

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL

EDMILA ADRIANA DENIG

ANÁLISE DO SETOR DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO DO MUNICÍPIO DE
MARINGÁ PARA CONSTRUÇÃO DE UM SINAL DISTINTIVO DE USO COLETIVO

Rio de Janeiro
2019

Edmila Adriana Denig

**Análise do setor de tecnologia da informação do município de Maringá para construção
de um sinal distintivo de uso coletivo**

Dissertação apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre ao Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Inovação, do Instituto Nacional da Propriedade Industrial.

Orientadora: Prof. Dra. Patrícia Pereira Peralta

Coorientador: Prof. Dr. Luiz Claudio de Oliveira Dupim

Rio de Janeiro
2019

Edmila Adriana Denig

**Análise do setor de tecnologia da informação do município de Maringá para construção
de um sinal distintivo de uso coletivo**

Dissertação apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre ao Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Inovação, do Instituto Nacional da Propriedade Industrial.

Coorientador: Prof. Dr. Luiz Claudio de Oliveira Dupim

Instituto Nacional da Propriedade Industrial

Banca Examinadora:

Prof. Dra. Patrícia Pereira Peralta

Instituto Nacional da Propriedade Industrial

Prof. Dr. Celso Luiz Salgueiro Lage

Instituto Nacional da Propriedade Industrial

Prof. Dra. Elizabeth Ferreira da Silva

Instituto Nacional da Propriedade Industrial

Prof. Dr. Paulo de Oliveira Reis Filho

Escola Superior de Propaganda e Marketing

Rio de Janeiro

2019

D394 Denig, Edmila Adriana.

Análise do setor de tecnologia da informação do município de Maringá para construção de um sinal distintivo de uso coletivo. Rio de Janeiro, 2019.
Dissertação (Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Inovação)
Academia de Propriedade Intelectual Inovação e Desenvolvimento, Divisão de Programas de Pós-Graduação e Pesquisa, Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI, Rio de Janeiro, 2019.

140 f.; gráfis; quadros.

Orientadora: Profa. Dra. Patrícia Pereira Peralta.
Coorientador: Prof. Dr. Luiz Claudio de Oliveira Dupim.

1. Propriedade industrial - Sinais distintivos coletivos. 2. Propriedade industrial - Marca Coletiva. 4. Propriedade industrial - Indicação Geográfica. 5. Tecnologia da Informação - Desenvolvimento Regional - Maringá (PR).

CDU: 347.772: 681.51(81)

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta dissertação, desde que citada a fonte.

Assinatura

Data

Dedico este trabalho ao meu querido pai Leonildo Pedro Denig, caminhoneiro, que morreu trabalhando quando eu tinha 15 anos, e que por isso não pude compartilhar com ele nenhuma de minhas conquistas. Todavia, guardo para sempre todo sentimento de confiança, amor, força e segurança que ele sempre me transmitiu com grandiosa sabedoria e que me permitiram chegar até aqui.

Amor de pai é para sempre!

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à Deus por permitir toda jornada que me conduziu para essa profissão que me faz muito feliz.

Agradeço à orientadora Patrícia Peralta por ter acolhido a pesquisa já com curto prazo para desenvolvimento e por todo crescimento proporcionado por ela.

Da mesma forma, agradeço ao coorientador Luiz Claudio Dupim, por todos os ensinamentos e pela visita em Maringá, me ajudando na mobilização dos entrevistados.

Agradeço aos membros da banca de qualificação Elizabeth Ferreira e Celso Lage pelas contribuições que nortearam a pesquisa.

Agradeço a cada um dos empresários entrevistados que tão bem me receberam e demonstraram interesse na minha pesquisa, sobretudo agradeço ao Luiz Marcos Campos, pelos contatos fornecidos e por abraçar propósito desta pesquisa.

Agradeço à Érica Sanches, na figura do SEBRAE, por todo apoio.

Agradeço à minha mãe Maria Dalva e ao Robson Morales, por terem tornado tudo isso possível.

E por fim, agradeço às minhas filhas queridas Heloísa e Beatriz pela compreensão da minha ausência e por representarem a razão de toda superação necessária.

RESUMO

DENIG, Edmila Adriana. **Análise do setor de tecnologia da informação do município de Maringá para construção de um sinal distintivo de uso coletivo.** 2019. Dissertação Mestrado em Propriedade Intelectual e Inovação – Instituto Nacional da Propriedade Industrial, Rio de Janeiro, 2019.

O município de Maringá vem, nos últimos anos, se consolidando como um importante polo de prestação de serviços na área de tecnologia da informação, estando classificado entre os quatro principais polos nacionais deste tipo serviço. Observou-se que, após a criação da associação Software By Maringá foram fomentadas as atividades de cooperação e estabelecimento de parcerias entre as empresas prestadoras, sendo de fundamental importância para o crescimento do setor, para o desenvolvimento das empresas, para atração de novas empresas do ramo, bem como o fortalecimento de relações entre governo, academia e outros setores da indústria e de serviços. O que propiciou uma visibilidade cada vez maior o setor de tecnologia da informação do município de Maringá.

O presente trabalho busca, avaliar por meio de análise de documentos, questionários e entrevistas a possibilidade de um sinal distintivo de uso coletivo para identificar a coletividade de empresas prestadoras de serviços de tecnologia da informação, bem como as vantagens e desvantagens dos dois institutos existentes na legislação brasileira, Marca Coletiva e Indicação Geográfica. Isto, avaliando a percepção e expectativa dos empresários em relação aos dois institutos, considerando que estes podem ser um importante ativo inserido no conjunto de estratégias que visam incentivar para criação de um ambiente de organização e cooperação e de valoração da propriedade intelectual, destacando o diferencial do setor de tecnologia da informação do município de Maringá e propulsionando o desenvolvimento econômico local.

Palavras-chave: Sinais distintivos coletivos. Marca Coletiva. Indicação Geográfica. Serviços de Tecnologia da Informação. Desenvolvimento Regional.

ABSTRACT

DENIG, Edmila Adriana. **Analysis of the information technology sector of the city of Maringá with the perspective of structuring a collective distinctive sign.** 2019. Dissertação Mestrado em Propriedade Intelectual e Inovação – Instituto Nacional da Propriedade Industrial, Rio de Janeiro, 2019.

Maringá city has been consolidated in recent years as an important service provision center in the area of information technology, ranking among the four main national centers of this type of service. It was observed that, after the creation of the association Software By Maringá, the activities of cooperation and establishment of partnerships between the providing companies were fomented, being of fundamental importance for the growth of the department, for the development of the companies, for attracting new companies of the as well as strengthening relations between government, academia and other industry and service sectors. This has given an increasing visibility to the sector of information technology of the Maringá city. This research seeks to evaluate, through document analysis, questionnaires and interviews, the possibility of a distinctive sign of collective use to identify the collectivity of companies providing information technology services, as well as the advantages and disadvantages of the two institutes in the area. Brazilian legislation, Collective Mark and Geographical Indication. This, assessing the perception and expectation of entrepreneurs in relation to the two institutes, considering that these can be an important asset inserted in the set of strategies that aim to encourage the creation of an environment of organization and cooperation and valuation of intellectual property, highlighting the differential. of the information technology sector of the municipality of Maringá and driving local economic development.

Keywords: Collective distinctive signs. Collective mark. Geographical Indication. Information Technology Services. Regional development.

SUMÁRIO

RESUMO	7
ABSTRACT	8
LISTA DE QUADROS	11
LISTA DE GRÁFICOS	12
LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS	13
INTRODUÇÃO	15
OBJETIVOS	18
METODOLOGIA	19
1 O SETOR DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO DO MUNICÍPIO DE MARINGÁ	21
1.1 HISTÓRIA E ECONOMIA DO MUNICÍPIO DE MARINGÁ	21
1.2 CONTEXTO ATUAL DO INCENTIVO AO DESENVOLVIMENTO TECNOLÓGICO MUNICIPAL.....	24
1.2.1 As Instituições Estratégicas para o Desenvolvimento Tecnológico do Município de Maringá	27
1.3 O SETOR DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO DO MUNICÍPIO DE MARINGÁ.....	35
1.3.1 Contexto Histórico	35
1.3.2 Planejamento do crescimento do setor de Tecnologia da Informação do Município de Maringá	44
1.3.3 Arranjo Produtivo Local (APL) de Software De Maringá	47
1.3.4 A Software By Maringá	48
2 SINAIS DISTINTIVOS COLETIVOS PARA SERVIÇOS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO DO MUNICÍPIO DE MARINGÁ.....	53
2.1 INDICAÇÃO GEOGRÁFICA E MARCA COLETIVA ENQUANTO INSTRUMENTOS DE PROPRIEDADE INTELECTUAL	54
2.1.1 Propriedade Intelectual se seus instrumentos	54
2.2 SINAIS DISTINTIVOS	64
2.3 MARCA COLETIVA	67
2.3.1 Conceito e Justificativa da Marca Coletiva	67
2.3.2 Contexto histórico e atual das marcas coletivas	69
2.3.3 Formalidades do registro e Instrução Normativa n.º 19/2013 do INPI	78
2.4 INDICAÇÃO GEOGRÁFICA.....	79
2.4.1 Conceito e justificativa da Indicação Geográfica.....	79
2.4.2 Contexto histórico e atual das Indicações Geográficas	84
2.4.3 Formalidades do registro e Instrução Normativa n.º 095/2018 do INPI	95
2.4.4 Indicação Geográfica para serviços de tecnologia	99

3 ESTUDO DE CASO: UM SINAL DISTINTIVO COLETIVO PARA IDENTIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO DO MUNICÍPIO DE MARINGÁ	103
3.1 INDICAÇÃO GEOGRÁFICA VERSUS MARCA COLETIVA	103
3.2 ESTUDO DE CASO: RELATÓRIO DOS QUESTIONÁRIOS E ENTREVISTAS REALIZADAS COM OS EMPRESÁRIOS DO SETOR DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO DO MUNICÍPIO DE MARINGÁ.....	107
3.2.1 Perfil atual das empresas de tecnologia da informação de Maringá.....	108
3.2.2 Problemas apresentados pelo setor de Tecnologia da Informação de Maringá, panorama 2006 – 2019.....	112
3.2.3 A percepção dos empresários quanto à construção de um sinal distintivo coletivo.....	114
CONCLUSÕES.....	123
REFERÊNCIAS	127
APÊNDICE I.....	133
APÊNDICE II	141

LISTA DE QUADROS

Quadro 1	Índice de Desenvolvimento Humano Municipal Ranking Nacional (IDH-M) 2010.....	21
Quadro 2	Leis municipais de incentivo ao desenvolvimento tecnológico de Maringá.....	23
Quadro 3	Principais Problemas Apresentados do Setor de TI de Maringá no ano de 2006.....	38
Quadro 4	Entidades de Apoio do setor de TI do município de Maringá, 2006 – 2019.....	40
Quadro 5	Cursos de Graduação do município de Maringá relacionados à TI.....	41
Quadro 6	Cursos de Pós- Graduação relacionados à TI do município de Maringá.	42
Quadro 7	Iniciativas identificadas para desenvolvimento do setor de TI do município de Maringá.....	44
Quadro 8	Missão SBM.....	49
Quadro 9	Visão SBM.....	50
Quadro 10	Valores SBM.....	51
Quadro 11	Serviços SBM.....	51
Quadro 12	Principais problemas encontrados nos pedidos de registro de marca coletiva no INPI.....	76
Quadro 13	Quadro comparativo entre indicações geográficas e marcas coletivas....	102
Quadro 14	Perfil das empresas do setor de Tecnologia da Informação de Maringá.....	108
Quadro 15	Percepção dos empresários de TI quanto as atividades de parceria	109
Quadro 16	Percepção dos empresários de TI sobre propriedade intelectual e inovação	110
Quadro 17	Problemas apresentados pelo setor de TI de Maringá, panorama 2006 – 2019.....	111

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Processos de Marcas Coletivas no INPI.....	74
Gráfico 2	Número de pedidos de registro de marca coletiva por ano no INPI.....	76
Gráfico 3	Processos de Indicação Geográfica no INPI	92
Gráfico 4	Número de pedidos de registro de indicação geográfica por ano no INPI.	93
Gráfico 5	Pedidos de registro de indicações geográficas brasileiras, por tipo de produto ou serviço	93
Gráfico 6	Quem o sinal distintivo coletivo deveria representar.....	115
Gráfico 7	O que justifica um sinal distintivo coletivo para o setor de TI de Maringá	116
Gráfico 8	Quem deve usar o sinal distintivo coletivo.....	117
Gráfico 9	Retorno esperado com a construção de um sinal distintivo coletivo para o setor de TI de Maringá.....	119

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
ACIM	Associação Comercial de Maringá
ANPROTEC	Associação Nacional das Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas
APL	Arranjo Produtivo Local
ASSESPRO PR	Associação das Empresas Brasileiras de Tecnologia da Informação
CODEM	Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá
CIM	Centro de Inovação de Maringá
CMCTI	Conselho de Ciência, Tecnologia e Inovação de Maringá
CMNP	Companhia Melhoramentos Norte do Paraná
CNPq	Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
COMCAP	Complexo de Centrais de Apoio à Pesquisa
CUP	Convenção da União de Paris
DO	Denominação de Origem
FIEP	Federação das Indústrias do Estado do Paraná
FINEP	Financiadora de Estudos e Projetos
GATT	<i>General Agreement on Trade and Tariffs</i>
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICETI	Instituto Cesumar de Ciência, Tecnologia e Inovação
IDH-M	Índice de Desenvolvimento Humano Municipal
INPI	Instituto Nacional da Propriedade Industrial
IG	Indicação Geográfica
IN	Instrução Normativa
IP	Indicação de Procedência
IPARDS	Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social
IPD	Instituto Paraná de Desenvolvimento
ISS	Imposto Sobre Serviços
ITM	Instituto Tecnópole Maringá
LPI	Lei da Propriedade Industrial

NIT	Núcleo de Inovação Tecnológica
PIB	Produto Interno Bruto
PNUD	Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento
PUCPR	Pontifícia Universidade Católica de Maringá
RAIS/MTE	Relação Anual de Informações Sociais - Ministério do Trabalho
SBM	Software By Maringá
SEBRAE	Serviço de Apoio à Micro e Pequena Empresa
SEED	Secretaria Municipal de Educação
SEIDE	Secretaria Municipal de Inovação e Desenvolvimento Econômico
SENAI	Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
SETI	Secretaria de Estado da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior
SINDIMETAL	Sindicato das Indústrias Metalúrgicas, Mecânicas e de Material Elétrico de Maringá
TIC	Tecnologias de Informação e Comunicação
UEM	Universidade Estadual de Maringá
UNICESUMAR	Centro Universitário de Maringá
UniFCV	Centro Universitário Cidade Verde

INTRODUÇÃO

Na sociedade contemporânea, alicerçada em conhecimento e informação, importa cada vez mais o reconhecimento e a proteção de bens baseados no intelecto humano, aqueles que são denominados como imateriais, sendo tutelados por direitos de propriedade intelectual que visam proteger a criatividade e a inovação.

Este é o propósito da propriedade intelectual, garantir a propriedade de bens incorpóreos para proporcionar segurança jurídica às atividades inovadoras com intuito de privilegiar seus titulares, criando assim, um ambiente de proteção, reconhecimento e incentivo.

Neste sentido, o presente trabalho tem a proposta de apresentar dois dos instrumentos da propriedade intelectual, quais sejam, a Indicação Geográfica e Marca Coletiva. Estas, enquanto institutos da propriedade intelectual, constituem-se em sinais distintivos de uso coletivo que visam proteger a identificação dos produtos ou serviços provenientes de grupo de produtores ou prestadores desses serviços, unidos por objetivos em comum. E que, em razão de sua organização, cooperação ou características, buscam sinalizar ao mercado as vantagens advindas da coletividade daquilo que ofertam por meio do uso de tais sinais.

A indicação geográfica, na espécie, indicação de procedência, sendo esta a figura legal que interessa a este estudo, é fruto do reconhecimento da fama e da reputação de uma região pela fabricação de um produto ou fornecimento de um serviço. A Indicação Geográfica tem previsão da Lei da Propriedade Industrial (LPI), Lei n.º 9.279/96.

A LPI divide a Indicação Geográfica, em dois gêneros, indicação de procedência (IP) e denominação de origem (DO). Os artigos 177 e 178 da LPI (BRASIL, 1996) definem os dois institutos, apresentando a diferença entre eles.

A marca coletiva, por sua vez, tem como função indicar ao consumidor que aquele produto ou serviço provém de membros de uma determinada entidade. Está prevista no artigo 123, III da mesma LPI (BRASIL, 1996).

No caso específico deste trabalho, tanto a marca coletiva quanto a indicação geográfica tem relação com o município de Maringá, justificando as atividades que vem sendo realizadas em função do setor de tecnologia da informação do citado município.

Nos últimos anos, Maringá vem promovendo várias iniciativas a fim de propiciar a inovação e o desenvolvimento no município. Assim, o município está constantemente oportunizando a interação entre os atores responsáveis, quais sejam, academia, empresa, governo e sociedade civil organizado, tendo, inclusive, realizado a fundação de uma instituição de participação híbrida em relação aos seus associados, que é composta de representantes da Universidade Estadual de Maringá, Centros Universitários e Faculdades, representantes da Prefeitura, empresas e associações privadas. Trata-se tal instituição do Centro de Inovação de Maringá (CIM).

Desta interação entre as entidades, três leis importantes foram criadas, i) a Lei do ISS Tecnológico que institui benefícios fiscais para as empresas prestadoras de serviços que realizarem investimentos para pesquisa e desenvolvimento tecnológico no município de Maringá; ii) a Lei de Inovação do Município de Maringá que dispõe sobre mecanismos e medidas de incentivo à inovação e à pesquisa tecnológica e à consolidação dos ambientes de inovação nos setores produtivos e sociais da cidade; e iii) Lei de Criação do Conselho de Ciência, Tecnologia e Inovação de Maringá.

Nota-se também que Maringá vem se destacando por sua atividade organizada, sendo que foi recentemente apontada como a melhor cidade para se morar no Brasil pela revista Exame¹.

¹ Disponível em: <https://exame.abril.com.br/brasil/o-ranking-do-servico-publico-nas-100-maiores-cidades-do-brasil/>

Além disso, Maringá apresenta outros índices de destaque, como capital humano e empreendedorismo.

O setor de tecnologia da informação, por sua vez, é representado pelo Arranjo Produtivo de Software de Maringá e Associação Software By Maringá (SBM), sendo composto por empresas de tecnologia da informação e outras entidades de apoio, que se destacam na atuação organizada e que vêm promovendo uma constante interação com outros setores produtivos do município, como será apresentado, além de oportunizar o fortalecimento do setor de tecnologia da informação, por meio de organização de eventos, treinamentos de capacitação e parcerias entre as empresas associadas.

Destarte, a SBM é uma entidade de classe que congrega as empresas de desenvolvimento de tecnologia da informação e que tem por objetivo trabalhar pela melhoria da qualificação e desenvolvimento das empresas de *software* e *hardware* e de seus trabalhadores através da promoção de estudos e pesquisas, desenvolvimento de tecnologias alternativas, produção e divulgação de informações e conhecimentos técnicos e científicos.

Neste contexto, é possível observar que o município vem aprimorando suas instituições e avançando no tocante à promoção do seu desenvolvimento através da pesquisa, tecnologia e inovação, sendo que a SBM tem um papel importante tanto econômico quanto humano, destacando-se como uma entidade fundamental no desenvolvimento cidade.

Dessa forma, o presente trabalho tem, como um dos seus intuitos, apresentar e analisar dados referentes à reputação e à tradição do município de Maringá no fornecimento dos serviços tecnológicos, visando discutir a possibilidade da existência de uma indicação geográfica ou marca coletiva para a localidade.

Tanto a possibilidade de registro como marca coletiva quanto à perspectiva de reconhecimento de uma indicação geográfica para Maringá tem em vista a importância destes

ativos para consolidação da entidade e do município como relevante fornecedor de serviços de tecnologia da informação, a fim de fomentar o crescimento e aprimoramento das empresas associadas e consequente desenvolvimento econômico e tecnológico do município de Maringá.

OBJETIVOS

OBJETIVO GERAL

O trabalho tem como objetivo analisar a formação do setor de tecnologia da informação do município de Maringá, bem como sua atual posição como um polo regional de prestação de desses serviços com a perspectiva de construção de um sinal distintivo que represente não apenas a coletividade empresarial, mas também a localidade.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Apresentar o contexto histórico, econômico e de notoriedade do setor de tecnologia da informação do município de Maringá.
- Demonstrar as características, vantagens e desvantagens da marca coletiva e da indicação geográfica, relacionando ao caso específico desta pesquisa.
- Realizar um estudo de caso quanto à percepção dos empresário de qual seria o sinal distintivo coletivo mais adequado para proteção do setor e os resultados esperados com o registro.

METODOLOGIA

A pesquisa constitui-se em um estudo de caso, sendo realizada através da aplicação de método essencialmente qualitativo. Em sua primeira etapa, procurou-se levantar diversos tipos de documentos como obras doutrinárias, legislação municipal, nacional e internacional pertinente e outros materiais com a finalidade de conceituar e aferir a possibilidade da marca coletiva e da indicação geográfica, seus papéis no desenvolvimento econômico regional e importância do reconhecimento e visibilidade do potencial local do município de Maringá.

Quanto à contextualização histórica do município de Maringá e seu setor de tecnologia da informação a pesquisa será feita por meio levantamento de dados para identificação dos atores, dos associados e demais entidades envolvidas na caracterização do setor.

Na terceira etapa foi realizado um estudo de caso, com aplicação de questionário e entrevista à uma amostragem de empresários, para avaliar qual dos instrumentos, indicação geográfica ou marca coletiva, estaria mais adequado para atender a perspectiva e características do setor.

