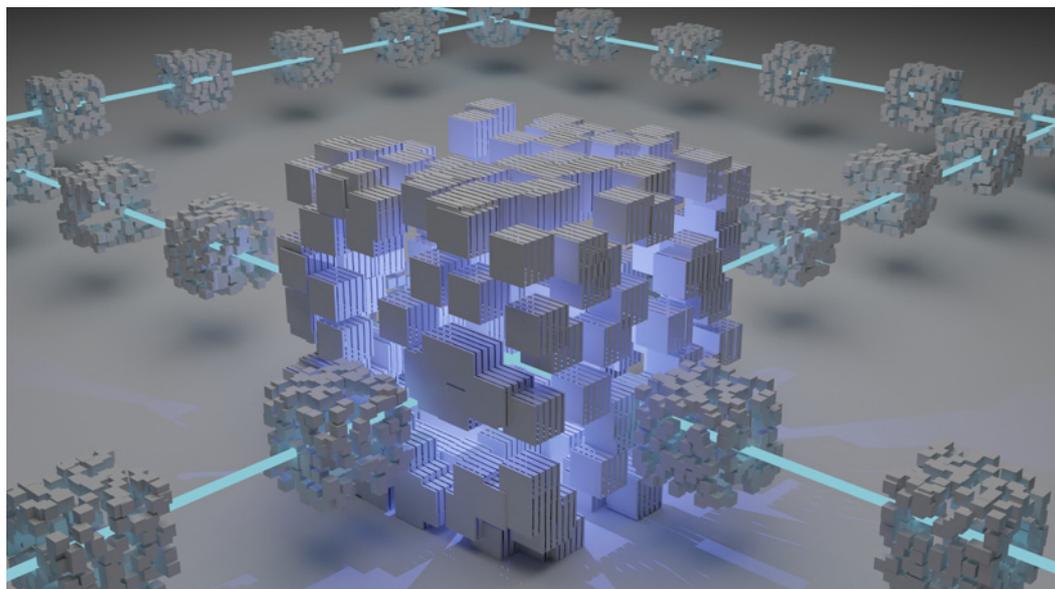


Foto: GuerrillaBuzz Crypto PR / Unsplash

O documento “Opiniões”, divulgado em maio de 2022 pelo Supremo Tribunal Popular da República Popular da China, afirma que o objetivo geral da aplicação do blockchain no sistema judiciário é a criação de uma “aliança blockchain” interconectada que promova o compartilhamento de informações entre os tribunais populares e todos os setores sociais até 2025.

Em maio de 2022, o Supremo Tribunal Popular da República Popular da China divulgou o documento *Opiniões do Supremo Tribunal Popular relativas ao fortalecimento da aplicação do blockchain no sistema judiciário* (“Opiniões”). Trata-se de um passo importante para que os tribunais populares promovam a aplicação de tecnologias fundamentais, representadas pelo blockchain, para acelerar ainda mais sua transformação digital, levar a justiça digital a um patamar mais elevado e aprofundar o

funcionamento inteligente da ordem jurídica. O blockchain é um tipo de tecnologia de registro distribuído, à prova de adulterações, que garante que registros e transações digitais sejam documentados e distribuídos, mas de forma alguma modificados.

PROMOVENDO A INTEGRAÇÃO PROFUNDA DE PROCESSOS JUDICIAIS COM O BLOCKCHAIN

A China atribui grande importância à aplicação e desenvolvimento da tecnologia blockchain. O presidente Xi Jinping tem enfatizado a necessidade de acelerar o desenvolvimento dessa tecnologia e da inovação industrial, buscando ativamente sua integração em prol do desenvolvimento econômico e social. O país dispõe de uma boa base para desenvolver e aplicar o blockchain no sistema judiciário – e, de fato, a tecnologia vem desempenhando uma função de apoio cada vez mais significativa nessa área.