Ainda, foi realizada uma análise documental com o objetivo de averiguar se as ações, notícias, atuação e reputação do setor de tecnologia da informação de Maringá cumprem os requisitos para possível apresentação de pedido de indicação geográfica, em sua espécie indicação de procedência.

O presente trabalho está organizado em três capítulos. O primeiro capítulo apresenta um breve histórico da economia do município de Maringá, contextualizando a importância do setor de tecnologia da informação para o desenvolvimento econômico do município e região, apresentando os dados econômicos do setor. Esse capítulo também descreve a associação Software By Maringá como representante dos associados prestadores de serviços de tecnologia da informação.

O segundo capítulo trata do conceito de indicação geográfica e da marca coletiva, o papel de cada um destes instrumentos de propriedade intelectual no incentivo ao desenvolvimento local, apresentando suas aplicações para serviços tecnológicos.

No terceiro capítulo avalia-se o resultado dos questionários e entrevistas realizados com os empresários do setor, para apontar qual seria o sinal distintivo mais adequado para proteção da identidade do setor, se a marca coletiva ou a indicação geográfica, as vantagens e desvantagens de cada uma, requisitos para registro, dados estatísticos do INPI, avaliando também a possibilidade de construir o requerimento da indicação geográfica ou de marca coletiva por meio da análise de toda a documentação coletada, além de entrevistas a serem aplicadas aos agentes, por entender tanto a marca coletiva como a indicação de geográfica podem ser importantes incentivos para criação de um ambiente de valoração da propriedade intelectual e propulsão do desenvolvimento econômico local.

1 O SETOR DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO DO MUNICÍPIO DE MARINGÁ

1.1 HISTÓRIA E ECONOMIA DO MUNICÍPIO DE MARINGÁ

Maringá é um município relativamente novo, com 70 anos de fundação, foi traçada obedecendo a um plano urbanístico, previamente estabelecido, criado a partir da necessidade de se povoar e colonizar o interior do Estado, através da Companhia Melhoramentos Norte do Paraná (CMNP, 2013, p 110).

A fundação do município se deu em 1947, com a venda dos lotes na área de Maringá, na época ainda distrito de Mandaguari. Em 1948, o distrito foi elevado à vila e finalmente tornou-se município independente em 14 de novembro de 1951 por força da Lei nº790/51. A cidade de Maringá foi desenvolvida com foco em um plano urbanístico contemporâneo, considerando sua topografia, preservação de áreas verdes e vegetação nativa (SEED, 2007).

O Arquiteto e Urbanista Jorge de Macedo Vieira, foi o responsável pelo planejamento da cidade de Maringá, contratado pela Companhia Melhoramentos Norte do Paraná que estabeleceu como objetivos a criação de uma cidade moderna atrativa para investimentos. Curiosamente, Jorge de Macedo Vieira nunca esteve em Maringá, entretanto, criou um projeto considerado um dos mais arrojados e modernos para sua época (SILVA, 2006, p.42).

A cidade, de inspiração agrícola, que iniciou sua produção com café, teve avanços nesta área agregando, à sua produção de café, a de milho, a de trigo, a de algodão, a de rami, a de feijão, a de amendoim, a de arroz, a de cana-de-açúcar e principalmente a de soja. A cidade evoluiu constantemente em outros segmentos, com a agroindústria e, posteriormente, por meio de um setor industrial forte, com destaque para confecção e metalmecânica. Na década de 1980 se tornou um

grande polo de comércio atacadista do país e atualmente se destaca por ser um importante polo universitário (LUZ, 1997).

O Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) e a Fundação João Pinheiro elaboraram e divulgaram o Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M) para os municípios brasileiros, numa nova edição do Atlas de Desenvolvimento Humano no Brasil para o ano 2000² (IPEA, 2003). O IDH-M é elaborado com base nos indicadores de educação (alfabetização e taxa de frequência escolar), longevidade e renda da população. O município de Maringá está em 23º lugar na posição nacional e entre as 20 melhores cidades do Paraná, ocupando a 6ª posição, conforme o Quadro 1.

IDHM 2010	Município	IDHM	IDHM Renda 2010	IDHM Educação 2010
1º	São Caetano do Sul (SP)	0,862	0,891	0,811
2º	Águas de São Pedro (SP)	0,854	0,849	0,825
3º	Florianópolis (SC)	0,847	0,870	0,800
4º	Balneário Camboriú (SC)	0,845	0,854	0,789
5º	Vitória (ES)	0,845	0,876	0,805
6º	Santos (SP)	0,840	0,861	0,807
7º	Niterói (RJ)	0,837	0,887	0,773
8º	Joaçaba (SC)	0,827	0,823	0,771
9º	Brasília (DF)	0,824	0,863	0,742
23º	Maringá (PR)	0,808	0,806	0,768

Quadro 1: Índice de Desenvolvimento Humano Municipal Ranking Nacional (IDH-M) 2010. Fonte: Ipardes, 2010 - adaptado.

² http://www.ipardes.gov.br/biblioteca/docs/idhm_2000.pdf

Com população estimada de 417.010 mil habitantes (IBGE 2018), PIB per capita de R\$39.996,43 mil (IBGE 2016) apresentando o 5º maior PIB no estado do Paraná e 55º no *ranking* nacional, com mais de 25 mil empresas empregando 186.524 mil pessoas (IBGE 2016), sendo a 3ª cidade do Paraná com o maior número de empresas atuantes e 20º do Brasil³. O município se destaca como polo agroindustrial, industrial, comercial, de serviços, de saúde e universitário.

Maringá faz parte do Anel de Integração do Estado do Paraná, com acesso favorecido entre malhas rodoviárias federais que fazem ligação com Curitiba, Foz do Iguaçu/Mercosul e rodovias estaduais que fazem conexão com o Oeste do Estado de São Paulo e o Norte do Brasil, e também com Mato Grosso do Sul e Bolívia.

O município foi eleito nos anos de 2017 e 2018 como o primeiro na lista das melhores grandes cidades do Brasil, segundo estudo da consultoria Macroplan⁴. Para chegar a esta conclusão, a consultoria analisou os municípios com mais de 266 mil habitantes em 16 indicadores divididos em quatro áreas distintas: saúde, educação e cultura, segurança e saneamento e sustentabilidade. Os pesos dos indicadores e das áreas que compõem o índice foram divididos da seguinte forma: 35,3% para educação e cultura; 35,3% para saúde; 20,6% para infraestrutura e sustentabilidade e 8,8% para segurança⁵.

O que torna Maringá uma cidade de grande potencial econômico e de desenvolvimento no campo da inovação tecnológica é o notável avanço em melhorias relacionadas com a qualidade de vida, educação, saúde, infraestrutura e elevados índices de desenvolvimento humano, campo propício para atrair grandes empresas e capital humano.

³ <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pr/maringa.html?>

⁴ Desafios da Gestão Municipal, 2018. Disponível em <https://www.macroplan.com.br/wp-content/uploads/2019/01/DGM-2018.pdf>, p.70.

⁵ <https://exame.abril.com.br/brasil/o-ranking-do-servico-publico-nas-100-maiores-cidades-do-brasil/>

1.2 CONTEXTO ATUAL DO INCENTIVO AO DESENVOLVIMENTO TECNOLÓGICO MUNICIPAL

Conforme exposto, Maringá é uma cidade essencialmente agrícola, sendo que essa atividade é ainda o setor mais importante em termos de renda e emprego no município. Porém, mesmo o setor agrícola depende de desenvolvimento tecnológico para permanecer atrativo, rentável e ainda é imprescindível a tecnologia para que se mantenha competitivo. Esse fato desencadeou e estimulou o desenvolvimento de outros setores no município como o da tecnologia da informação.

Neste sentido, o presente item deste capítulo tem o intuito de apresentar a evolução dos incentivos municipais voltados ao desenvolvimento tecnológico de Maringá. Observa-se que o poder público, vem respondendo as demandas empresariais e sociais e avançando no incentivo à pesquisa voltada à inovação tecnológica. Como é possível verificar, existe constante criação e manutenção de legislação sobre a temática. No quadro a seguir relaciona-se as principais leis municipais encontradas.

Lei Complementar Nº 524/04	Cria área de urbanização específica para implantação do parque tecnológico de Maringá – TECNOPARQ
Lei Nº 6.697/04	Autoriza o executivo municipal a desafetar e, posteriormente, doar áreas de propriedade do município de Maringá ao ITM (Instituto Tecnópole Maringá).
Lei Nº 7.306/06	Institui o programa municipal de desenvolvimento econômico de base tecnológica - PRODEM/TEC, fundamentado nos artigos 168 e 169 da lei orgânica de Maringá.

Lei N° 7.218/06	Autoriza o chefe do poder executivo municipal a firmar termo de cooperação com o Instituto Paraná de Desenvolvimento - IPD - com o Instituto Tecnópole Maringá - ITM - e com a Fundação Universidade Estadual de Maringá – UEM.
Lei N° 7.894/08	Autoriza o chefe do poder executivo municipal a firmar termo de convênio com o Instituto Tecnópole Maringá – ITM.
Lei Complementar N° 975/13	Dispõe sobre a criação do programa ISS tecnológico, que institui benefícios fiscais para empresas prestadoras de serviços que realizarem investimentos para pesquisa e desenvolvimento tecnológico no município de Maringá.
Lei N° 9.790/14	Referenda o decreto nº 789/14, que cria o parque industrial tecnológico "Incubadora Tecnológica de Maringá".
Lei N° 10.407/17	Intitulada Lei Municipal de Inovação, criada para viabilizar junto às entidades municipais as diretrizes do novo marco legal da inovação ⁶ que dispõe sobre mecanismos e medidas de incentivo à inovação e à pesquisa tecnológica e à consolidação dos ambientes de inovação nos setores produtivos e sociais na cidade de Maringá.
Lei Complementar n°1074/2017 ⁷	Incentiva e implementa medidas de inovação tecnológica.

⁶ LEI N° 13.243, de 11 janeiro de 2016.

⁷ <https://leismunicipais.com.br/a/pr/m/maringa/lei-complementar/2017/107/1074/lei-complementar-n-1074-2017-dispoe-sobre-a-estrutura-administrativa-da-administracao-direta-do-poder-executivo-do-municipio-de-maringa-e-da-outras-providencias>

Lei Nº 10.576/2018	Cria o Conselho de Ciência, Tecnologia e Inovação de Maringá (CMCTI), com o objetivo de fortalecer e ampliar a base técnico-científica do município, que é constituída por entidades de ensino, pesquisa e prestação de serviços técnicos especializados e por unidades de produção de bens e serviços de elevado conteúdo tecnológico. O resultado esperado pelo prefeito municipal ⁸ é a criação de diretrizes e aplicação de recursos que contemplam o desenvolvimento de práticas que proporcionem avanços nas áreas de inovação e tecnologia.
--------------------	---

Quadro 2: Leis municipais de incentivo ao desenvolvimento tecnológico de Maringá. Fonte:

Pesquisa própria

Sendo que o Conselho de Ciência, Tecnologia e Inovação de Maringá tem como objetivo reunir mensalmente os setores estratégicos do desenvolvimento tecnológico e promover a interação entre o poder público, a academia, empresas e sociedade civil⁹. Porém, como se trata de criação recente, ainda não foi possível verificar se atuação do conselho vem sendo produtiva

⁸ <http://www2.maringa.pr.gov.br/site/index.php?sessao=7e83a1bead557e&id=32689>

⁹ Lei Nº 10.576/2018 Art. 3º O Conselho Municipal de Ciência, Tecnologia e Inovação de Maringá será composto por:

I - como membros vinculados:

- a) 01 representante da Secretaria Municipal da Educação;
- b) 01 representante da Secretaria Municipal da Fazenda;
- c) 01 representante da Secretaria Municipal de Inovação e Desenvolvimento Econômico;
- d) 01 representante indicado pelo Núcleo Regional de Educação;
- e) 01 representante indicado pelas instituições públicas de ensino superior;
- f) 01 representante indicado pelas instituições privadas de ensino superior;
- g) 01 representante indicado pelas instituições de ensino técnico e profissionalizante;
- h) 01 representante indicado pela Associação Comercial e Empresarial de Maringá - ACIM;
- i) 01 representante indicado pelo Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá - CODEM;
- j) 03 representantes indicados pelo Centro de Inovação de Maringá - CIM;
- k) 01 representante indicado pelo Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequena Empresa - SEBRAE;
- l) 01 representante indicado pelo Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial - SENAI;
- m) 01 representante indicado conjuntamente pelas Incubadoras e Aceleradoras de Empresas de Base Tecnológica;
- n) 01 representante indicado conjuntamente pelos parques tecnológicos.

e trazendo resultados à cidade. Mas trata-se de iniciativa que demonstra a preocupação e empenho para que o desenvolvimento e o bem comum, ocorram.

Dos objetivos encontrados na leis elencadas, observa-se que já estão em funcionamento a Secretaria Municipal de Inovação e Desenvolvimento Econômico - que possui o setor de Diretoria de Inovação, visando atendimento exclusivo aos projetos de inovação tecnológica, além do Conselho de Ciência, Tecnologia e Inovação de Maringá.

Como parte da iniciativa governamental, no ano de 2018 foi assinado um decreto que faz doação de um terreno para construção do parque tecnológico de Maringá, sendo que neste parque está reservado um espaço exclusivo para a SBM, objeto deste trabalho¹⁰.

Assim, verifica-se por meio da relação dessas leis, um esforço do governo municipal em atender as demandas da cidade em relação às necessidade de pesquisas e ao desenvolvimento de processos inovadores no campo da tecnologia, utilizando-se de instrumentos atrativos aos empresários e profissionais da área.

1.2.1 As Instituições Estratégicas para o Desenvolvimento Tecnológico do Município de Maringá

Conforme o item anterior Maringá vem unindo autoridades e atores em busca de resultados para o desenvolvimento tecnológico do município. Logo, faz-se necessário citar algumas empresas públicas, privadas e grupos da sociedade civil organizada que atuam em conjunto para atender as demandas crescentes do setor de tecnologia e desenvolvimento, contribuindo diretamente para a geração de empregos e o fortalecimento da cidade de Maringá como polo tecnológico.

¹⁰ <http://www2.maringa.pr.gov.br/site/index.php?sessao=f95cd8f2f455f9&id=32642>

Neste sentido, é importante ressaltar o trabalho de entidades estratégicas atuantes na cidade de Maringá, unindo os interesses dos setores público e privado com o apoio da sociedade civil, formando o ecossistema de inovação do município. A seguir, relaciona-se os mais relevantes.

A Universidade Estadual de Maringá (UEM) é uma universidade pública mantida pelo Estado do Paraná e subordinada à Secretaria de Estado da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior (SETI), trata-se de um destaque em educação e pesquisa da cidade pois é considerada uma das mais relevantes universidades do país, reconhecida por diferentes *rankings* mundiais, criados para medir a qualidade das universidades a partir de diversos critérios acadêmico-científico.¹¹

Especificamente ao ecossistema de inovação de Maringá a UEM conta com Centro de Tecnologia - UEM que é a unidade de integração dos departamentos do sistema de ensino, de pesquisa e de extensão da área de tecnologia.

Atualmente, o Centro de Tecnologia possui 11 departamentos, 10 programas de pós-graduação e oferece 19 cursos de graduação, no Campus Sede (Maringá) e Campus Regionais de Cianorte, Goioerê e Umuarama, além de cursos de pós-graduação *lato sensu* e de capacitação.

O Núcleo de Inovação Tecnológica (NIT) da UEM também exerce papel relevante no tocante ao desenvolvimento tecnológico. Criado em 2008, tem a finalidade de gerir a política institucional de inovação e propriedade intelectual. Busca fomentar a inserção da UEM no processo de inovação nacional, colaborando para o desenvolvimento sustentável, a geração de riqueza e a melhoria da qualidade de vida da população, com base na inovação. Promove a proteção do conhecimento gerado na UEM e viabiliza a interação da Instituição com o setor produtivo com vistas a propiciar a transferência de tecnologias, contribuindo de forma direta com o desenvolvimento tecnológico e social do país.¹²

¹¹ http://www.uem.br/a-uem/copy_of_sobre-a-uem

¹² <http://www.nit.uem.br/>

O Complexo de Centrais de Apoio à Pesquisa (COMCAP), também pertencente à UEM e é resultado de recursos captados pela UEM junto ao Ministério da Ciência e Tecnologia, por intermédio de editais da Financiadora de Estudos e Projetos (Finep)/Fundo Setorial de Infraestrutura (CT-INFRA) e também da decisão do Conselho Universitário que aprovou, em 2001, o projeto institucional para concorrer ao edital, com o objetivo de implantar laboratórios multiusuários de P,D&I na Universidade¹³. Estes laboratórios contam com equipamentos de alta tecnologia e são disponibilizados para as empresas e para os pesquisadores, através de taxas bastante acessíveis e com supervisão de uso realizado por técnico capacitado, frequentemente um doutor no assunto a ser pesquisado pelo interessado.

A UEM coordena ainda uma incubadora, denominada Incubadora Tecnológica de Maringá¹⁴. Esta tem origem do projeto chamado Centro Softex Genesis de Maringá (CSG InfoMar), implantado em agosto de 1996, em atendimento ao edital CNPq do Programa Brasileiro de Software para Exportação – SOFTEX 2000. Para tanto foram estabelecidas parcerias para a sustentação deste projeto, gerando um consórcio formado por diversas entidades de Maringá.

Em 20 de março de 2000 foi inaugurada a ONG “Incubadora Tecnológica de Maringá”, e com a implantação do programa de apoio à geração e consolidação de empresas de base tecnológica, o Centro Softex Genesis de Maringá foi transformado na pré-incubação do modelo deste programa.

A Incubadora é uma sociedade sem fins lucrativos, com personalidade jurídica de direito privado, com autonomia administrativa e financeira, formada através de um convênio entre entidades civis e governamentais.

¹³ <http://www.comcap.uem.br:8080/comcap/estatico/sobre>

¹⁴ <http://www.incubadoramarlinga.org.br/historico>. As informações que se seguiram sobre a esta instituição são provenientes desta fonte.

Desde o início de suas atividades, a Incubadora têm investido em tecnologia, capacitação empresarial, empreendedorismo e abertura de novas empresas. Apresentando avanços significativos, destacando-se no mercado por suas ações de apoio a empresas da área tecnológica. Dentre os seus objetivos está a integração entre universidades, centros de pesquisas, empresas e comunidade. Sendo avaliadas propostas de incubação de todas as áreas do conhecimento, tanto de novos empreendedores quanto de projetos para atender demandas específicas de empresas já estruturadas.

Relacionando ainda os centros acadêmicos, destaca-se o Centro Universitário de Maringá (UNICESUMAR) que possui vários cursos de graduação e pós-graduação, sendo avaliado como o melhor centro universitário do sul do país¹⁵. Colaborando com o ecossistema de inovação de Maringá, o centro possui o Instituto Cesumar de Ciência, Tecnologia e Inovação (ICETI)¹⁶¹⁷ que é uma associação de caráter científico e tecnológico, sem fins lucrativos, que possui, dentre seus objetivos institucionais, o apoio, desenvolvimento e a promoção de projetos de educação, pesquisa, desenvolvimento, inovação e tecnologia, congregando para tal, ações, programas e atividades.

Outros centros universitários e faculdades também fazem parte do ecossistema de inovação como a Pontifícia Universidade Católica de Maringá (PUCPR); FEITEP Faculdade de Engenharias e Arquitetura¹⁸; Centro Universitário Cidade Verde (UniFCV); Centro Universitário UNIFAMMA e o Centro Universitário Uningá;

Quanto às instituições específicas ao fomento do desenvolvimento tecnológico de Maringá, destaca-se o Centro de Inovação (CIM)¹⁹. Este é uma instituição de direito privado, sem fins lucrativos, criado em dezembro de 2012, cujo objetivo maior é contribuir

¹⁵<https://www.unicesumar.edu.br/conheca-a-unicesumar/>

¹⁶ <https://www.unicesumar.edu.br/iceti/o-iceti/>

¹⁷ <https://www.unicesumar.edu.br/iceti/wp-content/uploads/sites/11/2017/06/iceti-estatuto.pdf>

¹⁸<http://www.feitep.edu.br/>

¹⁹ <http://centrodeinovacaodemaringa.org.br/quem-somos>. As informações seguintes sobre o CIM provem todas da fonte aqui citada.

significativamente para a construção de processo de desenvolvimento regional socialmente responsável, sustentável e competitivo na economia globalizada do conhecimento e da inovação.

O CIM tem sede própria junto à Incubadora Tecnológica de Maringá e conta com atividades fixas de divulgação de editais de fomento. Auxiliando no preparo de projetos, o CIM participa ativamente da criação de leis específicas, promove editais de inovação, treinamentos e palestras, contando ainda, com participantes de diferentes entidades, como UEM, FIEP, SINDIMETAL, SEBRAE, SENAI, UNICESUMAR, Prefeitura Municipal de Maringá e outras empresas estratégicas, que se reúnem mensalmente na busca pelo desenvolvimento tecnológico de Maringá.

Associação Comercial de Maringá (ACIM)²⁰ é uma das maiores entidades do gênero no Brasil, em proporção ao número de empresas instaladas na cidade. São mais de 4,3 mil empresas associadas em busca de qualificação, participações das promoções realizadas pela entidade, consulta de crédito, entre outros produtos e serviços.

Para esta pesquisa, relacionar a ACIM entre o rol de entidades estratégicas para o desenvolvimento econômico da cidade, se faz relevante, porque, sua estrutura é sede de outras entidades, como a SBM, objeto deste estudo, Conselho de Desenvolvimento Econômico, Observatório Social de Maringá entre outras. Além de abrigar diferentes núcleos setoriais que promovem a integração de entidades de empreendedores, bem como possibilita o aprimoramento da capacitação destes profissionais, com a promoção constante de cursos e palestras de diferentes áreas.

Figura na lista de instituições estratégicas para o município de Maringá, o Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (CODEM)²¹, criado por lei municipal²² com caráter deliberativo e consultivo e com a finalidade de propor e fazer executar política de

²⁰ <https://www.acim.com.br/acim/>. As informações seguintes sobre o ACIM provêm todas da fonte aqui citada.

²¹ <https://www.acim.com.br/sistema-acim/codem/>

²² Lei Municipal nº 4275/96, de 17 de setembro de 1996.

desenvolvimento econômico, O CODEM é constituído por entidades representativas dos diversos segmentos organizados da sociedade e tem como objetivo formular e executar políticas de desenvolvimento econômico, através de propostas, projetos, programas ou planos que são submetidos aos poderes executivo e/ou legislativo municipal, estadual ou federal, visando sua realização. Além disso o CODEM é um fórum para a discussão e disseminação de ideias e projetos de desenvolvimento econômico de Maringá, visando o envolvimento de órgãos e autoridades representativas da sociedade organizada.

O SEBRAE – Regional Norte do Paraná, também representa um papel importante no ecossistema de inovação do município de Maringá, com atuação efetiva e apoio constante, seja provendo cursos e eventos, oferecendo financiamento por meio do SEBRAETEC²³ e outros editais de inovação, cedendo espaço para eventos correlatos ao empreendedorismo e prestando consultoria na área.

Em relação à aceleradoras de empresas, Maringá conta com duas instituições privadas a EVOA e a Orbital Aceleradora, voltadas a dar suporte, mentoria, treinamento, direcionada às startups. Observando-se que diferente de incubadoras que apoiam pequenas empresas de acordo com alguma necessidade governamental ou regional, as aceleradoras não são focadas em necessidade prévia, mas em ideias inovadoras que tenham potencial para crescerem muito rápido²⁴.

Ambas aceleradoras foram instaladas há menos de dois anos na cidade, por isso, por se tratar de atividade recente, é difícil avaliar resultados efetivos, mas nota-se que se incorporam ao esforço de trazer benefícios tecnológicos à cidade, diminuindo a dependência externa.

²³ O SEBRAETEC – Serviços em Inovação e Tecnologia é um programa nacional do Sistema SEBRAE que aproxima os prestadores de serviços tecnológicos dos pequenos negócios. O SEBRAETEC foi criado para que os pequenos negócios possam inovar por meio do acesso à mão de obra especializada. <http://sites.pr.sebrae.com.br/sebraetec/>

²⁴ <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-a-diferenca-entre-incubadora-e-aceleradora,761913074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD>

Um grande passo nesta decisão de consolidar-se como cidade inovadora, mantendo seus índices positivos relacionados no item anterior, é a implantação do Parque Tecnológico de Maringá²⁵, que será construído na cidade em uma área de aproximadamente 120 mil metros quadrados. O objetivo da implantação do Parque Tecnológico é reunir em um mesmo espaço físico as 309 empresas do ecossistema de TIC (Tecnologias de Informação e Comunicação) de Maringá, que chegam a ser mais de 400 na região, que hoje estão isoladas em salas e prédios comerciais oferecendo emprego para cerca de quatro mil profissionais.

Por meio de um trabalho coordenado pelo setor de Tecnologia da Informação de Maringá e região, com apoio da sociedade civil, a junção dessas empresas no Parque Tecnológico deverá ampliar ainda mais o segmento de tecnologia do município e região. Conforme afirma o secretário municipal de inovação, Francisco Favoto²⁶, “serão contempladas as instituições de ensino voltadas para o setor, aproximando os novos talentos do mercado de trabalho”,

Dessa forma, o parque deverá abrigar instituições de ensino aplicadas à área de tecnologia da informação, provendo maior interação entre academia e mercado, além de fomentar o estudo voltado à aplicação profissional, que é uma tendência recente do ensino superior brasileiro, que está autorizando a abertura de mestrados e doutorados profissionais, atendendo à necessidade de pesquisas aplicadas ao desenvolvimento da indústria.

Diante do exposto, verifica-se um movimento de esforço para o desenvolvimento tecnológico no município de Maringá, sendo que a abertura do parque tecnológico irá representar um incentivo para estas empresas, ampliando o potencial para o desenvolvimento regional, captação de novos negócios e investimentos, com consequente geração de empregos especializados, renda e crescimento. Para David (2001) este tipo de iniciativa desencadeia diferentes fatores que vão diminuir a dependência do mercado externo. Conforme o autor citado:

[...] geração de empregos de alta qualificação; a produção de bens com alta relação valor agregado/peso, que são intensivos em pesquisa e desenvolvimento

²⁵ <http://www2.maringa.pr.gov.br/site/index.php?sessao=066f6ddd685506&id=32637>

²⁶ <http://www2.maringa.pr.gov.br/site/index.php?sessao=f95cd8f2f455f9&id=32642>

(P&D); a possibilidade de substituição de importados por similares nacionais de preços mais baixos; a geração de divisas por meio de exportação, em alguns casos; o fomento da arrecadação de impostos; o aproveitamento da capacitação científica e tecnológica das universidades e instituições de pesquisa, propiciando o surgimento de empresas mais competitivas, tendo em vista a relação estreita entre competitividade e conhecimento; e, por fim, a possibilidade de atenuar a dependência tecnológica nacional. (DAVID, 2001, p. 654)²⁷.

A iniciativa está de acordo com o conceito de polo tecnológico, conforme entendimento da Associação Nacional das Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas (ANPROTEC):

[...] área de concentração industrial caracterizada pela presença dominante de pequenas e médias empresas de segmento empresarial de áreas correlatas e complementares, agrupadas por vocação natural em determinado espaço geográfico, com vínculos operacionais com instituições de ensino e pesquisa e agentes locais, num esforço organizado de consolidação e marketing de novas tecnologias. (ANPROTEC/SEBRAE, 2002, p.81)²⁸.

Na visão de Medeiros (1997), um polo tecnológico é um agrupamento ou reunião de empresas intensivas em tecnologia e que se instalaram num raio médio de cinco a dez quilômetros de distância de uma universidade ou centro de pesquisas. Para ele, os polos tecnológicos são capazes de promover o processo de inovação tecnológica e consequentemente o desenvolvimento da cidade ou da região onde estão localizados. Segundo Medeiros, (1997, p. 60): “Podem, portanto, contribuir para a geração de renda e emprego, mesmo sabendo-se que as empresas intensivas em tecnologia empregam pouco, embora utilizem recursos humanos de alta especialização.”

²⁷ DAVID, E. G. Pesquisa e desenvolvimento em pequenas empresas de base tecnológica: algumas evidências reconsideradas. Estudos Econômicos, São Paulo, v.31, n. 4, p.653-679, out/dez. 2001.

²⁸ ANPROTEC/SEBRAE. Glossário dinâmico de termos na área de tecnópolis, parques tecnológicos e incubadoras de empresas. Brasília: Associação Nacional das Entidades Promotoras de Empreendimentos de Tecnologias Avançadas (Anprotec) e Sebrae, 2002.

1.3 O SETOR DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO DO MUNICÍPIO DE MARINGÁ

Após apresentação de um panorama geral sobre o ecossistema de inovação do município de Maringá, dedica-se a partir deste item, à apresentação do setor de tecnologia da informação do município, no qual se infere a possibilidade de criação de um sinal distintivo coletivo para a representação do setor.

1.3.1 Contexto Histórico

A tecnologia da informação se tornou, nas últimas décadas, essencial para o desenvolvimento tecnológico, acadêmico e social, permeando todas as atividades econômicas, desde agrícolas e mecanizadas, até as mais revolucionárias como a nano e a biotecnologia, estas ainda nascentes no cenário brasileiro. Este item pretende contextualizar historicamente o caminho percorrido pelo setor de tecnologia da informação do município de Maringá.

No ano de 2006, o Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (IPARDES) realizou um estudo de caso denominado Arranjo Produtivo Local de Software de Maringá, como parte do projeto "Identificação, Caracterização, Construção de Tipologia e Apoio na Formulação de Políticas para Arranjos Produtivos Locais no Estado do Paraná"²⁹.

O estudo foi pioneiro no sentido de identificar as características do setor e até o presente momento não foi identificado outro estudo semelhante, razão pela qual o contexto histórico do setor de software será baseado neste estudo.

²⁹ http://www.ipardes.gov.br/biblioteca/docs/apl_software_maringa.pdf.

Segundo o citado estudo, no ano de 1974 foi criado Curso Técnico de Nível Superior em Processamento de Dados (CTNSPD), da UEM, que estabelece o marco inicial do setor no município. O curso tinha como objetivo formar futuros profissionais, habilitando-os a operar sistemas, preparar programas e desenvolver análises e projetos (IPARDES, 2006 p. 21). O curso foi alterado para curso superior em Ciências da Computação. Sendo que em 2002 a UEM implantou o Programa de mestrado em Ciência da Computação.

O UNICESUMAR também fundou no ano de 1990 o curso de graduação Ciências da Computação que hoje é denominado Engenharia de Software.

Estes cursos, conforme constatado na entrevista apresentada no último capítulo deste trabalho, foram responsáveis por grande parte da formação do capital humano do setor no município. Sendo portanto, essenciais nos resultados alcançados, já que se trata de uma atividade que tem a conhecimento e informação como bases.

O estudo apontou a Incubadora Tecnológica InfoMar-UEM, como agente regional relacionado à atividade de promoção à indústria do software, na época (2006) haviam 23 estabelecimentos ligados à atividade econômica empregando 119 pessoas de acordo com a Relação Anual de Informações Sociais - Ministério do Trabalho (RAIS/MTE).

Um acontecimento muito importante para o setor foi a constituição do Centro Softex Genesis de Maringá (CSG InfoMar), em atendimento ao edital do CNPq, de agosto de 1996, do Programa Brasileiro de Software para Exportação - SOFTEX 2000. Esse centro teve sua estrutura implantada em janeiro de 1997, com o recebimento de equipamentos utilizados para montagem de um laboratório.

Nota-se que, no citado estudo do IPARDES, o atendimento ao edital do CNPQ exigiu a interação entre diferentes entidades como Departamento de Informática da UEM, SEBRAE,

ACIM e Instituto Euvaldo Lodi do Paraná (IEL). O que mais tarde, originou a Incubadora Tecnológica de Maringá, já apresentada no item anterior.

Impende observar que, a Incubadora soma hoje cerca de 50 empresas e nem todas são de base da tecnologia da informação, como por exemplo, montadoras de veículos e fabricantes de peças, empresas de reciclagem de materiais, entre outras. O que se pode afirmar é que tais empresas se beneficiaram de um esforço originado pelo setor de TI em 1996.

Outra informação encontrada no estudo diz respeito às instituições de apoio ao setor na época, destacando a UEM por oferecer cursos e pesquisas, o SEBRAE e o IEL, que organizam eventos destinados à formação técnica e empresarial do capital humano participando na elaboração de estratégias para o setor. Incluíam-se também, como apoio ao setor a ACIM, a própria Incubadora Tecnológica de Maringá, o CODEM, O CNPq, o FIEP, Governo do Estado por meio da Fundação Araucária e da TECPAR, o Instituto de Tecnologia do Paraná, a Prefeitura Municipal, a Rede Paranaense de Incubadoras e Parques Tecnológicos e o Sindicato das Indústrias Metalúrgicas, Mecânicas e de Materiais Elétricos de Maringá (SINDIMETAL).

Apesar de um movimento em prol do crescimento do setor, o estudo concluiu haver dificuldades e poucas ações que trouxessem resultado efetivo, indicando a necessidade de melhor organização:

A fragilidade institucional dessa aglomeração produtiva é representada pelas dificuldades de identificar relações de governanças entre os agentes. No que pese o acervo institucional disponível no município (...), poucas são as ações que demonstram o efetivo exercício de ações conjuntas que beneficiem ou se traduzam em melhoria da eficiência do Arranjo Produtivo Local (IPARDES, 2006, p.17).

Em relação às empresas formadoras do setor, em 2006, o estudo localizou 97 empresas³⁰ no cadastro de contribuintes do Imposto sobre Serviços (ISS) da Prefeitura do Município de Maringá, dessas 53% foram constituídas após o ano 2000, 87% micro e pequenas empresas, os outros 13% enquadradas como média (IPARDES, 2006, p.18).

Quanto ao perfil dos sócios, 60% possuíam pós-graduação, 26,7% graduados e 13,33% superior incompleto. Sendo que 66,7% com formação acadêmica na área de Informática e, além disso, 73% dos sócios possuíam menos que 30 anos e todos eles eram do sexo masculino (IPARDES, 2006, p.26).

Sobre a abrangência do mercado, em 2005 constatou-se que a região de Maringá representava aproximadamente 43% da área de mercado das empresas do setor, sendo que as exportações correspondiam A 3%, enquanto o restante do Paraná, 43% e O Brasil 22% (IPARDES, 2006, p.31).

A preocupação com a inovação já era permanente no ano de 2006, e todas as empresas declararam se empenhar em algum tipo de esforço voltado à pesquisa e desenvolvimento de produtos e processos. As mesmas empresas afirmaram buscar o estabelecimento de parcerias e cooperação que visassem o ganho compartilhado e a divisão de responsabilidade entre os agentes (IPARDES, 2006, p.37).

Notou-se que em 2006, 66,7% das empresas identificaram a existência de relação de parcerias e 33,3 não mantinham nenhuma relação, sendo as mesmas justificadas pela falta de interação interempresarial, pela pouca organização existente, pela falta de instituição de apoio e, bem como pela pouca capacidade local de organização de eventos, seminários e feiras (IPARDES, 2006, p.37).

³⁰ Conforme mencionado no início deste item no cadastro RAIS/MTE eram apenas 23 empresas, portanto não coincidiram com a pesquisa de campo realizada pelo estudo.

O estudo avaliou ainda que a percepção dos empresários em 2006 é a de que as instituições de apoio tinham baixa importância, e que havia demandas específicas visando sanar os problemas e dificuldades relacionadas abaixo:

Falta de interação empresarial

Inexistência de entidade de classe específica

Carga tributária elevada

Falta de linha de crédito específica para o setor

Falta de cursos de qualificação para formação técnica

Inexistência de articulação com outros setores produtivos

Êxodo de mão de obra especializada

Dificuldade de contratação com o setor público

Falta de apoio às exportações

Falta de canais de comunicação com todas as esferas do poder público

Concorrência desleal

Necessidade de cursos de pós-graduação

Necessidade de apoio de instituições públicas de apoio tecnológico e infraestrutura

Pirataria

Falta de coordenação para ações conjuntas

Implementação de políticas de incentivo ao uso de software livre

Apoio à regulamentação das profissões de Tecnologia da Informação

Cursos superiores adequados para inserção imediata dos formandos no processo produtivo

Interação entre universidade e empresas

Auxílio na divulgação da existência das empresas maringaenses de software

Recursos públicos para pesquisa

Quadro 3: Principais Problemas Apresentados do Setor de TI de Maringá no ano de 2006.

Fonte: IPARDES (2006, p. 37 a 42) – Elaboração própria.

Por fim, foi possível concluir que até 2006 o setor de software de Maringá, apresentava significativo potencial de crescimento, pois já havia um movimento voltado à organização e à aglomeração empresarial, ainda falho, mas formado por jovens empresários, conscientes da necessidade de inovação e saneamento de problemas do setor. E por outro lado uma demanda cada vez mais crescente por softwares e serviços relacionados (IPARDES, 2006, p.43).

Em contrapartida, era extremamente necessário a maior interação do setor, tanto entre as empresas quanto ao poder público e demais setores a fim de solucionar os problemas identificados.

Atualmente o setor de tecnologia da informação é composto por 188 empresas e 2813 empregados formais (RAIS, 2017), e representa uma parcela importante do recolhimento do ISS e da geração de empregos para a economia do município.

Juntamente com o crescimento em número de empresas e empregos formais do setor tecnologia da informação houve o aumento da quantidade das entidades de apoio ao setor e o também a oferta de cursos de graduação e pós graduação relacionados à tecnologia da informação.

Quanto às instituições de apoio do setor de tecnologia da informação, o quadro abaixo apresenta um comparativo entre as entidades que apoiavam o setor no ano de 2006, segundo o estudo do IPARDES (2006), e as entidades que atualmente foram elencadas como apoiadoras pela Software By Maringá³¹.

³¹ As informações foram obtidas pelo site <https://www.softwarebymaringa.com.br/>, bem como por contato telefônico.

	2006	2019
UEM	UEM	
SEBRAE	SEBRAE	
IEL	IEL	
ACIM	ACIM	
INCUBADORA TECNOLÓGICA	INCUBADORA TECNOLÓGICA	
CNPQ	PREFEITURA MUNICIPAL	
FUNDAÇÃO ARAUCÁRIA	SINDIMETAL	
PREFEITURA MUNICIPAL	APL DE SOFTWARE	
REDE PARANAENSE DE	REDE PARANAENSE DE	
INCUBADORAS E PARQUES	INCUBADORAS E PARQUES	
TECNOLÓGICOS	TECNOLÓGICOS	
SINDIMETAL	FACULDADE CIDADE VERDE	
	UNICESUMAR	
	ASSESPRO	
	SIND TI	
	UNIFAMA	
	CIM	

Quadro 4: Entidades de Apoio do setor de TI do município de Maringá, comparativo 2006 – 2019. Fonte: IPARDES (2006) e Software By Maringá, 2019. Elaboração própria.

Como se observa do quadro, houve um aumento na quantidade de entidades de apoio do setor nos últimos treze anos.

Conforme apresentado no início deste item, a própria história do setor de tecnologia da informação do município de Maringá, teve seu marco inicial com o Curso Técnico de Nível Superior em Processamento de Dados ofertado pela UEM, em 1974. A partir de então foram

surgindo as primeiras empresas através dos estudantes e com o crescimento das empresas a necessidade de novos cursos de formação. Verificando-se assim, um ciclo de dependência entre as empresas e abertura de novos cursos, já que a mão de obra é totalmente especializada e dependente de formação técnica. O segundo curso de graduação, no UniCesumar, foi criado em 1990. Mas, nos últimos anos verificou-se a criação de vários outros cursos. Neste sentido, o quadro abaixo apresenta os cursos de graduação existentes no município até 2017.

Universidade Estadual de Maringá UEM	Maringá	Ciência da Computação
Universidade Estadual de Maringá UEM	Maringá	Informática
Unicesumar	Maringá	Redes de Computadores
Faculdade Santa Maria da Glória	Maringá	Ciência da Computação
Faculdade Santa Maria da Glória	Maringá	Sistema de Informação
Centro Universitário Ingá	Maringá	Ciências da Computação
Unicesumar	Maringá	Engenharia de Software
Faculdade Metropolitana de Maringá	Maringá	Engenharia de Software
Faculdade Metropolitana de Maringá	Maringá	Sistemas de Informação
Centro Universitário Leonardo da Vinci ³²	Indaial	Informática
Unicesumar	Maringá	Engenharia de Software
Centro Universitário Claretiano ³³	Batatais	Computação
Universidade Estácio de Sá ³⁴	RJ	Sistemas de Informação
Universidade Paulista ³⁵	SP	Redes de Computadores

Quadro 5: Cursos de Graduação do município de Maringá relacionados à TI Fonte: MEC/Inep - adaptado.

³² O Centro Universitário possui filial em Maringá

³³ O Centro Universitário possui filial em Maringá

³⁴ A Universidade possui filial em Maringá

³⁵ A Universidade possui filial em Maringá

Quanto aos cursos de pós-graduação, não foi encontrada uma informação oficial, porém em pesquisa própria realizada por meio da internet, foram encontrados os cursos relacionados no quando a seguir:

Especialização em WEB - UEM³⁶

Mestrado em Ciência da Computação - UEM³⁷

WEBDEV - Desenvolvimento de Aplicações Web - Unicesumar³⁸

Desenvolvimento de sistemas orientados a objetos em Java - Unicesumar³⁹

Prática de Metodologias Ágeis – Unicesumar⁴⁰

Banco de Dados - Unicesumar⁴¹

Internet das Coisas - FEITEP⁴²

Especialização em Ciência de Dados - FCV⁴³

Especialização em Gerência de Projetos - FCV⁴⁴

Especialização em Tecnologias e Desenvolvimento WebMobile - FCV⁴⁵

Gestão: Tecnologia da Informação – FGV⁴⁶

Quadro 6: Cursos de Pós- Graduação relacionados à TI do município de Maringá Fonte: Pesquisa própria.

³⁶ Disponível em: <http://www.ppg.uem.br/index.php/pos-graduacao/cursos-lato-sensu>. Acesso em 28 de julho de 2019.

³⁷ Disponível em: <http://www.din.uem.br/pos-graduacao/mestrado-em-ciencia-da-computacao/>. Acesso em 28 de julho de 2019.

³⁸ Disponível em: <https://www.unicesumar.edu.br/presencial/cursos-posgraduacao/webdev-desenvolvimento-de-aplicacoes-web/>. Acesso em 28 de julho de 2019.

³⁹ Disponível em: <https://www.unicesumar.edu.br/presencial/cursos-posgraduacao/desenvolvimento-de-sistemas-orientados-a-objetos-em-java/>. Acesso em 28 de julho de 2019.

⁴⁰ Disponível em: https://www.universoead.com.br/pos-graduacao/pos-graduacao-em-pratica-de-metodologias-ageis?_ga=2.241060804.612432873.1564314747-144859811.1564314747. Acesso em 28 de julho de 2019.

⁴¹ Disponível em: https://www.universoead.com.br/pos-graduacao/pos-graduacao-em-banco-de-dados?_ga=2.11906803.612432873.1564314747-144859811.1564314747. Acesso em 28 de julho de 2019.