Com a tecnologia, o Supremo Tribunal Popular criou um sistema mais avançado de tribunais inteligentes, organizado em torno de uma plataforma blockchain judiciária unificada, de âmbito nacional. Essa plataforma usa a tecnologia blockchain para processar os mais variados tipos de dados, como provas eletrônicas, arquivos eletrônicos, investigações policiais e informações de controle, informações sobre petições, movimentações processuais, entre outros. Desse modo, os cidadãos chineses e as autoridades judiciárias de todas as instâncias têm acesso, em todo o território nacional, a um sistema centralizado de armazenamento e verificação de informações judiciais. São permanentes os esforços para que todos os foros do país explorem ativamente a aplicação da tecnologia blockchain. Após estudos exaustivos e amplas consultas e debates, o Supremo Tribunal Popular elaborou e divulgou seu documento “Opiniões”, com o intuito de fortalecer ainda mais a aplicação do blockchain no sistema judiciário e aproveitar seu potencial na prática jurídica.

Graças à plataforma blockchain unificada do Supremo Tribunal Popular, cidadão chineses e autoridades judiciárias de todas as instâncias têm acesso, em todo o território nacional, a um sistema centralizado de armazenamento e verificação de informações judiciais.



Foto: cortesia do Supremo Tribunal Popular da República da China

PROMOVENDO UM MODELO BLOCKCHAIN AVANÇADO, MUNDIALMENTE PIONEIRO E COM CARACTERÍSTICAS CHINESAS

Trinta e dois itens distribuídos por sete seções do documento “Opiniões” esclarecem os requisitos globais para que os tribunais populares fortaleçam a aplicação do blockchain no sistema judiciário. Também são especificados os requisitos e as medidas para a aplicação do blockchain e para o desenvolvimento de plataformas baseadas nessa tecnologia. Além disso, o documento menciona áreas particularmente apropriadas à aplicação da tecnologia blockchain, como, por exemplo, a melhoria da credibilidade e eficiência do sistema judiciário, o fortalecimento da colaboração judicial e o incentivo à governança econômica e social.

APLICAÇÃO DO BLOCKCHAIN AO SISTEMA JUDICIÁRIO: REQUISITOS GERAIS

Ao esclarecer os requisitos gerais da aplicação da tecnologia blockchain no sistema judiciário, o documento “Opiniões” afirma que o objetivo global é criar uma “aliança blockchain” interconectada que promova o compartilhamento de informações entre os tribunais populares e todos os setores sociais. A meta é que essa aliança esteja estabelecida até 2025.

Nesse processo, a tecnologia blockchain será aplicada amplamente a diversos mecanismos de resolução de conflitos, serviços de contencioso, julgamentos judiciais e execução de sentenças e administração judiciária. Além disso, a aliança blockchain judicial interoperável se tornará parte integrante do sistema econômico e social da China, fomentando um modelo avançado e mundialmente pioneiro para o sistema judiciário, adaptado ao contexto chinês.

PRINCÍPIOS BÁSICOS DA “ALIANÇA BLOCKCHAIN”

O documento “Opiniões” identifica quatro princípios básicos em torno dos quais a aliança blockchain deve ser desenvolvida:

- i. a busca de uma coordenação baseada na legislação e a ênfase na colaboração e na interconectividade;
- ii. o incentivo à transparência e ao compartilhamento e a priorização do estabelecimento de padrões;
- iii. a ênfase na aplicação e valorização do desenvolvimento baseado em inovação; e
- iv. a garantia da segurança e confiabilidade e a ênfase no progresso ordenado.

REQUISITOS PARA A CRIAÇÃO DE PLATAFORMAS BLOCKCHAIN

O documento esclarece que, ao criar suas plataformas baseadas em blockchain, os tribunais populares devem:

- i. fortalecer o projeto de alto nível da aplicação do blockchain;
- ii. realizar continuamente programas de capacitação para promover a interoperabilidade da tecnologia, viabilizando maior colaboração;
- iii. aprimorar as capacidades técnicas do blockchain judiciário;
- iv. criar uma plataforma blockchain de verificação judicial acessível pela internet; e
- v. estabelecer e otimizar um sistema padrão.