⁴² Disponível em: <http://www.feitep.edu.br/pos-graduacao/39/internet-das-coisas>. Acesso em 28 de julho de 2019.

⁴³ Disponível em: <https://presencial.unifcv.edu.br/pos-graduacao/especializacao-em-ciencia-de-dados-data-science>. Acesso em 28 de julho de 2019.

⁴⁴ Disponível em: <https://presencial.unifcv.edu.br/pos-graduacao/especializacao-em-gerencia-de-projetos>. Acesso em 28 de julho de 2019.

⁴⁵ Disponível em: <https://presencial.unifcv.edu.br/pos-graduacao/especializacao-em-tecnologias-e-desenvolvimento-webmobile-turma-05>. Acesso em 28 de julho de 2019.

⁴⁶ Disponível em: <https://www.trecsson.com.br/curso/mba/gestao-tecnologia-informacao-maringa>. Acesso em 28 de julho de 2019.

Os demais dados do contexto atual do setor de tecnologia da informação do município de Maringá está apresentado no Capítulo 3, pois é resultado de um estudo de caso realizado por esta pesquisa.

1.3.2 Planejamento do crescimento do setor de Tecnologia da Informação do Município de Maringá

No ano de 2017, ano em que Maringá fez 70 anos, O Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (CODEM), e a Associação Comercial e Empresarial de Maringá (ACIM), juntamente com a sociedade civil organizada, desenvolveu um projeto de visão de futuro e planejamento estratégico de longo prazo, denominado “Masterplan Metrópole de Maringá – Plano Socioeconômico”⁴⁷, sendo avaliadas todas as características e ativos atuais com a finalidade de projetar Maringá para os seus 100 anos, ou seja, 2047.

No estudo Masterplan (2017) foram identificados quatro setores econômicos estratégicos para o desenvolvimento do município, sendo os mesmos denominados “setores econômicos chave”, disposto a seguir: Desenvolvimento de sistemas e outros serviços de informação; Saúde; Intermediação financeira, seguros e previdência complementar; e Educação.

Assim, o setor de tecnologia da informação foi o primeiro citado no estudo, que o considerou como destaque, tanto pelas certificações conseguidas por empresas residentes quanto pelo ambiente propício ao desenvolvimento tecnológico encontrado da cidade:

Maringá ocupa posição de destaque, com certificações nacionais e internacionais de qualidade, tendo ultrapassado grandes cidades brasileiras, e é a melhor cidade do Paraná em eficiência de gestão de empresas. A cidade

⁴⁷ Disponível em: <http://www2.maringa.pr.gov.br/sistema/arquivos/masterplan/masterplan.pdf>. Acesso em 24 de abril de 2019.

também apresenta um ambiente inovador, que promove o desenvolvimento do setor de tecnologia, por meio, por exemplo, de incubadoras tecnológicas, centros de inovação e tecnoparque, entre outros (MASTERPLAN, 2017, p. 25).

O estudo Masterplan (2017) cita ainda medidas e iniciativas necessárias para o desenvolvimento do setor de tecnologia da informação do município de Maringá que estão destacadas no quadro a seguir:

Demanda e receita	Capacitação de gestores de empresa fora do setor de TI	Promoção do conhecimento sobre o que os produtos e serviços de TI podem fazer para as empresas
	Serviços profissionais em TI	Desenvolvimento de consultoria em serviços tecnológicos
	Smart cities	Formação de parcerias entre os desenvolvedores e os prestadores
Insumos	Capacitação dos profissionais do setor de TI	Desenvolvimento e implementação de soluções de smart cities
		Capacitação das equipes técnicas
		Benchmarking de melhores práticas empresariais em empresas de TI
	Investimentos e Recursos	Capacitação de líderes e gestores de empresas de TI
	Criação de fundos de investimento focados em tecnologia	
	Capacitação empresarial de empreendedores	

		Realização de missões empresariais de líderes de TI em ecossistemas tecnológicos maduros
	Desenvolvimento de novas tecnologias	Criação de startups tecnológicas e desenvolvimento do espírito inovador na região
Institucional e regulação	Atração de investimentos	Melhora da infraestrutura e mobilidade urbana
	Soluções de TI nos serviços públicos	Adoção de soluções tecnológicas e inovadoras nos serviços públicos
	Integração do setor de TI com a academia	Programa de integração do setor de TI com a academia
Divulgação	Campanhas de divulgação	Campanhas e programas publicitários de divulgação do setor de TI de Maringá
		Eventos e apresentações de soluções tecnológicas
	Parcerias	Parcerias com players globais do setor de TI

Quadro 7: Iniciativas identificadas para desenvolvimento do setor de TI do município de Maringá
Fonte: MASTERPLAN, 2017, p. 33 – Adaptado pela autora do estudo citado.

Conforme se depreende das informações do estudo Masterplan (2017), o setor de tecnologia da informação é estratégico para o desenvolvimento econômico do município de Maringá, sendo um dos quatro setores destacados pelo estudo. Contudo, foram apresentadas iniciativas que precisam ser tomadas para desenvolvimento do setor.

Com relação à presente pesquisa, que visa identificar um sinal distintivo coletivo que represente os anseios dos empresários locais do setor, observa-se que a iniciativa de “Divulgação” e “Formação de parcerias entre desenvolvedores e prestadores de serviços de TI”,

localizada no quadro “Demanda e Receita”, está em harmonia com os objetivos de criação do sinal distintivo. Isso porque, conforme será demonstrado ao longo desta pesquisa, os sinais distintivos coletivos necessitam do estabelecimento de parcerias e fortalecimento das relações entre empresas, além de serem um instrumentos de marketing que visam justamente propiciar vantagens de um agrupamento empresarial de cunho coletivo.

1.3.3 Arranjo Produtivo Local (APL) de Software De Maringá

Arranjo Produtivo Local (APL) substituiu o termo em inglês *Cluster* no Brasil e significa aglomeração de empresas e empreendimento localizados em determinados território, Gildézio Figueiras expressa seguinte conceituação:

É um modelo de industrialização integrado em que as empresas agrupam-se entre si, como se fossem peças de uma planta industrial maior para produzir, competir, exportar mais e melhor. Então denomina-se cluster, uma grande população de empresas agrupadas em rede, formada em geral por micro, pequenas e médias empresas operando em regime de intensa cooperação e coesão empresarial (FIGUEIRAS, 2002, p.64).

No estado do Paraná, em 2004 foi criada uma Rede APL do Paraná, pela Secretaria de Planejamento do Governo do Paraná, com objetivo e contribuir para o desenvolvimento equilibrado e sustentável no setor produtivo estadual. Em 2008, por iniciativa da Associação das Empresas Brasileiras de Tecnologia da Informação no Paraná (ASSESPRO-PR), Sebrae-PR e da Secretaria de Planejamento foi criada a Rede APL de TIC do Paraná para apoiar as ações específicas do setor de tecnologia e inovação, agregando os seis APLs de TIC do Estado. Os APLs de TIC do Paraná são formados pelas regiões de Londrina, Ponta Grossa, Curitiba, Maringá, Oeste do Paraná e Sudoeste do Paraná.

Em contato com a coordenadora do Sebrae Maringá⁴⁸, responsável pela organização da APL de Software de Maringá, foi repassada a informação que não há a constituição formalizada por meio de documentos da rede APL, que são encontros coordenados pelo setor, onde os empresários se reunirem periodicamente para discutir assuntos em comum do setor Tecnologia da Informação e são informados de treinamentos, eventos, cursos e notícias do setor por meio de telefone e *e-mails* das empresas cadastradas.

Na página da ASSESPRO-PR (<https://www.assespropr.org.br/rede-apls-do-parana/>), consta a logomarca da Software By Maringá, como sendo a do APL de Software de Maringá e o *link* criado pelo ASSESPRO-PR leva ao acesso às redes sociais da SBM. Motivo pelo qual, sugere-se que as figuras se confundem, entendendo-se que a associação SBM como uma representante do APL de software do município de Maringá.

Neste sentido, dada a relevância da SBM para representar o setor de tecnologia da informação do município de Maringá, o próximo item é dedicado à sua apresentação.

1.3.4 A Software By Maringá

Conforme estatuto social da entidade, a Software By Maringá foi fundada no ano de 2007 com objetivo de reunir os desenvolvedores de *software*, proporcionar a troca de experiências e promover estudos e pesquisas na área de Tecnologia de informação.

Durante estes 12 anos, a Associação, além de reunir grandes empresas e ajudar os pequenos empresários, mobilizou a sociedade maringaense, conseguindo apoio das faculdades, universidade, SEBRAE, ACIM, Sindicatos, prefeitura municipal, entre outros.

⁴⁸ A informação foi solicitada através de contato telefônico

Seu desenvolvimento e trabalho no município de Maringá foi tamanho que no ano de com a fechamento do antigo aeroporto regional, a prefeitura optou pela doação do terreno à SBM para construção de uma sede própria com espaço disponível para suas atividades além de espaço para que as empresas associadas possam estabelecer sua sede.

Essa doação foi revogada pelo atual governo do município. Este a substituiu por outro terreno no parque tecnológico que está em vias de ser construído na cidade. Essa conquista, dentre muitas outras, demonstra a organização e relevância que a associação tem para o município de Maringá.

O fato da SBM ser a única associação contemplada com um espaço dentro do parque tecnológico da cidade e que este por sua vez, representa um grande passo de desenvolvimento econômico e tecnológico, faz-se depreender que a trajetória da SBM até o presente momento é algo de grande importância, ratificando seu destaque em geração de emprego, impostos, renda e oferta de serviços que extrapola os limites do município.

A seguir, apresenta-se a descrição contida no *site* da associação, podendo a mesma ser acessada por meio do endereço: <http://www.softwarebymaringa.com.br/>.

A Software by Maringá é uma entidade de classe que congrega as empresas de desenvolvimento de Software e que tem por objetivo trabalhar pela melhoria da qualificação e desenvolvimento das empresas de software e de seus trabalhadores através da promoção de estudos e pesquisas, desenvolvimento de tecnologias alternativas, produção e divulgação de informações e conhecimentos técnicos e científicos.

A missão da SBM encontra-se no quadro a seguir:

Missão Software By Maringá	
CRIAR UM NOVO FUTURO	Promover o desenvolvimento de TI em, e a partir de, Maringá e Região
UNIR PESSOAS E IDEIAS	Através de ações de integração, capacitação e estímulo à inovação das empresas de forma colaborativa
GERAR VALOR PARA A REGIÃO E PARA O BRASIL	Contribuir para a competitividade de todos as empresas representadas pelo setor de TI

Quadro 8: Missão SBM. Fonte: <http://www.softwarebymaringa.com.br>

A visão da SBM encontra-se no quadro a seguir:

Visão Software By Maringá
SBM 2020: Maringá e Região ser reconhecida como um dos quatro principais polos de TI do Brasil, sendo referência como um Ecossistema de Inovação.

Quadro 9: Visão SBM Fonte: <http://www.softwarebymaringa.com.br>
 Os valores da SBM encontra-se no quadro a seguir:

Valores Software By Maringá	
Integridade e Transparência	Ações assertivas baseadas em princípios com processos definidos e comunicação transparente.
Cooperação e Comprometimento	Relações baseadas na colaboração e comprometimento de todos os envolvidos permitindo a troca de ideias e a realização de ações.
Excelência e Compromisso com Resultados	Busca pela excelência e efetividade das ações realizadas.
Inovação e Empreendedorismo	

	Incentivo à novas tecnologias e modelos de negócios como base para o desenvolvimento e crescimento do setor de TI.
Humanidade e Sustentabilidade	Valorização das pessoas, compromisso com qualidade de vida e respeito ao meio ambiente através da otimização do uso dos recursos naturais.

Quadro 10: Valores SBM. Fonte: <http://www.softwarebymaringa.com.br>.

A Associação tem como sua principal finalidade organizar e incentivar o desenvolvimento da tecnologia da informação e comunicação regional através do fortalecimento das empresas privadas neste setor, seus serviços estão relacionados no próximo quadro.

Serviços Software By Maringá	
	Propor e defender medidas de apoio e incentivo às empresas privadas de TI e comunicação situadas no Noroeste do Paraná.
	Postular perante as autoridades e entidades públicas competentes, sobre assuntos de interesse à atuação das empresas de TI.
	Promover, realizar ou fomentar estudos e pesquisas visando fortalecer e incentivar as empresas associadas.
	Promover campanhas de esclarecimento sobre o emprego da informática.
	Promover a geração de emprego, renda e desenvolvimento econômico regional através de projetos de formação e capacitação profissional.
	Manter intercâmbio e relacionamento com associações congêneres, com vistas a fortalecer o setor de TI.
	Assistir técnica e juridicamente suas associadas em matéria de TI.
	Qualificar, certificar e regular bens e serviços de TI.

Estimular a produção científica e manter relação com instituições de ensino.

Promover ações políticas com vistas a obter benefícios tributários para os seus associados, de maneira que tais benefícios garantam geração de novos empregos e capacitação dos profissionais de TI.

Garantir comportamento ético no mercado de TI.

Estabelecer convênios em prol do quadro associativo, com vistas a obter benefícios.

Oferecer e promover a capacitação e qualificação profissional dos colaboradores das empresas associadas através da realização de eventos, congressos, cursos, workshops e afins.

Promover a conscientização e a execução de projetos que visem a sustentabilidade dos negócios das empresas associadas.

Incrementar a comercialização e a realização dos seus produtos em âmbito nacional e internacional.

Prestar demais serviços de interesse aos seus associados.

Quadro 11: Serviços SBM. Fonte: <http://www.softwarebymaringa.com.br>.

2 SINAIS DISTINTIVOS COLETIVOS PARA SERVIÇOS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO DO MUNICÍPIO DE MARINGÁ

Os sinais distintivos visam identificar e individualizar produtos e serviços. Autores renomados como Denis Borges Barbosa (2003), Gama Cerqueira (2012) entre outros, afirmam que a propriedade intelectual, que deu *status* de propriedade a estes sinais, atribuindo ao seu detentor o direito exclusivo para informação ao consumidor, facilitando e regulamentando as relações mercadológicas

Os sinais distintivos de uso coletivo previstos na legislação brasileira são a Indicação Geográfica e a Marca Coletiva. Estes sinais, conforme a LPI (BRASIL, 1996) visam proteger a identificação de determinado produto ou serviço advindos de uma origem geográfica ou de uma coletividade, que objetivando sinalizar ao mercado características intrínsecas nestes produtos que pertencem à origem geográfica ou ao grupo, muitas vezes, sendo tais características resultado da atividade de associação e cooperação.

Porém, apesar da semelhança quanto à identificação de uma origem geográfica ou de uma coletividade, marcas coletivas e indicação geográfica são instrumentos de propriedade distintos, conforme definições da LPI (BRASIL, 1996). A primeira é um tipo de marca, definida por sua natureza, como aquela que tem por função identificar produtos ou serviços provindos de uma entidade coletiva, conforme pode ser conferido na LPI (BRASIL, 1996). Enquanto a segunda é um instrumento que tem como principal objetivo proteger o nome da região que se tornou conhecida ou que possui peculiaridades relacionadas aos produtos ou serviços ne produzidos, dada ou a fama e reputação construída por essa região ou a questões geográficas (solo, clima, vegetação) e de tradição (saber fazer) que são peculiares deste local LPI (BRASIL, 1996).

Dessa forma, este capítulo tem como propósito apresentar a marca coletiva e a indicação geográfica, seus conceitos, fundamentações como um instrumento de propriedade intelectual no Brasil, seus contextos históricos, legislação nacional, bem como, possíveis contribuições da indicação geográfica e a da marca coletiva no desenvolvimento local e valoração de produtos e serviços, observando suas aplicações na identificação de um serviço, especificamente, serviços de tecnologia da informação.

2.1 INDICAÇÃO GEOGRÁFICA E MARCA COLETIVA ENQUANTO INSTRUMENTOS DE PROPRIEDADE INTELECTUAL

2.1.1 Propriedade Intelectual se seus instrumentos

É possível afirmar que a propriedade intelectual surgiu em conjunto com o desenvolvimento econômico e tecnológico das nações. Isso porque, enquanto fruto do trabalho intelectual humano, o objeto da criação ou invenção merecia ser apropriado por seu criadores, bem como ocorre com os demais bens materiais, também frutos do trabalho do homem. O desejo pelo reconhecimento também é inerente ao ser humano e auxilia no estímulo e ao progresso (SOUZA, 2006).

Neste sentido, juntamente com o desenvolvimento humano e tecnológico, o sistema de propriedade intelectual foi se aprimorando ao longo dos anos, com a finalidade de incentivar a geração de novas criações do intelecto humano, sejam as mesmas destinadas ao campo artístico e cultural, sejam aquelas destinadas ao campo industrial.

O advento da industrialização, bem como o consequente acirramento da concorrência entre as nações intensificou a necessidade do aprimoramento de um meio para se proteger as invenções, o que fez surgir o ordenamento jurídico da Propriedade Intelectual.

Assim, a arcabouço jurídico da propriedade intelectual sobreveio para organizar a constituição desses direitos com o propósito do proveito material dessas criações:

Ao conjunto desses direitos resultantes das concepções da inteligência e do trabalho intelectual, encarados principalmente sob o aspecto do proveito material que deles pode resultar, costuma-se dar a denominação genérica de propriedade intelectual (...) (CERQUEIRA, 2012, p. 33).

Logo, propriedade intelectual é próprio sistema jurídico que protege os bens intelectuais, Locatelli (2008) ressalta a importância destes para que haja aproveitamento econômico dos bens criados e incentivo à novas criações:

(...) um sistema jurídico de propriedade intelectual oferece uma proteção eficaz dos frutos da inteligência humana, o que favorece sua comercialização, acarretando distintos benefícios. Dentre os impactos positivos da proteção jurídica, reitera-se, então o reconhecimento dos esforços de quem cria os ativos intelectuais, além da obtenção de ganhos econômicos por estes e a possibilidade de a sociedade desfrutar desta obra ou invenção, além de se beneficiar do seu êxito comercial, o qual pode gerar impactos positivos na economia nacional (LOCATELLI, 2008, p.59).

Como são bens baseados em conhecimento e não possuem existência física, podem ser facilmente apropriado por terceiros, caso não seja feita uma proteção adequada. Essa proteção, portanto, deve ser promovida pelo Estado. Como definiu Sherwood:

A propriedade intelectual é um conjunto de duas coisas: primeiramente são ideias, invenções e expressão criativa, que são essencialmente resultado da atividade privada. Em segundo lugar, há o desejo do público de fornecer o status de propriedade a essas invenções e expressões. Em outras palavras, a invenção e a expressão criativa, mais a proteção, constituem a propriedade intelectual (SHERWOOD, 1992, p.22).

O papel do Estado na propriedade intelectual, por sua vez, se justifica não só em garantir a ordem do direito à propriedade, mas também pelo fato de que a utilização eficaz dos ativos de propriedade intelectual estão estreitamente ligadas ao desenvolvimento econômico. Segundo Barbosa (2003, p.77), a instituição da propriedade intelectual é uma medida de fundo essencialmente econômico. Dessa forma, a lei nasce como medida política para incentivar criação tecnológica pelas empresas.

O autor Sherwood atribui ainda mais ênfase à propriedade intelectual, defendendo que é uma condição prévia às criações, que auxiliam o desenvolvimento econômico:

Um sistema de propriedade Intelectual que proteja a inovação e a expressão criativa pode ser visto como uma condição prévia para a criação e uso da tecnologia nova, que acelera o crescimento econômico e auxilia o desenvolvimento. Sob este ponto de vista, o sistema de proteção à propriedade intelectual pode ser considerado como uma parte valiosa da infra-estrutura de um país (SHERWOOD, 1992, p.26).

Buainain e Carvalho, consideram que, no contexto atual, a importância da propriedade industrial é ainda maior:

A intensidade do desenvolvimento científico e tecnológico, a aproximação e a interpenetração entre ciência e tecnologia, a redução dramática do tempo requerido para o desenvolvimento tecnológico e incorporação dos resultados ao processo produtivo; a redução do ciclo de vida dos produtos no mercado; a elevação dos custos de pesquisa e desenvolvimento e dos riscos implícitos na opção tecnológica; a incorporação da inovação como elemento ampliação da competitividade; e, particularmente a capacidade de codificação dos conhecimentos, aumenta a importância à propriedade intelectual como mecanismo de garantia dos direitos e de estímulo aos investimentos (BUAINAIN; CARVALHO, 2000 p.146).

No Brasil, observa-se que essa ligação entre a propriedade intelectual e desenvolvimento econômico e tecnológico estão explicitamente expostas como justificativa da criação legal

vigente. Primeiramente, a Constituição Federal⁴⁹ estabelece, além do interesse econômico, que o direito à propriedade intelectual é uma garantia fundamental.

A Lei da Propriedade Industrial (Lei 9.279/1996) segue a redação da Constituição Federal no tocante ao interesse social e no desenvolvimento tecnológico, conforme estabelecido em seu Art. 2º: A proteção dos direitos relativos à propriedade industrial, considerado o seu interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País [...].

Em uma análise da legislação nacional sobre a inovação e apropriação dos direitos da tecnologia, Denis Borges Barbosa (2006, p.10) afirma ainda que [...] tanto a regulação específica da propriedade industrial, quanto aos demais dispositivos que, na Carta de 1988, referentes à tecnologia, são acordos em eleger como valor fundamental o favorecimento do desenvolvimento tecnológico do país [...].

Feitas estas observações quanto ao interesse do Estado na proteção de direitos intelectuais, debruça-se adiante na conceituação da propriedade intelectual com a finalidade de diferenciar as marcas coletivas e indicações geográficas das demais espécies de propriedade intelectual existentes.

A organização dos ativos de propriedade intelectual está dividida entre o direito autoral, que protege expressões e obras artísticas e a propriedade industrial, que visa proteger as criações da indústria. Esta última, por sua vez, está dividida entre as proteções às marcas, às patentes, aos

⁴⁹ CF/1988: Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

(...)

XXVII - aos autores pertence o direito exclusivo de utilização, publicação ou reprodução de suas obras, transmissível aos herdeiros pelo tempo que a lei fixar;

XXIX - a lei assegurará aos autores de inventos industriais privilégio temporário para sua utilização, bem como proteção às criações industriais, à propriedade das marcas, aos nomes de empresas e a outros signos distintivos, tendo em vista o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País (BRASIL, 1988).

desenhos industriais à indicação geográfica, bem como as demais proteções *sui generis*⁵⁰. A seguir apresentam-se breves considerações sobre cada um dos instrumentos de propriedade intelectual.

O direito autoral é regulado no Brasil pela Lei 9.610 de 1998 que está em consonância com a Convenção da União de Berna (BRASIL, 1975). Esta Convenção foi assinada pelo Brasil, sendo um tratado internacional que estabeleceu o reconhecimento do direito de autor entre nações soberanas e pertencentes à citada Convenção. Conforme o objetivo da Convenção⁵¹, o direito autoral tem proteção com abrangência entre todos os países membros e é dispensada a necessidade de registro.⁵²

Diferentemente dos demais instrumentos de propriedade industrial que nascem com a concessão do Estado, o direito autoral nasce com sua criação, já que também tem o objetivo de resguardar os direitos do morais autor e na proteção das obras do espírito humano, do universo literário, artístico e científico. Apesar de não ser necessário o registro ele é recomendado para fins de comprovação. O registro é solicitado em lugares diferentes de acordo com a natureza da obra, podendo ser realizados na Biblioteca Nacional, na Escola de Música, na Escola de Belas

⁵⁰ Proteção *sui generis*, segundo Jungmann são os tipos de proteção específicas, no âmbito da propriedade intelectual, que se referem a topografia de circuito integrado, cultivares e conhecimentos tradicionais. Sendo que a topografia de circuitos integrados envolve um conjunto organizado de interconexões, transistores e resistências dispostos em camadas de configuração tridimensional sobre uma peça de material semicondutor. A Cultivar é uma nova variedade de planta com características específicas resultantes de pesquisas em agronomia e biociências (genética, biotecnologia, botânica e ecologia. E os conhecimentos tradicionais envolvem saberes empíricos, práticas, crenças e costumes passados de pais para filhos das comunidades indígenas ou de comunidade local quanto ao uso de vegetais, microrganismos ou animais cujas amostras contêm informações de origem genética (Jungmann, 2010, p.71 - 79).

⁵¹ Convenção de Berna - Artigo 1 - Os países a que se aplica a presente Convenção constituem-se em União para a proteção dos direitos dos autores sobre as suas obras literárias e artísticas (BRASIL, 1975).

⁵² Convenção de Berna - Artigo 5 2) O gozo e o exercício desses direitos não estão subordinados a qualquer formalidade; esse gozo e esse exercício independentes da existência da proteção no país de origem das obras. Por conseguinte, afora as estipulações da presente Convenção, a extensão da proteção e os meios processuais garantidos ao autor para salvaguardar os seus direitos regulam-se exclusivamente pela legislação do País onde a proteção é reclamada (BRASIL, 1975).

⁵³ Lei 9.610/1998, Art. 18. A proteção aos direitos de que trata esta Lei independe de registro (BRASIL, 1998).

Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro, no Instituto Nacional do Cinema, ou no Conselho Federal de Engenharia, Arquitetura e Agronomia⁵⁴.

De acordo com o artigo 1º da Lei 9.609 de 1998, programa de computador é a expressão de um conjunto organizado de instruções em linguagem natural ou codificada, contida em suporte físico de qualquer natureza, de emprego necessário em máquinas automáticas de tratamento da informação, dispositivos, instrumentos ou equipamentos periféricos, baseados em técnica digital ou análoga, para fazê-los funcionar de modo e para fins determinados (BRASIL, 1998).

O Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio, mais conhecido por sua sigla em inglês, TRIPS. Acordo este que também foi ratificado pelo Brasil, classificou o programa de computador como direito autoral, determinando sua proteção pela Convenção de Berna⁵⁵. Apesar disso, como exceção às outras naturezas de direito autoral, o registro é feito pelo INPI por determinação do Decreto nº 2.556/1998.

Conforme exposto, o direito autoral é composto por obras de diferentes naturezas, incluindo programas de computador, que por sua vez, possui lei própria. Sendo que os registros são feitos em diversos órgãos de acordo com a natureza da obra. Enquanto que os demais instrumentos de propriedade intelectual relacionados a seguir, formam a outra espécie de propriedade intelectual, que é a propriedade industrial, assim nomeada porque objetiva proteger interesses industriais.

Um dos tratados internacionais mais importantes sobre a matéria – A Convenção da União de Paris (CUP), definiu a propriedade industrial como o conjunto de direitos que compreende as

⁵⁴ LEI Nº 5.988/1973, Art. 17. Para segurança de seus direitos, o autor da obra intelectual poderá registrá-la, conforme sua natureza, na Biblioteca Nacional, na Escola de Música, na Escola de Belas Artes da Universidade Federal do Rio de Janeiro, no Instituto Nacional do Cinema, ou no Conselho Federal de Engenharia, Arquitetura e Agronomia (BRASIL, 1973).

⁵⁵ Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio, Artigo 10, 1. Programas de computador, em código fonte ou objeto, serão protegidos como obras literárias pela Convenção de Berna (BRASIL, 1994).

patentes de invenção, os modelos de utilidade, os desenhos ou modelos industriais, as marcas de fábrica ou de comércio, as marcas de serviço, o nome comercial, as indicações de procedência ou denominações de origem e a repressão da concorrência desleal⁵⁶.

No Brasil, a lei brasileira que regula a matéria de propriedade industrial é a Lei nº 9.279 de 1996 – Lei da Propriedade Industrial, que substitui a Lei nº 5.772 de 1971 denominada de Código da Propriedade Industrial, substituição esta que surgiu da necessidade do Brasil em se adequar às normas internacionais de proteção industrial, após a Rodada Uruguai do Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio, em inglês, *General Agreement on Tariffs and Trade* (GATT) que se iniciou em 1986.

Após uma série de discussões e negociações entre as nações que resultaram da Rodada Uruguai de Negociações Comerciais Multilaterais do GATT, no ano de 1994 teve origem ao mencionado Acordo TRIPS, que buscava a harmonização da propriedade intelectual entre os países desenvolvidos e os emergentes, e representava um pressão internacional para modernização e adequação da legislação de tais países emergentes, entre eles o Brasil. O Acordo TRIPS foi o maior acordo comercial da história e representa avanço considerável na consecução do objetivo de proporcionar maior proteção da propriedade intelectual (LAMPREIA, 1995).

Com um rol de instrumentos um pouco menor do que o da CUP, pois exclui o nome comercial, a lei brasileira da propriedade industrial compreende o conjunto de direitos de patentes de invenção e de modelo de utilidade, desenho industrial, marca, repressão às falsas indicações geográficas e repressão à concorrência desleal⁵⁷.

⁵⁶ Convenção da União de Paris, Art. 1º Revisão de Estocolmo (1967) (BRASIL, 1975).

⁵⁷ Lei 9.279/96, Art. 2º A proteção dos direitos relativos à propriedade industrial, considerado o seu interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País, efetua-se mediante:
I - concessão de patentes de invenção e de modelo de utilidade;
II - concessão de registro de desenho industrial;
III - concessão de registro de marca;
IV - repressão às falsas indicações geográficas; e

Os registros, no caso da marca, desenho industrial e indicação geográfica, bem como a patente, no caso dos inventos, são realizados pelo INPI. Já a concorrência desleal, não é um instrumento em si, mas uma relação de atos tipificados pela LPI como crime, conforme constante no artigo 195 (BRASIL, 1996) que visam reprimir atos desleais entre concorrentes em suas atividades comerciais e industriais.

O primeiro dos instrumentos relacionados na Lei, trata-se da patente, que protege os inventos e está relacionada como uma nova forma de tecnologia, no sentido de criar novos objetos ou processos que visam solucionar problemas de ordem prática. Está dividida entre patente de invenção⁵⁸ e modelo de utilidade⁵⁹. A Patente é o título que irá conferir a propriedade da invenção, desde que esta obedeça aos requisitos legais. João da Gama Cerqueira define que:

Por meio da patente o Estado reconhece o direito do inventor, assegurando-lhe a propriedade da invenção e o seu uso exclusivo pelo prazo da lei. Além disso, pela patente determina-se precisamente o objeto da invenção, sobre o qual recai o direito do inventor, e fixam-se os termos inicial e final do privilégio (CERQUEIRA, 2012).

Por outro lado, a patente revela todo o conteúdo da invenção, isso para atender sua função, em relação ao desenvolvimento tecnológico do país, servindo para promoção de um banco de dados constituído pelo patrimônio das tecnologias aplicadas à indústria e que, por isso, pode servir às pesquisas tecnológicas. Logo, se o produto puder ser alvo fácil de engenharia reversa, a melhor opção é a proteção por patentes. No entanto, se sua reprodução não puder ser feita facilmente, a melhor estratégia pode ser o segredo de negócio.

V - repressão à concorrência desleal (BRASIL, 1996).

⁵⁸ Lei 9.279/96, Art. 8º É patenteável a invenção que atenda aos requisitos de novidade, atividade inventiva e aplicação industrial (BRASIL, 1996).

⁵⁹ Lei 9.279/96 Art. 9º É patenteável como modelo de utilidade o objeto de uso prático, ou parte deste, suscetível de aplicação industrial, que apresente nova forma ou disposição, envolvendo ato inventivo, que resulte em melhoria funcional no seu uso ou em sua fabricação (BRASIL, 1996).

O desenho industrial, por sua vez, protege a “(...) forma plástica ornamental de um objeto ou o conjunto ornamental de linhas e cores que possa ser aplicado a um produto, proporcionando resultado visual novo e original na sua configuração externa e que possa servir de tipo de fabricação industrial (...)”, conforme consta do artigo 95 da LPI (BRASIL, 1996).

Atualmente, com o aumento da competitividade na grande maioria dos setores e consequente diminuição de preços, o design de um produto vem ganhando cada vez mais importância na decisão de compra dos consumidores, já que tecnicamente, existem muitos produtos semelhantes (GUIMARÃES et al., 2015). Dessa forma, o desenho industrial se demonstra essencial para garantir o investimento em criação de *designs* atrativos.

A marca, segundo Manual de Marcas do INPI (INPI, 2017, item 2.1), “é um sinal distintivo cujas funções principais são identificar a origem e distinguir produtos ou serviços de outros idênticos, semelhantes ou afins de origem diversa”. Além disso, a marca pode ainda atestar a conformidade de um produto com determinadas normas ou especificações técnicas⁶⁰ ou indicar a procedência relacionada a uma entidade coletiva⁶¹. A marca é adquirida apenas com o registro expedido pelo INPI, que garante ao titular seu uso exclusivo em todo território nacional, segundo LPI (BRASIL, 1996).

O registro garante ao titular não só o direito de excluir terceiros do uso idêntico ou semelhante de sua marca, mas também o direito de ceder a marca à terceiros, licenciar e zelar pela sua integridade moral ou reputação, conforme a LPI (BRASIL, 1996).

⁶⁰ Art. 123. Para os efeitos desta Lei, considera-se:

II - marca de certificação: aquela usada para atestar a conformidade de um produto ou serviço com determinadas normas ou especificações técnicas, notadamente quanto à qualidade, natureza, material utilizado e metodologia empregada; (BRASIL, 1996).

⁶¹ Art. 123. Para os efeitos desta Lei, considera-se:

II - marca coletiva: aquela usada para identificar produtos ou serviços provindos de membros de uma determinada entidade (BRASIL, 1996).

Dessa forma, a marca possui quatro naturezas distintas, conforme se depreende do artigo 123 da LPI, marca de produto, marca de serviço, marca de certificação e marca coletiva. Sendo que este trabalho se dedica ao estudo das marcas coletivas e sua aplicação como estratégia divulgação das características de produtos e serviços advindos de uma coletividade, o que será apresentado no item 2.3.

Por fim, na sequência apresentada pela da LPI, a indicação geográfica, está dividida entre dois gêneros, indicação de procedência (IP) e denominação de origem (DO). Os artigos 177 e 178 da LPI (BRASIL, 1996) definem os dois institutos, apresentando a diferença entre eles. A indicação de procedência é reconhecida pela fama que determinada região tem em fabricar um produto ou prestar dado serviço, enquanto que a denominação de origem indica que a região tem os fatores naturais ou humanos, os elementos são responsáveis por determinadas características de um produto ou serviço (BRASIL, 1996).

Como a indicação geográfica também é o objeto deste trabalho, o item 2.4 é dedicado à sua conceituação e contexto histórico.

Conforme exposto, a propriedade intelectual se divide entre diferentes instrumentos, cada um com sua função específica e impende observar que, de modo geral, a proteção é muito semelhante na grande maioria dos países. Isto porque a propriedade intelectual é constantemente objeto de discussão em diversos tratados e convenções internacionais, devido a fatores como a globalização e comércio internacional que exigem efetiva cooperação entre nações com intuído de evitar pirataria e concorrência desleal além das fronteiras. E o Brasil é signatários dos principais Acordos e Convenções, conforme demonstrado.

Feita estas breves considerações sobre a propriedade intelectual, passa-se então ao estudo mais acentuado da marca coletiva e da indicação geográfica.

2.2 SINAIS DISTINTIVOS

Os sinais distintivos não se restringem às marcas de produtos e serviços, abrange também outras formas de sinais para comunicação do mercado, por meio dos quais, os fornecedores conseguem se identificar diante de seu público consumidor. Estes sinais podem ser palavras ou figuras, desde que cumpram suas funções, conforme conceituou Lélio Schimidt:

Em propriedade intelectual, sinal distintivo designa qualquer combinação de palavras ou figuras empregadas para identificar um produto ou serviço, empresa ou estabelecimento, de modo a diferenciá-lo dos demais congêneres existentes no mercado. Os sinais distintivos exercem, pois função individualizante, objetivando atribuir uma identidade própria a seu objeto (SCHIMIDT, 2007, p.31).

A Constituição Federal de 1988 preceitua como direitos fundamentais a proteção de todas as formas de sinais distintivos, utilizando a terminologia sinônima, *signos distintivos*, além das marcas e nomes de empresas, justificado pelo interesse social e desenvolvimento tecnológico e econômico do país.

Art. 5º (...)

XXIX - a lei assegurará aos autores de inventos industriais privilégio temporário para sua utilização, bem como proteção às criações industriais, à **propriedade das marcas, aos nomes de empresas e a outros signos distintivos**, tendo em vista o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País (BRASIL, 1988).

Na LPI, a maior parte dos artigos que trata dos sinais distintivos é dedicada às marcas, que tem capítulo próprio, assim como as indicações geográficas, mas é possível encontrar a proteção expressa de outros sinais:

Art. 124. Não são registráveis como marca:

V - reprodução ou imitação de elemento característico ou diferenciador de título de estabelecimento ou nome de empresa de terceiros, suscetível de causar confusão ou associação com estes sinais distintivos;

DOS CRIMES CONTRA INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS E DEMAIS INDICAÇÕES

Art. 194. Usar marca, **nome comercial, título de estabelecimento, insígnia, expressão ou sinal de propaganda** ou qualquer outra forma que indique procedência que não a verdadeira, ou vender ou expor à venda produto com esses sinais.

Art. 195. Comete crime de concorrência desleal quem:

V - usa, indevidamente, **nome comercial, título de estabelecimento ou insígnia alheios** ou vende, expõe ou oferece à venda ou tem em estoque produto com essas referências (BRASIL, 1996);

Portanto, os sinais distintivos, que cumprem sua função de diferenciar produtos e serviços perante os demais, ou indicar origem destes, encontram proteção legal.

Logo, o ordenamento jurídico da propriedade industrial proporciona o *status* de propriedade sobre os sinais distintivos que são direitos concedidos ao fabricante de um produto ou prestador de um serviço, para que este possa comunicar à clientela suas características e qualidades.

Isso porque, a situação perante o mercado conseguida pela empresa depende da produção de coisas e serviços capazes de satisfazer necessidades econômicas, como também depende de que o público seja capaz de identificar a coisa e o serviço como tendo as qualidades necessárias (BARBOSA, 2003, p. 621).

Assim, os sinais distintivos têm um papel fundamental nas atividades empresariais, sendo meios de comunicar, firmar uma reputação e individualizar-se perante aos concorrentes. João da Gama Cerqueira, esclarece que:

No campo da concorrência industrial ou comercial, o fabricante que consegue impor os produtos de sua indústria à preferência dos consumidores e o comerciante que logra acreditar as suas mercadorias e firmar boa reputação e seriedade de seu estabelecimento tem o máximo interesse em individualizar e

distinguir os artigos que produz ou vende, a fim de que não confundam com outros similares (CERQUEIRA, 2003, p. 240).

Barbosa et. al., observam que a consequência da veiculação realizada pelos sinais distintivos é uma vantagem competitiva aos fornecedores:

(...) os sinais distintivos do comércio podem servir como ferramentas para valorização do produto/serviço através da informação que os mesmos veiculam sobre qualidades e características presentes nos bens sobre os quais são apostos. Tais sinais podem criar uma relação de confiança entre o produtor e o consumidor, consequentemente conferindo uma vantagem competitiva ao primeiro (BARBOSA et al. (2016).

Quanto aos consumidores, estabelecida a relação de confiança, os sinais distintivos suprem a falta de informação quanto às características intrínsecas de determinado produto ou serviço. “Neste sentido, a explicação do comportamento dos consumidores, em contexto de racionalidade limitada, levam em consideração outros sinais do mercado, que não o preço” (KUPFER e HASENCLEVER, 2013, p.267).

Informar o consumidor, portanto, é o papel dos sinais distintivos e também uma das funções econômicas da indicação geográfica e das marcas, incluindo as marcas coletivas, criando, para a empresa, uma dupla proteção, no sentido de diferenciação perante à concorrência e diante consumidor, no caso deste último, no sentido de direcionar às suas preferências. Como concluiu Liliana Locatelli:

(...) um dos interesses tutelados pela indicação geográfica é a informação veraz ao consumidor, tanto da origem geográfica do produto como de qualidades ou características decorrentes desta origem. Desta forma, a indevida utilização das indicações geográficas, por meio de indicações falsas ou enganosas, constitui uma ameaça ao direito de informação do consumidor à opção de produtos dos quais se espera um padrão de qualidade que não será encontrada se estas não forem verídicas (LOCATELLI, 2008, p. 64).

As indicações geográficas, assim como as marcas coletivas, são sinais distintivos que nasceram com objetivo de distinguir a origem de um produto ou serviço dos demais. Porém,

apresentam várias peculiaridades no tocante aos requisitos para obtenção, titularidade, vigência do direito e justificativa de registro, conforme será apresentado ao longo deste capítulo.

2.3 MARCA COLETIVA

2.3.1 Conceito e Justificativa da Marca Coletiva

Conforme já exposto a marca coletiva tem previsão legal na LPI (BRASIL, 1996), que a define como “aquela usada para identificar produtos ou serviços provindos de uma determinada entidade”⁶². A definição legal é bastante restrita, extraindo-se deste artigo que a diferença da marca coletiva das demais naturezas de marca refere-se apenas da questão de titularidade do registro, exigindo-se, ser o requerente, o representante de uma coletividade, como uma associação, um sindicado ou uma cooperativa.

Contudo, o artigo 147 da LPI⁶³ expressa a exigência de um regulamento de utilização. Este regulamento, implica em uma organização prévia dos agentes e pode prever um regramento próprio. Por meio desse regulamento de utilização pode ser estabelecida a intenção de agregar valor à atividade econômica dos membros, tornando-se esta a justificativa do pedido de registro de marca que irá identificar a coletividade, diferenciando assim, a marca coletiva das marcas de produto e serviço.

Neste sentido, Maria Miguel Carvalho, entende que a diferença no tratamento jurídico estão justificadas por outras razões socioeconômicas que extrapolam as marcas de produtos e serviços:

⁶² Art. 123, III (BRASIL, 1996).

⁶³ Art. 147. O pedido de registro de marca coletiva conterá regulamento de utilização, dispondo sobre condições e proibições de uso da marca. Parágrafo único. O regulamento de utilização, quando não acompanhar o pedido, deverá ser protocolizado no prazo de 60 (sessenta) dias do depósito, sob pena de arquivamento definitivo do pedido (BRASIL, 1996).

Julgamos que estes sinais se integram ainda na categoria das marcas i. e., são *sinais distintivos* de produtos ou serviços, diferenciando-se das marcas individuais no aspecto relativo à titularidade e por algumas diferenças de regime jurídico inteiramente justificadas pelas funções sócio-económicas que visam realizar (CARVALHO, 2008, p. 219).

Dessa forma, as marcas coletivas tem motivos específicos para serem protegidas, que estão ligadas à denotação da qualidade e proteção do diferencial advindo da formação de um agrupamento, essa afirmação remontam às antigas marcas de corporações de ofício conforme será exposto no próximo item.

Contudo, o objetivo deste trabalho não é aprofundar nas questões socioeconômicas que possam ser inerentes à marca coletiva, mas sim, apresentar suas características diferenciando-a da indicação geográfica de procedência para que seja indicada as vantagens e desvantagens de cada uma na identificação de serviços coletivos na área tecnológica. Isso para que, o sinal distintivo possa fazer parte da estratégia de fortalecimento e aumento da visibilidade do negócio, mas de forma alguma, o registro de sinais tende a ser a própria estratégia de crescimento de qualquer negócio. Todavia, reitera-se ser tal registro um aliado da estratégia de crescimento.