O documento “Opiniões” propõe a criação de uma plataforma blockchain aberta e compartilhada entre os tribunais populares, assim como o desenvolvimento potencializado de uma aliança interoperável entre a plataforma blockchain judiciária e todos os outros setores da sociedade para o reforço permanente de sinergias. Segundo o

documento, a disponibilidade de uma plataforma blockchain de verificação judicial possibilitará que todos os atores envolvidos verifiquem a autenticidade dos dados relativos a mediação, provas eletrônicas, documentos processuais e outras informações judiciais.

A APLICAÇÃO DO BLOCKCHAIN NO SISTEMA JUDICIÁRIO: CENÁRIOS TÍPICOS

O documento “Opiniões” descreve quatro cenários típicos para a aplicação da tecnologia blockchain, visando a expansão de seu uso no setor judiciário.

Em primeiro lugar, propõe-se usar a capacidade que a tecnologia blockchain tem de gerar dados à prova de adulterações para reforçar a credibilidade do sistema judiciário, oferecendo garantias técnicas para a segurança das informações judiciais, a confiabilidade das provas eletrônicas, a execução de sentenças e decisões processuais e a autoridade dos instrumentos judiciais.

Em segundo lugar, pretende-se que a aplicação do blockchain otimize os processos comerciais e aumente a eficiência do sistema judiciário, considerando-se a capacidade da tecnologia para:

- i. viabilizar a circulação e aplicação de documentos e peças processuais;
- ii. conectar procedimentos de mediação e julgamento;
- iii. vincular julgamentos e procedimentos executórios; e
- iv. aumentar a eficiência dos procedimentos executórios.

Em terceiro lugar, considera-se que a conectividade da tecnologia blockchain aumentará a colaboração judicial e facilitará processos, como a verificação das qualificações dos advogados, a colaboração entre pessoas jurídicas em processos judiciais e a colaboração interdepartamental na execução de sentenças e decisões processuais.

Em quarto lugar, projeta-se que o uso das capacidades de reconhecimento mútuo e confiabilidade de uma aliança blockchain plenamente integrada facilite a governança econômica e social. Dessa forma, sua aplicação contribuirá para a proteção eficiente da propriedade intelectual, para a melhoria do ambiente de negócios e para o desenvolvimento e uso de dados.

O objetivo do documento “Opiniões” é promover ativamente a formação de um mecanismo interoperável e colaborativo, baseado em plataformas blockchain, voltado para questões relativas à propriedade intelectual, regulação de mercados, registro de propriedade, transações, propriedade de dados, comércio eletrônico de dados, instituições financeiras e todos os departamentos governamentais pertinentes.

Marca-país: muito mais que um símbolo cosmético

Patricio T. Murphy, especialista em propriedade intelectual e pesquisador do instituto de estudos e pesquisas *Red Argentina de Profesionales para la Política Exterior (Red APPE)*, Buenos Aires, Argentina

À primeira vista, o desenvolvimento da “marca” de um país, ou de uma “marca-país”, pode parecer simples. Trata-se, em geral, da estratégia empregada por um país para veicular determinada imagem de si mesmo no exterior com o intuito de atingir certos objetivos positivos. A ideia remete à existência de um “grande mercado mundial”, em que países, cidades e regiões concorrem entre si para atrair o maior número de turistas, investidores, consumidores, estudantes, eventos e assim por diante.

No entanto, o desenvolvimento da “marca” de um país está longe de ser uma tarefa simples. Em primeiro lugar, a imagem de um país ultrapassa em muito os elementos destacados em uma campanha voltada para o desenvolvimento de sua marca-país, como o design da marca e as paisagens ou os produtos ou serviços nela representados. Aquilo que é comunicado – consciente ou inconscientemente – é tão importante quanto as percepções mais difusas que os públicos-alvo têm a respeito do país. E o processo de formação dessas percepções está totalmente fora do controle dos responsáveis pela elaboração da estratégia de marca.

Em segundo lugar, a avaliação adequada de um país deve necessariamente ir além de sua atratividade econômica ou comercial, levando em conta também fatores como as medidas adotadas por seu governo para melhorar a qualidade de vida de seus cidadãos e suas contribuições para o bem-estar da humanidade como um todo.