Feita essa ressalva, observa-se que a “marca coletiva tem a mesma função primária no plano jurídico que as marcas de produtos e serviços, ou seja, distinguir no mercado produtos e serviços indicando sua correta origem empresarial” (PORTO, 2011, p. 123). Isto é, não há tratamento jurídico diferenciado para a marca coletiva, a Lei da Propriedade Industrial se limita a proteger os direitos de titularidade e exclusividade dessas marcas.

Portanto, as marcas coletivas não significam qualidade, nem certificam características de um produto ou serviço. Para isso a lei prevê a marca de certificação, que não será abordada neste trabalho. Não obstante, marcas coletivas identificam produtos advindos de uma coletividade, de onde presume-se uma organização conjunta, que “em termos práticos, possa suscitar uma

impressão positiva, até pela ideia de qualidade que a rodeie junto dos consumidores” (CARVALHO, 2008, p.222).

Ainda, para Patrícia Porto, a exigência do mercado de que determinada coletividade produza bens e serviços de qualidade é uma consequência da atividade:

As marcas de certificação, através de sua obrigação legal de atestar e assegurar qualidade, e a marca coletiva, através da consequente exigência do mercado de que os produtos daquela coletividade sejam de qualidade, podem ser utilizadas como instrumento de publicidade para os produtos ou serviços produzidos ou prestados pelas empresas nacionais (PORTO, 2010, p. 12).

Assim, é possível concluir que as marcas coletivas não são sinônimos de qualidade ou características de um produto, mas que sua justificativa de registro encontra respaldo em comunicar ao mercado as vantagens em se adquirir produtos ou serviços de determinada entidade.

2.3.2 Contexto histórico e atual das marcas coletivas

No contexto brasileiro, a marca coletiva foi tipificada por meio da atual LPI (BRASIL, 1996). Todavia, mas sabe-se que esse tipo de marca nasceu com advento do comércio nas antigas corporações de ofício e talvez seja as mesmas os primeiros sinais de identificação do comércio.

A preocupação com a qualidade dos bens produzidos e vendidos pelos membros de determinada corporação era grande e constante. O nome e a reputação de toda a corporação estavam em jogo, pois a marca utilizada por todos os produtores pertencia à corporação e à representava. Aos produtores era vedado o uso de marcas individuais. Todas as corporações tinham regulamentos pelos quais determinavam os requisitos e os padrões para a produção e venda dos bens por ela controlados (PORTO, 2011, p. 9).

Dessa forma, a identificação da proveniência de determinada mercadoria, no tocante à sua corporação foi, entre os séculos XIV e XVI, mais importantes que a identificação do próprio

produtor e reforça que o intuito das marcas coletivas, por ocasião dos períodos citados, estava relacionado, de alguma forma, com a questão de qualidade.

A questão da qualidade e necessidade de indicação da origem também foi observada por Astrid Ângulo. Segundo ela, a “marca medieval corresponde a uma Marca Coletiva obrigatória, com a função de garantir a qualidade da corporação da qual o produto provinha e que acompanhava a marca individual do artesão, em interesse da corporação como um todo” (ÂNGULO, 2006. p. 35).

A marca coletiva é, portanto, um instituto que nasceu juntamente com o comércio, dada a necessidade de se identificar a corporação de onde determinada mercadoria foi produzida e do aprimoramento e acirramento das atividades comerciais, surgiu a necessidade de que o governo interviesse e criasse leis para proteger a identificação destas atividades, visando evitar a falsas indicações de origem.

No âmbito internacional a CUP, inseriu a proteção das marcas coletivas na revisão de HAIA, em 1925, mantendo o texto na revisão de Estocolmo em 1967 e acrescentando a questão da proteção independente da previsão de registro no país:

Art. 7º bis – Haia

Os países contratantes comprometem -se a admitir ao depósito e a proteger as marcas pertencentes a coletividades cuja existência não for contraria à lei do país de origem, ainda quando essas coletividades não possuírem um estabelecimento industrial ou comercial.

Entretanto, cada país será o juiz das condições particulares mediante as quais uma coletividade poderá ser admitida a reclamar a proteção para as suas marcas (CUP, 1925).

Art. 7º bis – Estocolmo

Cada país será juiz das condições particulares em que a marca coletiva será protegida e poderá recusar a proteção se essa marca for contrária ao interesse público.

Entretanto a proteção dessas marcas não poderá ser recusada a qualquer coletividade cuja existência não contraria a lei do país de origem, em virtude de

não se achar estabelecida no país onde a proteção é requerida ou de não se ter constituído nos termos da legislação desse país (CUP, 1967).

Assim, apesar dos artigos da CUP demonstrarem uma preocupação de proteção com essa espécie de marcas não há uma conceituação que possa definir a marca coletiva e tampouco a exigência de uma entidade formalizada, conforme exige a LPI (BRASIL, 1996)⁶⁴.

Conforme mencionado, a figura da proteção das marcas coletivas surgiram no Brasil no ano de 1996, com a atual legislação, a seguir, apresenta-se os artigos que tratam especificamente desta espécie de marcas.

A marca coletiva está conceituada no artigo 123 da LPI (BRASIL, 1996), como aquela que identifica produtos ou serviços que provem de determinada entidade:

Art. 123. Para os efeitos desta Lei, considera-se:

III - marca coletiva: aquela usada para identificar produtos ou serviços provindos de membros de uma determinada entidade (BRASIL, 1996).

O artigo 124 da LPI (BRASIL, 1996), dedica-se a estabelecer o que não pode ser registrado como marca, isso em vinte três incisos distintos. O inciso XII do citado artigo estabelece que não pode ser registrado como marca reprodução ou imitação de marca coletiva e, cumulado com o artigo 154 da mesma lei, acrescenta-se a exigência de que deve se passar cinco anos após a extinção de uma marca coletiva para que mesma possa ser registrada como marca por terceiros. Exigência que não acontece com as marcas de produto e serviço.

Art. 124. Não são registráveis como marca:

XII - reprodução ou imitação de sinal que tenha sido registrado como marca coletiva ou de certificação por terceiro, observado o disposto no art. 154;

Art. 154. A marca coletiva e a de certificação que já tenham sido usadas e cujos registros tenham sido extintos não poderão ser registradas em nome de terceiro,

⁶⁴ Lei 9.279/96: Art. 128. Podem requerer registro de marca as pessoas físicas ou jurídicas de direito público ou de direito privado.

§ 2º O registro de marca coletiva só poderá ser requerido por **pessoa jurídica** representativa de coletividade, a qual poderá exercer atividade distinta da de seus membros (BRASIL, 1996).

antes de expirado o prazo de 5 (cinco) anos, contados da extinção do registro (BRASIL, 1996).

Assim, observa-se que é um tratamento especial dedicado às marcas coletivas, bem como as de certificação, tendo em vista a proteção do consumidor em relação à estipulação de um prazo para que o consumidor desassocie das marcas concedidas como coletivas e certificações as possíveis futuras marcas de produtos e serviços, nas palavras do Instituto Dannemann:

Tanto a marca coletiva quanto a de certificação tem como função identificar um grupo, no primeiro caso, ou garantir institucionalmente determinadas características do produto ou serviço correspondente, protegendo o consumidor, no segundo caso. Dentro destas condições, é natural que, logo após a extinção do registro, os consumidores ainda associem o referido sinal com aquelas entidades. Natural, portanto, fixar-se um prazo de desassociação, dentro do qual não se permitirá a reapropriação por terceiros, como medida de proteção dos consumidores, pois, de outro modo, poderiam eles incorrem em erro, atribuindo ao novo requerente as qualidades associadas à entidade titular IDS, 2005, p. 306.

Já o artigo 128 da LPI (BRASIL, 1996) determina que marcas coletivas só podem ser requeridas por pessoas jurídicas. Esta exigência não está impostas para as marcas de serviços, produtos e de certificação:

Art. 128. Podem requerer registro de marca as pessoas físicas ou jurídicas de direito público ou de direito privado.

§ 2º O registro de marca coletiva só poderá ser requerido por pessoa jurídica representativa de coletividade, a qual poderá exercer atividade distinta da de seus membros (BRASIL, 1996).

Sendo que esta pessoa jurídica tem que ser representante da coletividade, exigindo-se que a natureza jurídica do requerente seja associação, sindicado, cooperativa, dentre outros. Todavia não é necessário que a requerente/representante exerça a mesma atividade de seus representados, mas que lhe seja compatível, conforme exposto no Manual de Marcas (2017) editado pelo INPI:

Os requerentes de pedidos de registro de marca coletiva podem exercer atividade distinta daquela exercida por seus membros, porém compatível, e

devem requerer os respectivos pedidos para assinalar os produtos ou serviços provindos dos membros da coletividade, conforme disposto no art. 128, § 2º, da LPI. Vale lembrar que só pode requerer marca coletiva a entidade que representar uma coletividade (associação, cooperativa, sindicato, federação, confederação, consórcio, entre outras) (INPI, 2017)

Além da exigência sobre a titularidade da marca coletiva, a lei determina a necessidade de um regulamento de utilização, sob pena de arquivamento do pedido.

Art. 147. O pedido de registro de marca coletiva conterá regulamento de utilização, dispondo sobre condições e proibições de uso da marca.

Parágrafo único. O regulamento de utilização, quando não acompanhar o pedido, deverá ser protocolizado no prazo de 60 (sessenta) dias do depósito, sob pena de arquivamento definitivo do pedido (BRASIL, 1996).

Os artigos 151, 152 e 153 da LPI (BRASIL, 1996) dedicam-se a tratar de causa de extinção do registro, como renúncia, encerramento da entidade, descumprimento do regulamento de uso e caducidade, sempre observando questões que de interesse da coletividade em detimentos de interesses individuais. Conforme exposto a seguir.

Art. 151. Além das causas de extinção estabelecidas no art. 142, o registro da marca coletiva e de certificação extingue-se quando:

I - a entidade deixar de existir; ou

II - a marca for utilizada em condições outras que não aquelas previstas no regulamento de utilização.

Art. 152. Só será admitida a renúncia ao registro de marca coletiva quando requerida nos termos do contrato social ou estatuto da própria entidade, ou, ainda, conforme o regulamento de utilização.

Art. 153. A caducidade do registro será declarada se a marca coletiva não for usada por mais de uma pessoa autorizada, observado o disposto nos arts. 143 a 146 (BRASIL, 1996).

Já o artigo 196 da LPI (BRASIL, 1996), localizado no Título V da lei (Dos Crimes Contra a Propriedade Industrial) aumenta a pena do crime cometido contra a marca coletiva, dando mais relevância ao crime cometido por esse tipo de marca.

Art. 196. As penas de detenção previstas nos Capítulos I, II e III deste Título serão aumentadas de um terço à metade se:

II - a marca alterada, reproduzida ou imitada for de alto renome, notoriamente conhecida, de certificação ou coletiva (BRASIL, 1996).

Como visto, a LPI (BRASIL, 1996) estabelece questões que vão desde a conceituação da marca coletiva, passando por algumas formalidades do registro, causas de extinção até previsões criminais contra a marca. Logo, é possível concluir que a marca coletiva é uma inovação da lei atual, que fez surgir o direito de propriedade sobre este tipo de marca, estabelecendo regras para a sua existência e prevendo meios de penalizar ao uso indevido, visando reprimi-lo. Possivelmente, porque o legislador visualizou a necessidade e a vantagem de se proteger a marcas coletivas, incentivando o registro e o uso da mesma como estratégia comercial.

Nesta perspectiva, o próximo item apresenta dados estatísticos do INPI quanto ao registro e solicitações das marcas coletivas.

2.3.2.1 Dados estatísticos da Marca Coletiva no INPI

Os dados apresentados a seguir foram retirados do banco de dados do INPI por meio de pesquisa própria em 07 de julho de 2019, disponibilizada na página do INPI no link https://gru.inpi.gov.br/pePI/jsp/marcas/Pesquisa_classe_avancada.jsp.

Em um busca pela natureza “marca coletiva”, considerando todos os pedidos de registro, arquivados, extintos e em vigor, foram encontrados 9.934 processos. Porém quando a busca

seleciona apenas os pedidos “vivos”⁶⁵ sejam eles registros, os pedidos de registro em andamento, o número cai para 500 processos.

O gráfico abaixo apresenta o total de pedidos, registros concedidos e processos com exame em andamento.

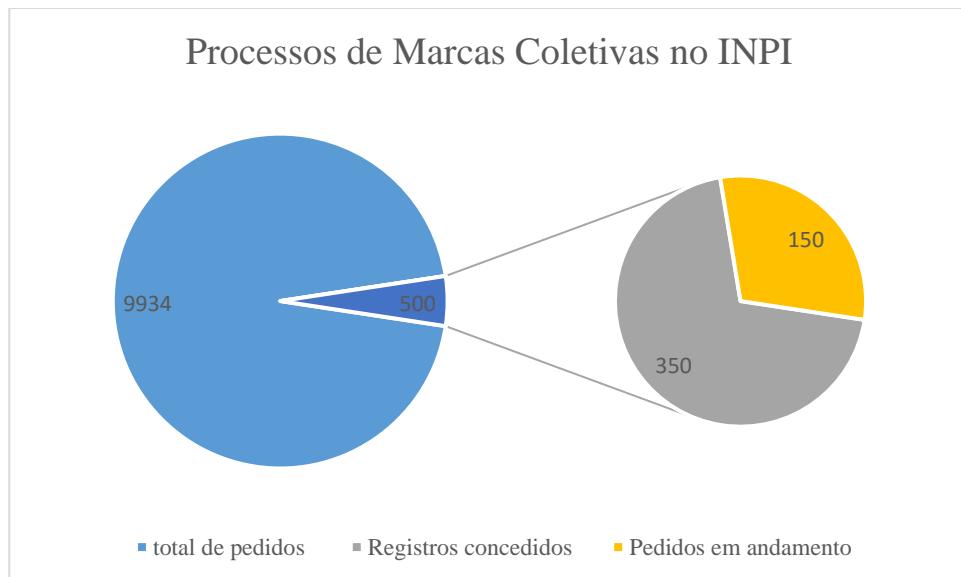


Gráfico 1: Processos de Marcas Coletivas no INPI. Fonte: Banco de Dados do INPI – Elaboração própria.

Portanto, apesar de um número grande de depósito junto ao INPI, pouco mais de 5% dos pedidos estão em vigência ou aguardando exame. Segundo a apresentação da Oficina de Indicação Geográfica e Marcas Coletivas ministrada pelo INPI, os principais problemas que acarretam no baixo número de registros de marcas coletivas derivam da incidência do que está apresentado no quadro seguir:

⁶⁵ Pedidos “vivos” trata-se do conjunto de pedidos que aguardam uma decisão do INPI, somados aos pedidos já concedidos, ou seja, excluem-se apenas os pedidos arquivados e os extintos.

Ausência do Regulamento de Utilização;
Regulamento de Utilização Incompleto;
Entidade não é representativa de Coletividade;
Produtos ou serviços que são fabricados ou prestados peça entidade e não pelos membros.

Quadro 12: Principais problemas encontrados nos pedidos de registro de marca coletiva no INPI. Fonte: INPI, 2019 – Elaboração própria

Dos 500 processos “vivos” de marca coletiva, 150 aguardam a decisão definitiva, existindo, portanto, 350 marcas coletivas no INPI, sendo que 69 pertencem à empresas não residentes. Logo, há 281 marcas coletivas registradas no país.

O gráfico abaixo apresenta a evolução dos pedidos a cada ano. Conforme se observa do mesmo, no ano 1996, no qual se deu o início da existência legal das marcas coletivas, houve um pedido de registro. Entretanto essa quantidade foi evoluindo ao longo dos anos, passando por um aumento significativo nos anos de 2017 e 2018.

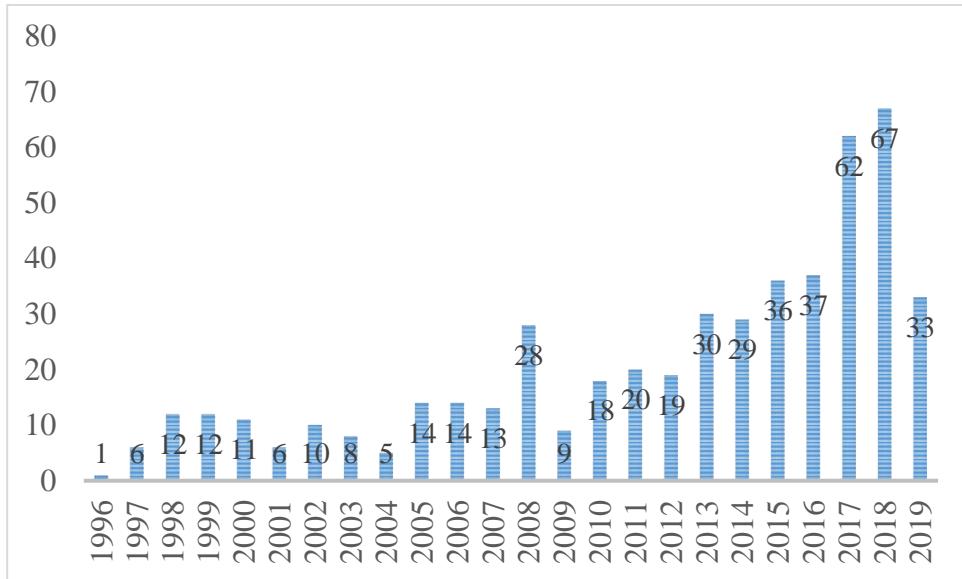


Gráfico 2: Número de pedidos de registro de marca coletiva por ano no INPI. Fonte: Banco de Dados do INPI – Elaboração própria.

Destarte, é possível concluir que a marca coletiva vem se disseminando ao longo dos anos, ampliando a quantidade de registros a cada ano. O que se espera é que, com a criação de um regulamento de utilização e com a organização dos produtores e/ou prestadores de serviços, haja redução nos custos de registro, agregação de valor nos produtos identificados, bem como a facilitação do acesso ao mercado. Com o acirramento da concorrência e da necessidade cada vez maior de diferenciação no mercado, a probabilidade é que o uso das marcas coletivas cresça simultaneamente com essa organização de mercado.

Contudo, os dados também demonstram que o procedimento ainda é desconhecido pela grande maioria dos usuários, haja vista um número tão vultuoso de processos negados pelo INPI. São quase 95% dos processos, que conforme demonstrado, em sua maior parte apresenta problemas que acarretam no arquivamento ou no indeferimento, muitas vezes resultantes da má compreensão do que seja o regulamento de utilização da marca coletiva.

O próximo item trata de algumas formalidades do procedimento de registro da marca coletiva no INPI.

2.3.3 Formalidades do registro e Instrução Normativa n.º 19/2013 do INPI

Conforme exposto, a maior parte dos pedidos de registros de marcas coletivas foram arquivados em função das exigências referentes ao regulamento de utilização da marca, documento necessário ao depósito do pedido, consoante exposto no artigo 147 da LPI (BRASIL, 1996).

Em vista disto, no ano de 2013 o INPI publicou a Instrução Normativa (IN) n.º 19, com o objetivo de “padronizar as orientações ao usuário quanto à apresentação e exame do regulamento de utilização referente às marcas coletivas” (INPI, 2013).

A IN 19/2013 estabelece em seu artigo 3º o conteúdo necessário a ser apresentado no regulamento de utilização, trazendo inclusive, um anexo como modelo daquilo que pode ser utilizado pelo requerente:

Art. 3º O regulamento de utilização, cujo modelo, de uso facultativo, está contido no Anexo I desta Instrução Normativa, deverá conter:

- a) descrição da pessoa jurídica requerente, indicando sua qualificação, objeto social, endereço e pessoas físicas ou jurídicas autorizadas a representá-la;
- b) condições para eventual desistência do pedido de registro ou renúncia, parcial ou total, do registro da marca;
- c) requisitos necessários para a afiliação à entidade coletiva e para que as pessoas, físicas ou jurídicas, associadas ou ligadas à pessoa jurídica requerente, estejam autorizadas a utilizar a marca em exame;
- d) condições de utilização da marca, incluindo a forma de apresentação e demais aspectos referentes ao produto ou serviço a ser assinalado;
- e) eventuais sanções aplicáveis no caso de uso inapropriado da marca.

Parágrafo único. Além dos elementos mencionados nos itens acima, o regulamento poderá ser acrescido de quaisquer outros elementos que o requerente da marca coletiva julgar pertinente (INPI, 2013).

Conforme expresso no citado artigo, o regulamento de utilização exige, como elementos formais a descrição da pessoa jurídica requerente, além da lista de pessoas e empresas autorizadas à representá-las, condições de renúncia do registro, requisitos necessários para afiliação à entidade coletiva. Ademais, é necessário que o requerente apresente as condições de utilização

da marca e aspectos referentes ao produto ou serviço a ser identificado. Além de penalidades e sanções de uso indevido.

O artigo 147 da LPI (Brasil, 1996) também dispõe sobre a necessidade de esclarecer sobre as condições e proibições de uso da marca. Fato que não foi observado pela maioria dos pedidos de registros.

Quanto às condições de utilização, entende-se como, onde e por quem deve ser utilizada a marca. Já as proibições dizem respeito ao que não pode ser feito com a marca pertencente à coletividade. Assim, o regulamento de utilização estabelece regras para que o uso seja uniforme e padronizado por todos os membros da coletividade.