MARCA-PAÍS: UM CONCEITO EM EVOLUÇÃO

O conceito de “marca-país” é um objeto de pesquisa que vem motivando o desenvolvimento de várias abordagens. O consultor de políticas públicas Simon Anholt é amplamente considerado um pioneiro nessa área. Em 1996, ele cunhou a expressão “marca-país” para indicar que o comportamento da reputação de um país é muito semelhante ao das imagens de marca de empresas e produtos. Em vista disso, o impacto da marca de um país em sua prosperidade, bem-estar e capacidade governamental pode ser significativo.

Alguns anos mais tarde, Anholt se deu conta de que o conceito de marca-país tinha sido mal compreendido e deturpado, passando a ser associado à ideia de que a administração da imagem



A representação gráfica da marca de um país é a forma mais direta que ele tem à disposição para veicular sua imagem e identificar a origem de seus principais produtos e serviços.

de um país se resumia a uma série de técnicas de marketing. Isso fez com que ele adotasse o conceito de “identidade competitiva”, que combina a avaliação da identidade de um país (com o reconhecimento de seus pontos fortes e fracos) com a possibilidade de reformulação de certos comportamentos e ações para tornar essa identidade mais positiva.

A noção de identidade competitiva lança luz sobre o fato de que a imagem de um país tem mais a ver com a identidade nacional e com a política e a economia das disputas concorrenciais do que com técnicas de desenvolvimento de marca. Da perspectiva da identidade competitiva, a imagem de um país não depende das coisas que ele diz para o mundo, e sim dos significados associados a sua identidade nacional, assim como a suas ações e comportamentos em relação à comunidade internacional. No entanto, como observa Anholt, as percepções internacionais podem ser moldadas ao longo do tempo, conforme o país se adapte e responda estrategicamente a novos cenários e circunstâncias.

Essa adaptação, segundo os critérios de Anholt, envolve uma abordagem multifacetada, com a adoção de medidas em diversas esferas (econômica, política, jurídica, social e cultural). Entre outros exemplos, essas medidas podem abranger o desenvolvimento e implementação de políticas e legislações inovadoras, a criação de instituições modernas, o fomento à ciência e tecnologia de ponta e a oferta de produtos e serviços inovadores, juntamente com a formação de um ambiente favorável aos negócios e aos investimentos.

Além das formulações de Anholt, o debate vem sendo enriquecido também por outras perspectivas. Alguns analistas veem a questão da marca-país pelo

prisma do marketing e da administração, enquanto outros adotam o ângulo de visão das relações internacionais e da diplomacia. De fato, o debate global sobre as marcas-país é cada vez mais marcado por uma multiplicidade de vozes.

AVALIANDO A IMAGEM DE UM PAÍS

A avaliação da imagem de um país é uma tarefa complexa. São muitos os fatores econômicos, políticos, culturais e sociais a serem considerados – sem falar na percepção dos demais atores presentes na arena internacional. O processo é ainda mais dificultado pelo fato de que essas percepções são inevitavelmente influenciadas pela origem, cultura e experiências desses atores – o que significa que elas têm um caráter intrinsecamente parcial. Apesar dessas dificuldades, há alguns índices e relatórios que nos oferecem dados úteis. Segue-se uma breve apresentação dos mais conhecidos.

Anholt IPSOS Nation Brands Index: criado em 2005, e desde 2008 associado ao instituto de pesquisas IPSOS, este foi um dos primeiros índices desse tipo a ser desenvolvido, apresentando uma avaliação global de um conjunto de países em termos do desempenho de cada um deles em relação a seis critérios:

1. Exportações – reputação dos produtos e serviços do país.
2. Turismo – nível de interesse em visitar o país e conhecer suas atrações naturais e artificiais.
3. Cultura e Patrimônio Cultural – valor do patrimônio cultural do país e interesse despertado por suas manifestações culturais contemporâneas, como música, arte, cinema, literatura e esportes.
4. Governança – opinião pública sobre a competência e imparcialidade do governo nacional, assim como seu comprometimento com questões mundiais.
5. Pessoas – reputação internacional em relação a receptividade, cordialidade ou tolerância.
6. Investimentos e imigração – capacidade do país de atrair pessoas (ou empresas) para viver (ou se instalar), trabalhar ou estudar, e a qualidade de vida e o ambiente de negócios oferecidos.

FutureBrand Country Index: publicado desde 2005, este índice abrange as 75 maiores economias do mundo, conforme o cálculo de seu PIB feito pelo Banco Mundial,

“O desenvolvimento de uma marca-país se refere, em geral, à estratégia empregada por um país para veicular determinada imagem de si mesmo no exterior com o intuito de atingir certos objetivos positivos.”

Estados membros da OMPI trabalham em prol da proteção das marcas-país

Os Estados membros da OMPI vêm discutindo ampla variedade de questões relativas à proteção de marcas-país no âmbito do Comitê Permanente da OMPI sobre o Direito de Marcas, Desenhos Industriais e Indicações Geográficas (SCT). De maio de 2020 a setembro de 2021, o SCT realizou um levantamento junto a seus membros para saber como eles elaboram suas marcas-país e também para identificar a lógica subjacente à proteção, reconhecimento, titularidade e gestão dessas marcas. Os resultados do levantamento mostram que 58% dos 65 Estados membros consultados já criaram uma marca-país e que outros 9% pretendem fazer o mesmo.

As principais razões apontadas para o desenvolvimento de uma marca-país foram: aumento da visibilidade do país (93%), promoção das expressões culturais, tradições e valores do país (91%) e incentivo ao turismo (91%). Outros dois motivos citados foram o estímulo às exportações (75%) e a atração de investimentos (73%). Mais de 80% dos países consultados reivindicam a titularidade sobre suas marcas-país, em geral por meio de entidades públicas ou de economia mista. Os resultados do levantamento foram publicados no documento SCT/43/8 Rev.2. Para mais informações, entre em contato com a Secretaria do SCT por meio do e-mail: sct.forum@wipo.int.

e analisa esses países em termos de diversas variáveis reunidas sob duas rubricas:

1. Propósito – valores, qualidade de vida e potencial de negócios do país.
2. Experiência – patrimônio cultural e cultura, turismo, produtos e serviços do país.

O índice avalia a percepção internacional a respeito de cada país da mesma forma que consumidores e marcas corporativas são avaliados. Também dá ênfase ao contexto social e econômico dos países avaliados e sua capacidade de atrair investimentos, comércio e turismo. A edição FutureBrand de 2019 introduziu o conceito de *countrymaking*, critério com base no qual se pretende avaliar os países em um contexto mundial e verificar de que maneira certos desafios, como o impacto das novas tecnologias, das mudanças climáticas e da desigualdade de gênero, afetam seu desempenho. Segundo a consultoria FutureBrand, responsável pelo índice, o *countrymaking* é um guia que permite visualizar como os países reagem, encontram um ponto de equilíbrio e até mesmo prosperam em meio às novas dinâmicas da atualidade.

Brand Finance Nation Brand Report: publicado desde 1996, este relatório calcula o valor financeiro, em dólar, das marcas-país avaliadas e oferece recomendações especializadas para torná-las ainda mais valorizadas. A posição de cada país no ranking é determinada pela abordagem “Royalty Relief”, em que a estimativa das receitas futuras de uma marca, com base em uma taxa de royalties provável, permite calcular seu “valor de marca”. Em outras palavras, trata-se de estimar o benefício econômico líquido que o titular da marca auferiria com seu licenciamento no mercado. O relatório avalia os efeitos da imagem de cada país em sua economia como um todo e nas marcas das empresas que têm sede em seu território, indicando ainda a capacidade que os países avaliados têm de promover investimentos internos, exportar seus produtos e serviços e atrair turistas e migrantes qualificados.