2.4 INDICAÇÃO GEOGRÁFICA

2.4.1 Conceito e justificativa da Indicação Geográfica

O registro de indicação geográfica trata-se de uma declaração. Diferentemente da marca, onde o direito nasce com o registro, na indicação geográfica o direito de propriedade é apenas um reconhecimento (BARBOSA, 2003). Isto porque, o registro só é concedido para uma região geográfica que, ou se tornou conhecida pela fabricação de determinado produto ou prestação serviço (IP) ou que as características da região geográfica, sejam estas naturais ou humanas, são determinantes para a concepção da qualidade de um produto ou serviço. E essa proteção jurídica importa no desenvolvimento econômico da região, pois visa evitar falsas indicações de origem, facilitando o acesso dos legitimados ao mercado.

Destarte, a justificativa da indicação geográfica implica em uma série de fatores que permeiam desde motivos geográficos, culturais, econômicos, históricos e jurídicos, que juntos compreendem o contido na ideia de indicação geográfica. Dispostas estas considerações iniciais, assim, este item pretende apresentar a conceituação do instituto da indicação geográfica, a definição dada pela legislação brasileira, bem como a possível contribuição que uma indicação geográfica pode promover para o desenvolvimento econômico de uma região.

O conceito elaborado por Dupim (2015), relaciona as características fundamentais da indicação geográfica, que se trata de um sinal distintivo, que identifica a origem de um produto ou serviço, pertencente a uma coletividade, tendo em vista os atributos do local, sejam eles a razão das próprias características do produto ou a reputação e tradição daquela coletividade. Pode-se considerar que o reconhecimento de tal sinal propõem-se a gerar benefícios aos titulares, por se tratar de uma constatação das qualidades, humanas e geográficas, que só se estabelece ao longo do tempo.

As indicações geográficas, no conceito mais amplo da propriedade intelectual, se apresentam como um sinal distintivo de cunho coletivo que tem como objetivo identificar a origem dos produtos ou serviços, incorporando a estes, ativos imateriais do espaço geográfico como reputação e características distintivas que podem ser atribuídas ao seu local de origem. Em geral beneficiam as comunidades locais de produtores e prestadores de serviços que ao longo do tempo desenvolveram processos e saberes, aliados às especificidades do meio geográfico, sendo considerado um bem coletivo (DUPIM, 2015, p.34).

A legislação brasileira, conforme já exposto, divide a indicação geográfica, entre duas espécies, indicação de procedência (IP) e denominação de origem (DO). Os artigos 177 e 178 da LPI Brasil (1996) expõem define as diferenças entre eles:

Art. 176. Constitui indicação geográfica a indicação de procedência ou a denominação de origem.

Art. 177. Considera-se indicação de procedência o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço.

Art. 178. Considera-se denominação de origem o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusivamente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos (BRASIL, 1996).

As indicações de procedência não guardam, portanto, relação com as características físicas do meio geográfico, mas o registro se justifica pela reputação construída ao longo do tempo, reputação esta que extrapola os limites da região, também entendida como fama oriunda da atividade econômica.

Para Denis Borges Barbosa, a fama trata-se de um requisito objetivo que nasce do conhecimento do local:

(...) o requisito é objetivo, não subjetivado, atribuído a um local e não a determinadas pessoas. Assim, o direito nasce do conhecimento do local como origem da atividade econômica, e não do registro, ainda que este possa ser requisito quanto aos efeitos das indicações na via administrativa (por exemplo, para impedirem, *ex officio*, registro de marcas) BARBOSA, 2003, p. 712).

Alguns autores consideram a indicação de procedência mais simplificada, por não demandar a existência de características que vinculem o produto à região, mas somente a reputação angariada pela coletividade:

A indicação de procedência é a espécie de IG de proteção mais simples, pois não há qualquer controle de qualidade do produto, mas apenas a indicação de que o produto vem de uma região determinada e que aquela região é conhecida por isso (PORTO, 2011, p. 154).

Assim, no conceito legal da indicação de procedência, não há qualquer exigência relacionada à qualidade ou característica do produto vinculado ao meio geográfico de origem,

bastando que esse se torne reconhecido em sua relação com a localidade no qual é produzido (LOCATELLI e SOUZA, 2016, p. 4).

A denominação de origem, por sua vez, não demanda a existência de fama ou de reputação, mas sim que os meios naturais geográficos sejam responsáveis pelas características dos produtos ou dos serviços provindos do local.

Há aqui a exigência de um vínculo mais objetivo como meio geográfico de origem, qual seja, a comprovação de uma característica ou qualidade vinculada a esse. São produtos diferenciados, ou até mesmo, únicos, que se distinguem dos demais pela origem geográfica e um vínculo comprovado com este meio, incluídos fatores naturais e humanos. (LOCATELLI e SOUZA, 2016, p. 5).

Logo, as denominações de origem protegem o nome geográfico que se torna reconhecido em função de seu produto ou serviço apresentar qualidades ou características derivadas do meio geográfico. Faz-se mister que haja influência direta dos fatores naturais mais variados (solo, geologia, insolação, clima, etc.), bem como dos fatores humanos (cultura, notório saber relativo à técnicas de preparo e/ou manufatura típicas, entre outros) (D'HANENS, 2007, p. 166).

Essa relação com o território, seja a mesma derivada da reputação, seja derivada do meio geográfico, justifica a proteção jurídica da indicação geográfica, tendo em vista tal proteção buscar garantir que os demais agentes econômicos terão a identificação assegurada no mercado, tendo um instrumento legal contra falsas indicações de origem:

(...) as indicações geográficas como ativo da propriedade intelectual vinculam em sua proteção produtos e/ou serviços com atributos genuínos a da região produtora de origem, seja por questões ambientais (solo, clima, geografia), seja pelos saberes tradicionais perpetuados ao longo dos tempos por determinada cultura (ÁVILA, p. 154).

Dessa forma, indicação geográfica é um instituto diferenciado de propriedade intelectual, pois, precedem o registro uma série de fatores que se tornam requisitos para o seu reconhecimento e sua concessão.

Para Porto, mesmo nas indicações de procedência, a questão da qualidade naturalmente deve estar presente:

(...) apesar da indicação de procedência não ter por força de lei maiores requisitos para seu reconhecimento, mercadologicamente acaba existindo uma exigência mínima de qualidade nos produtos ou serviços produzidos ou prestados nas regiões. Este requisito não é uma imposição jurídica e sim do mercado consumidor, pois sem isso o conhecimento não seria propagado, pois os consumidores não comprariam os produtos ou não iriam até uma determinada cidade atrás de um serviço (PORTO, 2011, p. 155).

O registro da indicação geográfica consequentemente deve consolidar e valorizar os atributos de determinada região. Essa espécie de ativo intensifica os saberes históricos, processos produtivos artesanais, promovem a valorização da população produtora, bem como fortalece a confiabilidade do produto adquirido pelo consumidor (ÁVILA, 2014, p. 154).

Liliana Locatelli também defende a indicação geográfica como valorização do produto ou serviço no mercado:

(...) o reconhecimento de indicações geográficas pode significar uma melhor aceitação dos produtos ou serviços pelo consumidor, valorizando-os no mercado de consumo. Esta preferência do consumidor permitirá a expansão da produção e comercialização, incrementando a economia e a renda nas regiões demarcadas. Ademais, considerando a titularidade coletiva dos direitos inerentes às indicações geográficas, bem como o aumento das oportunidades econômicas na respectiva região, destaca-se que os benefícios econômicos advindos deste processo tendem a beneficiar a toda a coletividade (LOCATELLI, 2008, p.18)

Portanto, conforme exposto é possível concluir que a indicação geográfica é um instrumento de propriedade intelectual, cujo registro tem natureza declaratória, ou seja, há uma

construção histórica que precede o registro, e tem o objetivo de reconhecer o saber fazer de determinado local, o que por consequência, tende a valorizar o produto ou serviço deste local. O próximo item apresenta o contexto histórico e atual da indicação geográfica no Brasil.

2.4.2 Contexto histórico e atual das Indicações Geográficas

Consoante exposto, a indicação geográfica, conforme se apreende da própria expressão, é o instrumento de propriedade intelectual que visa reconhecer a origem geográfica de um produto ou serviço. Porém, para que exista razão em proteger e vincular um nome geográfico a um produto ou a um serviço, faz-se necessário que os mesmos apresentem características específicas relacionadas ao fator humano ou geográfico de um determinado local.

Com origem na Europa (MAPA, 2014)⁶⁶, a indicação geográfica adveio da necessidade de se identificar a origem dos produtos essencialmente agrícolas, protegendo contra falsas indicações de procedência. Porém, a maior parte das legislações dos países europeus, assim como a da maioria dos países, não prevê o uso deste instrumento para identificar serviços⁶⁷⁶⁸, tampouco, serviços de origem tecnológica, já que suas raízes e o intuito europeu atual é proteger produtos vinculados ou ao conhecimento tradicional ou às questões geográficas como solo, vento, clima entre outros.

⁶⁶ Segundo o MAPA (2014), p.35), a primeira intervenção estatal para proteção de nome geográfico vinculado as características do produto foi o Vinho do Porto em Portugal por Marquês de Pombal.

⁶⁷ Segundo UNCTAD (2003, p.17), as legislações de Liechtenstein, Peru e Suíça preveem o uso de indicações geográficas para serviços.

⁶⁸ O'CONNOR (20_____, p. 1), cita, como exemplo, Azerbaijão, Bahrein, Croácia, Jamaica, em Saint Lucia e Cingapura como nações que preveem a indicação geográfica para serviços.

Contudo, ao contrário dos demais países, a legislação brasileira permite o reconhecimento de Indicações Geográficas para identificar serviços, desde que cumpra os requisitos legais previamente estabelecidos.

A indicação geográfica que se conhece hoje é a materialização legal da necessidade de identificar a origem de um produto ou serviço, vinculando essa origem geográfica às características intrínsecas de um produto ou serviço, especificamente, no caso da denominação de origem.

Apesar da primeira introversão de um governante ter ocorrido na Europa, com o caso específico da produção do Vinho do Porto, conforme já mencionado em nota de rodapé, o MAPA (2014) explica que, mesmo em textos bíblicos, é possível identificar o uso de sinais distintivos indicando a origem de um produto na Ásia Ocidental.

O intuito da primeira introversão realizada por Marquês de Pombal era coibir as falsas utilizações da denominação “do Porto”, dada a notoriedade da qualidade daquele vinho fabricado na região do Porto em Portugal (MAPA, 2014, p. 36).

Porém, é importante notar que já em 1756, ano do ato de Marquês de Pombal, a indicação geográfica não foi apenas decretada como propriedade dos fabricantes da região do Porto, mas, apresentando semelhanças com a formalidade do registro de hoje, ele “mandou fazer a delimitação da área de produção – não era possível proteger a origem do produto sem conhecer sua exata área de produção” (MAPA, 2014, p. 35). E tratou de averiguar as características do produto a ser registrado. “Como também não era possível proteger um produto sem descrevê-lo com exatidão, mandou estudar, definir e fixar as características do Vinho do Porto e suas regras de produção” (MAPA, 2014, p. 35). Só após tais medidas, pode-se falar na concessão da proteção.

Posteriormente a isso, outras legislações nacionais das nações produtoras de produtos com características devida aos meios geográficos, foram criadas com a finalidade de proteger a o nome da região da qual os produtos eram provenientes.

No século XIX com a intensificação das trocas comerciais, impulsionada pelo liberalismo econômico e pelo livre comércio, começaram a gerar conflitos relacionados com a proteção de direitos relacionados a bens intangíveis, dentre eles as indicações geográficas (BRUCH e KRETSCHMANN, 2014). As legislações internas não eram suficientes para coibir usos indevidos de sinais distintivos de procedência geográfica, sendo necessário a construção de acordo entre nações.

Foram firmados portanto, Acordos bilaterais e multilaterais⁶⁹, para regulação da matéria, segundo Liliana Locatelli (2008) estes os Acordos bilaterais têm se proliferado perante à União Europeia e garantem uma proteção mais rígida entre as duas partes, que reconhecem reciprocamente a proteção de seus produtos.

Contudo, Acordos multilaterais também foram necessários para regulamentar as indicações geográficas de forma mais harmônica entre as nações, estabelecendo alguns parâmetros mínimos.

Os Acordos mais significativos que abordaram a proteção das indicações geográficas foram a Convenção da União de Paris, o Acordo de Madri e o Acordo de Lisboa. Posteriormente, já no final do século XX, e no âmbito da expansão do comércio internacional derivado da globalização dos mercados, foi acordo entre as nações o TRIPS que também trata da matéria das indicações geográficas, conforme se apresenta brevemente a seguir.

⁶⁹ Acordo bilateral é um acordo entre dois Estados, visando à reciprocidade entre ambas as partes. Enquanto que tratado multilateral é firmado entre três ou mais países.

A CUP, primeira Convenção mundial sobre a matéria de propriedade industrial, após duas revisões, sendo a última em 1967 em Estocolmo, expressa que:

Art. 10º (1)

As disposições do artigo precedente serão aplicáveis em caso de utilização direta ou indireta de uma falsa indicação relativa à procedência do produto ou à identidade do produtor, fabricante ou comerciante.

Art. 10º (2)

Será, em qualquer caso reconhecido como parte interessada, quer seja pessoa física ou jurídica, o produtor, fabricante ou comerciante empenhado na produção, fabricação ou comércio desse produto e estabelecido quer na localidade falsamente indicada como lugar de procedência, quer na região em que essa localidade estiver situada, quer no país falsamente indicado ou no país em que se fizer uso da falsa indicação de procedência (CUP, 1967).

Sendo assim, a citada Convenção não trata de definir, as condições de registro de indicações geográficas, mas, sim de proibir o uso de falsas indicações de procedência. Tratando assim, superficialmente da questão, e segundo Liliana Locatelli, mais voltada em proteger o consumidor do que privilegiar o produtor:

A proteção conferida pela Convenção da União de Paris não é rígida e prioriza os interesses do consumidor, além de deixar de regulamentar algumas questões importantes como a hipótese de conflitos entre marcas e indicações geográficas, entre outras. Não obstante a Convenção tenha sido objeto de várias revisões, em nenhuma destas tutela das indicações geográficas foi efetivamente ampliada (LOCATELLI, 2008, p. 77).

Já o Acordo de Madri (1891) prevê a apreensão de mercadorias que violem falsas indicações de procedência, mas também não define e não trata de registros de indicações geográficas:

Qualquer produto que contenha uma falsa indicação pela qual um dos países a que se aplica o presente Acordo, ou um lugar situado em qualquer deles, seja direta ou indiretamente indicado como país ou lugar de origem será apreendido no ato da importação em cada um dos ditos países (ACORDO DE MADRI, 1891).

O Acordo de Lisboa, por sua vez, é um acordo específico de Indicações Geográficas, que visa, inclusive o registro internacional entre os países contratantes, conforme abaixo:

ARTIGO 2.^º

- 1) Entende-se por denominação de origem, no sentido do presente Acordo, a denominação geográfica de um país, região ou localidade que serve para designar um produto dele originário cuja qualidade ou caracteres são devidos exclusiva ou essencialmente no meio geográfico, incluindo os factores naturais e os factores humanos.
- 2) O país de origem é aquele cujo nome, ou no qual está situada a região ou localidade cujo nome constitui a denominação de origem que deu ao produto a sua notoriedade (PORTUGAL,1996).

Contudo, o Brasil não ratificou o citado acordo, assim como a maior parte dos países, Porto explica as razões da modesta aderência:

Pelo fato de o acordo limitar-se às proteção das DO, não prevendo proteção às IP, e em razão de a proteção às DO ser neste acordo mais robusta e abrangente do que é dada por outros acordos internacionais que regulam a matéria, como o TRIPS, tornando seus efeitos práticos reduzidos, ele teve um pequeno número de adeptos, apenas 17 (PORTO (2011, p. 159).

O quarto Acordo citado que trata da indicação geográfica é o TRIPS. Este, conforme exposto no início deste capítulo, determina regras para harmonizar o comércio internacional e tem uma seção dedicada às Indicações Geográficas, na qual encontra-se o seguinte trecho

ARTIGO 22

Proteção das Indicações Geográficas

1. Indicações Geográficas são, para os efeitos deste Acordo, indicações que identifiquem um produto como originário do território de um Membro, ou região ou localidade deste território, quando determinada qualidade, reputação ou outra característica do produto seja essencialmente atribuída à sua origem geográfica.
2. Com relação às indicações geográficas, os Membros estabelecerão os meios legais para que as partes interessadas possam impedir:
 - a) a utilização de qualquer meio que, na designação ou apresentação do produto, indique ou sugira que o produto em questão provém de uma área geográfica distinta do verdadeiro lugar de origem, de uma maneira que conduza o público a erro quanto à origem geográfica do produto;
 - b) qualquer uso que constitua um ato de concorrência desleal, no sentido do disposto no artigo 10bis da Convenção de Paris(1967).
3. Um Membro recusará ou invalidará, ex officio, se sua legislação assim o permitir, ou a pedido de uma parte interessada o registro de uma marca que

contenha ou consista em indicação geográfica relativa a bens não originários do território indicado, se o uso da indicação na marca para esses bens for de natureza a induzir o público a erro quanto ao verdadeiro lugar de origem.

4. As disposições dos parágrafos 1, 2 e 3 serão aplicadas a uma indicação geográfica que, embora literalmente verdadeira no que se refere ao território, região ou localidade da qual o produto se origina, dê ao público a falsa ideia de que esses bens se originam em outro território (BRASIL, 1994).

Nota-se que a busca por uma proteção intensificada da indicação geográfica formou-se no contexto do comércio internacional, tornando-se necessário que a região produtora tivesse o nome da origem do produto resguardada, evitando falsas indicações de procedência. Consequentemente, sendo o TRIPS um acordo com regras para o comércio internacional, se fazia importante uma dedicação do texto legal do mesmo ao assunto.

O TRIPS, no entanto, definiu de forma generalizada o que seria indicação geográfica, cada país ficou incumbido da criar seu regramento próprio e de tomar medidas necessárias para a proteção às indicações geográficas. Segundo LOCATELLI (2008) o texto do Acordo foi objeto de inúmeras negociações e acabou sendo influenciado por várias propostas nacionais.

Para Porto (2011), o TRIPS foi um avanço pois previu a indicação geográfica como um objeto de direito:

Apesar de muitas críticas no que se refere à proteção das IG, TRIPS é avanço considerável, pois prevê a proteção para o instituto em si, como objeto de proteção de direitos de propriedade industrial e não somente contra a repressão das falsas IG e contra a utilização indevida de uma IG no tocante à concorrência desleal (PORTO, 2011, p. 160).

Especificamente para o caso brasileiro que, conforme exposto, permite o registro de indicação geográfica para a proteção de serviços, o fato do TRIPS ter atribuído a cada membro a tarefa de estabelecer meios legais para proteção das indicações geográficas, acabou propiciando a autonomia para a permissão desta modalidade de registro, pois o Acordo, apesar de não prever, não o proibiu.

Quanto à questão dos serviços parece não haver como suprir a omissão do TRIPs, considerando que o termos deste Acordo não abrangem a possibilidade de proteção às indicações relacionadas a serviços. Por outro lado, o fato de não haver referência expressa aos fatores humanos, não parece excluir estes da proteção TRIPs. Tal afirmação se fundamenta no fato de que é possível proteger uma indicação geográfica, nos termos do TRIPs, quando estes possuir uma característica qualquer atribuível ao meio geográfico (LOCATELLI 2008 p. 87).

A questão dos serviços serem passíveis de estarem contemplados com um registro como indicação geográfica ainda não está pacificada. No entanto, a legislação brasileira permite o registro, conforme será demonstrado no próximo item, no qual serão apresentados os pedidos de registros indeferidos e em andamento de indicações geográficas de serviços.

Atualmente, no contexto brasileiro, observa-se que há uma movimentação em prol da divulgação e da mobilização das indicações geográficas por parte do INPI. Em consulta no portal do Instituto (<http://www.inpi.gov.br>)⁷⁰ é possível encontrar várias notícias, eventos e discussões sobre o assunto.

Relacionado à atuação do Instituto voltada à indicação geográfica, destaca-se:

- A instituição de um grupo de trabalho para a elaboração do primeiro Manual de Indicações Geográficas, segundo o INPI, o documento irá consolidar, em um único lugar, as condições necessárias para obter o registro de IG, de modo a facilitar a estruturação do pedido pelo usuário, esclarecendo ainda o que pode e o que não pode ser objeto de registro (INPI, 2019⁷¹).

- Discussão com a União Europeia sobre adoção do modelo europeu para a criação de um selo único para produtos protegidos pela indicação geográfica. Essa discussão, em outro

⁷⁰ Disponível em:
<http://www.inpi.gov.br/@@busca?Subject:list=indica%C3%A7%C3%A3o%20geogr%C3%A1fica>. Acesso em 15 de julho de 2019.

⁷¹ Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/noticias/inpi-institui-grupo-de-trabalho-para-elaboracao-do-1o-manual-de-ig/view>. Acesso em 15 de julho de 2019.

momento também envolveu o SEBRAE e segundo o INPI, mais um elemento visual para valorizar o produto e que seria reconhecido como um diferencial pelo consumidor (INPI, 2019)⁷²⁷³.

- Publicação da Resolução/INPI/PR Nº 233, de 18 de janeiro de 2019 que lança o Peticionamento Eletrônico de Indicações Geográficas, facilitando o acesso aos usuários (INPI, 2019)⁷⁴.

- Publicação da Instrução Normativa n.º 095, de 28 de dezembro de 2018, que estabelece as condições para o registro das Indicações Geográficas. A IN n.º 95 foi um importante passo na normatização e informação sobre o registro e será apresentada no item 2.4.3. Impende observar também que para a elaboração do documento o INPI realizou uma consulta pública entre 6 de novembro e 6 de dezembro de 2018. Onde recebeu contribuições de 17 participantes, que foram discutidas e respondidas pelo Comitê Permanente de Aprimoramento dos Procedimentos e Diretrizes de Exame (INPI, 2018)⁷⁵⁷⁶.