Em 2020, a Brand Finance lançou o *Global Soft Power Index*, um ranking baseado na influência internacional que cada país é capaz de exercer em virtude de seus valores culturais, econômicos e políticos e de seu papel na área de ciência e tecnologia, entre outros critérios, sem recorrer a ações militares ou medidas econômicas. A expressão *soft power* se refere à capacidade que um país tem de cooptar outros países – em vez de coagi-los – por meio da atratividade de seus valores, práticas ou ideias, a qual, por sua vez, depende do vigor interno do país, bem como de seus comportamentos e das relações estabelecidas perante a comunidade internacional.

The Good Country Index: criado por Anholt em 2014, este índice se baseia nas contribuições de cada país para o bem comum da humanidade e nos benefícios que cada um deles auferir desse bem comum, proporcionalmente ao tamanho de sua economia (PIB). A ideia é chamar a atenção para o fato de que os maiores desafios enfrentados atualmente pela humanidade devem ser compreendidos em sua natureza mundial e transfronteiriça. O índice também se

esencial[®]
**COSTA
 RICA**

A marca-país da Costa Rica usa a cor verde para transmitir o compromisso do país com a biodiversidade, a preservação do meio ambiente e a sustentabilidade.

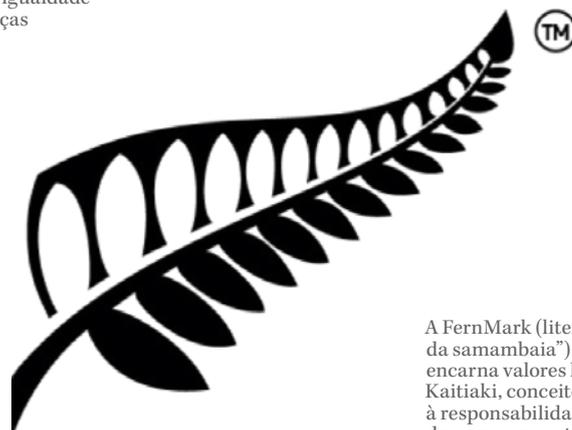


Esta marca é usada para incentivar os negócios e/ou favorecer as interações entre os cidadãos, simbolizando o perfil inovador da Estônia e seus investimentos em infraestrutura digital.



Argentina

A Argentina prioriza empresas comprometidas com questões mundiais (proteção do meio ambiente, fornecimento de alimentos, energia renovável, igualdade de gênero) na concessão de licenças para o uso de sua marca oficial.



A FernMark (literalmente, a “marca da samambaia”) da Nova Zelândia encarna valores locais, como o Kaitiaki, conceito maori que se refere à responsabilidade pela proteção dos recursos naturais do país hoje e para as futuras gerações.

distingue por não avaliar o desempenho de cada país isoladamente, mas como parte da comunidade internacional, recorrendo exaustivamente às bases de dados da ONU e mensurando as contribuições nacionais em áreas como ciência e tecnologia, cultura, paz e segurança internacional, ordem mundial, clima e prosperidade e igualdade. Para os propósitos do Good Country Index, “bom” não se opõe a “mau”, mas a “egoísta”.

Com esses índices, os formuladores de políticas públicas dispõem hoje de ferramentas poderosas, que lhes oferecem análises mais abrangentes e detalhadas sobre a imagem, ou marca, de seus países. São ferramentas que não se limitam a determinar a atratividade econômica e comercial de cada país no mercado mundial, avaliando também seu desempenho e reputação em áreas relevantes para o bem-estar de seus cidadãos e/ou do conjunto da humanidade.

ENFRENTANDO DESAFIOS E CONTEMPLANDO UM MUNDO NOVO

Na última década, a comunidade mundial começou a dedicar mais atenção aos desafios e oportunidades comuns da humanidade. Em 2015, as lideranças mundiais adotaram a Agenda 2030, em que foram estabelecidos os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas para erradicar a pobreza, proteger o planeta, promover a inovação e garantir a prosperidade em todo o mundo. De lá para cá, vêm proliferando os debates e preocupações em torno de questões específicas, como mudanças climáticas, igualdade de gênero, imigrantes e refugiados, energia nuclear, segurança alimentar mundial e inovação. Alguns culminaram na celebração de acordos internacionais, entre os quais o Acordo de Paris sobre o Clima.

As evidências mostram que esses desafios estão atingindo níveis emergenciais e exigem o compromisso das novas gerações com seu enfrentamento por meio da criação de alternativas que conduzam ao bem-estar mundial. As ferramentas necessárias para uma avaliação mais efetiva do desempenho de cada país em um contexto global foram

desenvolvidas e adaptadas para este novo paradigma, oferecendo um retrato mais nítido de como o comportamento dos países determina sua imagem internacional. Os relatórios mais recentes desses índices, por exemplo, aludem às respostas de cada país a eventos de grande impacto mundial – como a pandemia de Covid-19, as mudanças climáticas e a Quarta Revolução Industrial – e ao efeito dessas respostas em suas reputações. Muitos países reconhecem a importância da sustentabilidade, da inovação, da inclusão e da diversidade para as novas gerações e vêm adotando medidas concretas para abordar essas importantes questões. Os dados oferecidos por esses relatórios são inestimáveis para a formulação de políticas públicas voltadas para o aprofundamento dessas iniciativas.

A FORÇA DE UM SINAL NA FORMAÇÃO DAS PERCEPÇÕES

As marcas-país são um fenômeno complexo, que vai muito além das estratégias de marketing e da criação de elementos gráficos que sirvam de símbolo a um país. Em que pese essa complexidade, a representação gráfica da marca de um país tem valor e é fundamental protegê-la. Esse tipo de símbolo constitui o canal de comunicação mais direto que um país tem à disposição para veicular sua imagem e identificar a origem de seus principais produtos e serviços. Os responsáveis pela elaboração de estratégias de desenvolvimento de marcas-país precisam reconhecer que isso implica que esses elementos gráficos também incorporam valores e ações/comportamentos que moldam as percepções dos atores internacionais e o tipo de relação que eles estabelecem com o país. Da mesma forma, um sinal, ou emblema, gráfico pode servir como excelente ferramenta para incentivar o turismo, as exportações, os investimentos e atrair trabalhadores qualificados.

Por fim, e a título de alerta, é importante observar que uma avaliação de boa qualidade de uma marca-país não pode ignorar o tamanho, os recursos econômicos, a história nacional, o papel histórico mundial e a cultura do país em questão. Para se chegar a uma avaliação mais adequada e matizada de um país, esses fatores devem ser necessariamente levados em conta.



34, chemin des Colombettes
P.O. Box 18
CHE-1211 Genebra 20
Suíça

Tel: +41 22 338 91 11
Fax: +41 22 733 54 28

Para obter informações sobre a forma de
contactar os Escritórios Exteriores da OMPI
visite: www.wipo.int/about-wipo/en/offices

A **Revista da OMPI** é publicada trimestralmente e distribuída gratuitamente pela Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), Genebra, Suíça. Seu objetivo é ajudar a ampliar o entendimento público da propriedade intelectual e do trabalho da OMPI, e não é um documento oficial da OMPI.

As denominações empregadas nesta publicação e a apresentação dos dados que ali se encontrarem não implicam, por parte da OMPI, nenhuma tomada de posição relativamente à condição jurídica dos países, territórios ou zonas, nem às respectivas autoridades, nem ainda ao traçado de suas fronteiras ou limites.

As opiniões expressadas nesta publicação não refletem necessariamente as dos Estados membros ou da Secretaria da OMPI.

A menção de empresas particulares ou de produtos de determinados fabricantes não significa que a OMPI os aprova ou os recomenda, preferentemente a outras empresas ou a produtos análogos que não tenham sido mencionados.

Para comentários ou perguntas, entre em contato com o editor em WipoMagazine@wipo.int.

Para solicitar uma versão impressa da Revista da OMPI, entre em contato com publications.mail@wipo.int.

Publicação da OMPI N. 121(P)
ISSN 2708-549X (impresso)
ISSN 2708-5503 (online)