- Lançamento junto ao IBGE do mapa das indicações geográficas brasileiras, segundo o INPI, trata-se de um dos produtos oriundos do Acordo de Cooperação Técnica assinado entre os dois Institutos, com o objetivo de representar cartograficamente as áreas produtoras e de prestação de serviço brasileiras que possuem o registro concedido pelo INPI (INPI, 2018)⁷⁷.

⁷² Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/noticias/dialogos-setoriais-discute-selo-unico-de-indicacao-geografica>. Acesso em 15 de julho de 2019.

⁷³ Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/noticias/inpi-e-sebrae-discutem-selo-nacional-de-ig-e-priorizacao-de-patentes>. Acesso em 15 de julho de 2019.

⁷⁴ Disponível em: http://www.inpi.gov.br/noticias/inpi-lanca-peticionamento-elettronico-de-indicacoes-geograficas/res_inpi_pr_233_2019.pdf. Acesso em 15 de julho de 2019.

⁷⁵ Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/noticias/inpi-aprova-in-para-registro-de-indicacoes-geograficas>. Acesso em 15 de julho de 2019.

⁷⁶ Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/noticias/aberta-consulta-publica-sobre-instrucao-normativa-de-indicacoes-geograficas>. Acesso em 15 de julho de 2019.

⁷⁷ Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/noticias/inpi-e-ibge-lancam-a-edicao-2018-do-mapa-das-igs-brasileiras>. Acesso em 15 de julho de 2019.

- Realização do Evento Internacional de Indicações Geográficas e Marcas Coletivas, envolvendo diferentes entidades como INPI, SEBRAE, OMPI, Instituto Nacional de Propriedade Industrial da França, Ministério da Agricultura e MAPA, onde foi discutido diversos temas sobre a matéria, além da importância social das Indicações Geográficas e das Marcas Coletivas (INPI, 2018)⁷⁸.

Dessa forma é possível observar um esforço em conjunto com diferentes instituições para a conscientização, valoração, além do aprimoramento das condições de registro das indicações geográficas. Para demonstrar os resultados práticos em relação aos registros e pedidos de registro das indicações geográficas, o próximo item apresenta as estatísticas relacionadas às indicações geográficas.

2.4.2.1 Dados estatísticos da Indicação Geográfica no INPI

Os dados apresentados a seguir foram retirados do portal do INPI, disponibilizados na página do INPI no link <http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/indicacao-geografica/pedidos-de-indicacao-geografica-no-brasil>.

Conforme o histórico de pedidos de registro de indicação geográfica do INPI, foram encontrados 130 processos, destes 73 foram registrados, 37 estão em andamento⁷⁹, 16 foram arquivados e 4 foram indeferidos, conforme demonstrado no gráfico abaixo:

⁷⁸ Disponível em:<http://www.inpi.gov.br/noticias/indicacoes-geograficas-e-marcas-coletivas-sao-tema-de-debate-internacional>. Acesso em 15 de julho de 2019.

⁷⁹ Foram considerados como pedido em andamento os processos que estão depositados, publicados aguardando exame e em exigência.

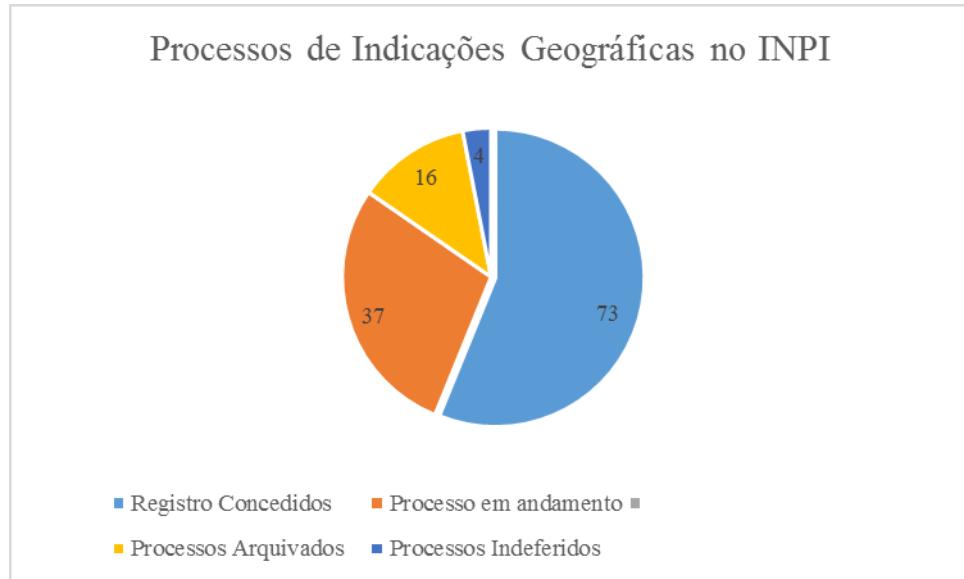


Gráfico 3: Processos de Indicação Geográfica no INPI. Fonte: Portal do INPI – Elaboração própria.

Diferentemente das marcas coletivas, a maior parte dos processos foram deferidos pelo INPI.

O gráfico abaixo apresenta a evolução dos pedidos de indicação geográfica a cada ano desde a vigência da atual LPI. Conforme se observa do mesmo, até o ano de 2008 a procura pelo registro era pequena e teve aumento significativo a partir de 2009. Todavia, tal aumento não se manteve estável.

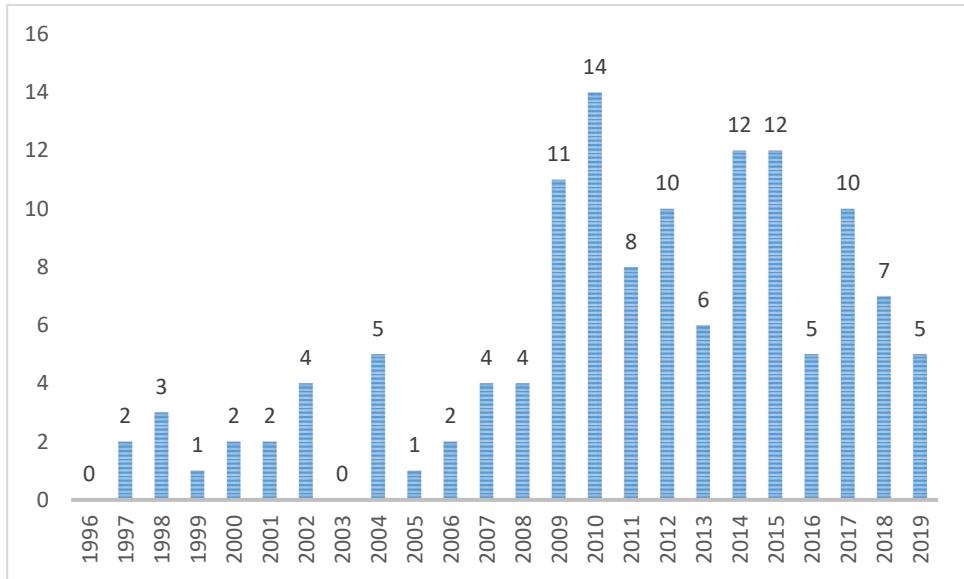


Gráfico 4: Número de pedidos de registro de indicação geográfica por ano no INPI. Fonte: Banco de Dados do INPI – Elaboração própria.

O gráfico abaixo apresenta a quantidade de pedidos de registro de indicação geográfica, considerando os arquivados e indeferidos, por tipo de produto ou serviço.

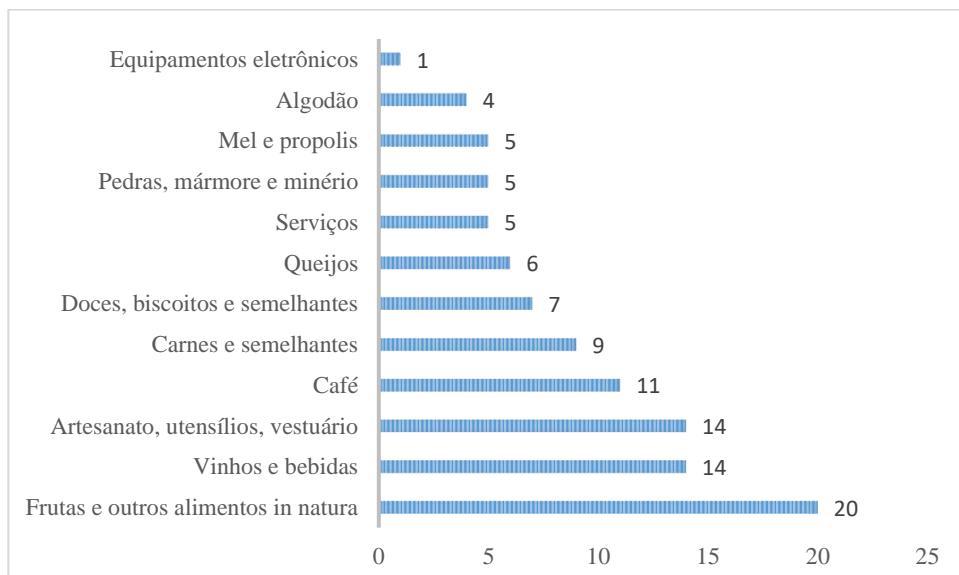


Gráfico 5: Pedidos de registro de indicações geográficas brasileiras, por tipo de produto ou serviço. Fonte: Banco de Dados do INPI – Elaboração própria.

Conforme se observa do gráfico, a indicação geográfica, mesmo no Brasil, é mais utilizada para produtos agropecuários, como cafés, frutas, queijos, vinhos, com presença considerável também para artesanatos. Quanto aos pedidos relacionados a serviços, que é o objeto deste trabalho, foram identificados cinco pedidos, sendo que dois deles referentes à extração e engarrafamento de água mineral, outros dois se referem a serviços de alimentação e um único destinado à serviços não relacionados à fatores naturais. Trata-se, neste último da indicação geográfica Porto Digital para serviços de tecnologia da informação. Sendo esse o único que possui registro, os outros quatro estão arquivados.

Feitas essas breves considerações sobre o histórico de dados das indicações geográficas, o próximo item tem o objetivo de apresentar os requisitos registro das duas espécies de indicação geográfica brasileiras e questões pertinentes às formalidades do registro de acordo com a nova Instrução Normativa do INPI.

2.4.3 Formalidades do registro e Instrução Normativa n.º 095/2018 do INPI

O pedido de registro de uma indicação geográfica demanda uma série de documentos e formalidades consideravelmente numerosa. O presente item não pretende demonstrar detalhadamente todas as normas do registro. Apenas mencionar os requisitos que são importantes para o próprio entendimento de uma indicação geográfica.

Conforme exposto do item 2.4.2, recentemente o INPI vem propondo iniciativas para facilitar o acesso às informações referente ao procedimento de registro de indicação geográfica. Como parte destas iniciativas desde janeiro deste ano é possível fazer o peticionamento eletrônico de indicações geográficas. Outro passo importante é a Instrução Normativa (IN) n.º 095, de 28 de dezembro de 2018.

A IN n.º 95 substitui a IN nº 25, de 21 de agosto de 2013 e, de acordo com o INPI trata-se do atendimento à uma demanda da sociedade pois foi resultado de diversos diálogos setoriais e negociações no âmbito do Acordo Mercosul-União Europeia, sendo que foi aberta ainda uma consulta pública para tratar do assunto. Sendo assim, várias medidas que envolveram diferentes atores, antecederam a elaboração do documento.

A indicação geográfica, consoante contexto deste trabalho, é de uso coletivo, porém, no tocante à titularidade diferencia-se da marca coletiva pois, não há um titular, o requerente é apenas um substituto processual de toda coletividade que está inserida na área geográfica delimitada:

Ao contrário do que ocorre com as marcas coletivas, para as quais a entidade associativa é titular, sendo seus associados utentes, no caso das indicações geográficas são titulares todas as pessoas, estabelecidas na área, sejam nominalmente representadas pela entidade, ou não (BARBOSA, 2014, p. 26)

O Artigo 5º da IN nº 95 determina as condições para ser o substituto processual de uma indicação geográfica:

Art. 5º. Podem requerer registro de Indicações Geográficas, na qualidade de substitutos processuais, a associação, o sindicado, ou qualquer outra entidade que possa atuar como tal em razão da lei.

§1º O substituto processual deve estar estabelecido no respectivo território e ser representativo da coletividade legitimada a requerer o registro da indicação geográfica.

§2º O quadro social do substituto processual deve ser formado total ou predominantemente por participantes da cadeia produtiva do respectivo produto ou serviço;

§3º Na hipótese de existir no local um único produtor ou prestador de serviço tendo legitimidade ao uso da Indicação Geográfica, estará o mesmo autorizado a requerer o registro.

(...) (INPI, 2018)

Portanto, para ter legitimidade em um pedido de indicação geográfica, o requerente deve ser um substituto processual que precisa estar estabelecido na área geográfica, ser representativo

da coletividade e ter quadro social formado total ou predominantemente por participantes da cadeia produtiva.

No entanto observa-se que uso da indicação geográfica pode ser feito por todos os produtores ou prestadores de serviços estabelecidos no local, sem necessidade de vínculo com o substituto processual. Conforme se depreende do artigo 6º da IN n.º 95, esclarecendo uma possível lacuna existente no artigo 182⁸⁰ da LPI BRASIL (1996):

Art. 6º. Poderão usar a Indicação Geográfica os produtores e prestadores de serviços estabelecidos no local, desde que cumpram as disposições do caderno de especificações técnicas e estejam sujeitos ao controle definido.

Parágrafo único. A ausência de vínculo do produtor ou do prestador de serviço com o substituto processual não configura óbice ao uso da Indicação Geográfica (INPI, 2018).

As condições para o uso da indicação geográfica, de acordo o artigo 6º da IN n.º 95 são, portanto: i) estar estabelecido no local; ii) cumprir o caderno de especificação técnica; e iii) estar sujeito ao controle.

Tanto o local geográfico, quanto a forma de controle devem fazer parte do caderno de especificações técnicas (Art. 7º, inciso II da IN n.º 95, “c”). O local deve ser definido por um instrumento oficial e os mecanismos de controle também devem ser apresentados no mesmo documento.

O caderno de especificações técnicas, dessa forma, é um documento obrigatório, substitui o antigo regulamento de uso e estabelece uma ordem e informações que deve necessariamente constar no pedido de registro. Segundo Art. 7º, inciso II da IN n.º 95, o caderno de especificações técnicas deverá abranger:

Art. 7º. O pedido de registro de Indicação Geográfica deverá referir-se a um nome geográfico e conterá:

⁸⁰ Art. 182. O uso da indicação geográfica é restrito aos produtores e prestadores de serviço estabelecidos no local, exigindo-se, ainda, em relação às denominações de origem, o atendimento de requisitos de qualidade. Parágrafo único. O INPI estabelecerá as condições de registro das indicações geográficas (BRASIL, 1996).

(...)

II – Caderno de especificações técnicas, no qual se conste:

- a) Nome geográfico
 - b) Descrição do produto ou serviço
 - c) Delimitação da área geográfica, conforme instrumento oficial (observar o Sistema Cartográfico Nacional)
 - d) Para IP: descrição do(s) processo(s) de extração, produção ou fabricação ou de prestação do serviço
 - e) Para DO: descrição das qualidades ou características do produto/serviço e seu processo de obtenção/prestação
 - f) Mecanismos de controle sobre produtores/prestadores e sobre o produto/serviço
 - g) Condições e proibições
 - h) Sanções
- (...) (INPI, 2018)

Assim, para um pedido de registro de indicação geográfica é necessário a mobilização de todos os produtores ou prestadores de serviços, pois serão escritas regras, condições, proibições e sanções que irão envolver toda a coletividade. Assim, a construção de uma IG é um processo de inovação institucional que se estabelece a partir da negociação de uma série de aspectos normativos (NIEDERLE, 2014, p. 259).

Quantos aos requisitos específicos para cada espécie de indicação geográfica, tais requisitos poderão ser verificados por meio da leitura e análise da instrução normativa, citada na sequência deste item.

Em relação à indicação de procedência, a IN n.º 95, no artigo 2º, parágrafo 1º reproduz a definição da LPI e o parágrafo 4º esclarece a forma de comprovação da fama reputação:

Art. 2º

§1º Considera-se Indicação de Procedência o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço

§4º Para fins de Indicação de Procedência, considera-se que o nome geográfico tornou-se conhecido quando expressamente mencionado, por diferentes fontes, como centro de extração, produção ou fabricação do produto ou de prestação do serviço assinalado (INPI, 2018)

No caso da denominação de origem, verifica-se por meio da leitura da IN n.º 95, no artigo 2º, parágrafo 2º, que a mesma reproduz a definição legal contida na LPI. Por seu turno, o parágrafo 5º define os fatores que podem relacionar o meio geográfico com as qualidades e características do produto ou serviço. Importante notar que a IN também define do que se entende por qualidade e por característica, conforme incisos II e III:

Art. 2º

§2º Nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos.

Consideram-se as seguintes definições para fins de Denominação de Origem:

- I. Fatores naturais são elementos do meio geográfico relacionados ao meio ambiente, com solo, relevo, clima, flora, fauna, entre outros, e que influenciam nas qualidades ou características do produto ou serviço;
- II. Fatores humanos são os elementos característicos da comunidade produtora ou prestadora do serviço, como o saber-fazer local, incluindo o desenvolvimento, adaptação ou aperfeiçoamento de técnicas próprias;
- III. Qualidades são atributos tecnicamente comprováveis e mensuráveis do produto ou serviço, ou de sua cadeia de produção ou de prestação de serviços.
- IV. Características são traços ou propriedade inerentes ao produto ou serviço, ou de sua cadeia de produção ou prestação de serviços (INPI, 2018).

2.4.4 Indicação Geográfica para serviços de tecnologia

Conforme mencionado neste trabalho, as indicações geográficas nasceram de uma necessidade de regulamentar o comércio de produtos agrícolas, a maior parte dos pedidos de registro brasileiros envolvem produtos agrícolas ou vinculada à fatores do saber fazer tradicional, como artesanato⁸¹. Fora destas circunstâncias do setor de produtos agrícolas ou artesanais há apenas um pedido de registro indeferido para produtos eletrônicos de Santa Rita do Sapucaí no estado de Minas Gerais, um registro concedido para sapatos em Franca no estado de São Paulo,

⁸¹ Ver item 2.4.2.1, Gráfico 4.

ambos referindo-se à indicação geográfica de produto. Já para indicação geográfica de serviços há um único registro concedido para serviços de tecnologia da informação em Recife no estado de Pernambuco.

Ademais, a indicação geográfica, mesmo no contexto brasileiro, é apoiada, através de estudos e discussões pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento e por entidades internacionais, como escritórios europeus de propriedade intelectual, que, em sua maioria só preveem a proteção para produtos advindos de atividades agrícolas, conforme se demonstrou nas notícias relatadas no item 2.4.2.

Assim, a questão torna-se pouco discutida e utilizada sendo por vezes polêmica, já que o Brasil, a princípio, é um dos poucos países a adotar as indicações geográficas para serviços, sobretudo, serviços de ordem tecnológica.

Contudo, não é o objeto deste trabalho adentrar nas questões controversas sobre a proteção ou não de serviços por indicação geográfica, pois é fato que este tipo de registro está devidamente previsto em lei, inclusive existente para o mesmo tipo de objeto do qual trata este trabalho.

Em relação às legislações e opiniões estrangeiras, um trabalho do *United Nations Conference on Trade and Development*, com o título “*Indicações Geográficas: Uma revisão de propostas no Conselho do TRIPS: ampliação Artigo 23 a Produtos que não sejam vinhos e bebidas espirituosas*”, conclui que a inclusão de serviços como passível de registro como indicação geográfica, não foi, decididamente, a intenção dos redatores do TRIPS. Conclui ainda que permanece problemática a possibilidade de incluir serviços no âmbito do Artigo 22.1 do TRIPS. Todavia, declara que cabe a cada país tomar essa decisão.

Existing literature on GIs tend to agree that services are excluded from the scope of Section 3; yet Members may decide to go beyond the minimum TRIPS

obligations and include services within their national GI laws – and some countries have done so (cf. Box 3) (UNCTAD 2003, p.17)⁸².

Os países citados pelo UNCTAD (2003) como aderentes às indicações geográficas de serviços são Liechtenstein, Peru e Suíça. O'CONNOR 20___, cita, ainda como exemplo, Azerbaijão, Bahrein, Croácia, Jamaica, Saint Lucia e Cingapura como nações que preveem a indicação geográfica para serviços.

Nenhum dos autores cita a legislação brasileira, mesmo estando previsto expressamente a indicação geográfica de serviço na LPI desde 1996. Porém, conforme exposto, a legislação consolidou-se aqui com a concessão da indicação de procedência Porto Digital, destinada a serviços.

Dentre as legislações citadas por O'CONNOR 20__ e UNCTAD (2003), destaca-se a legislação da Suíça, onde fica sede da Organização Mundial da Propriedade Intelectual:

Art. 49 Indication de provenance des services

1 L'indication de provenance d'un service est exacte si les exigences suivantes sont remplies:

- a. elle correspond au siège de la personne qui fournit le service;
- b. un réel site administratif de cette personne est sis dans le même pays.

2 Si une société mère remplit l'exigence visée à l'al. 1, let. a, et que soit elle-même soit une de ses filiales réellement contrôlée par elle et domiciliée dans le même pays remplit l'exigence visée à l'al. 1, let. b, l'indication de provenance est également exacte pour les services de même nature fournis par les filiales et succursales étran- gères de la société mère.

3 Les éventuelles exigences supplémentaires, telles que l'observation de principes usuels ou prescrits pour les prestations de services considérées ou le lien traditionnel du prestataire de services avec le pays de provenance, doivent également être rem- plies.

4 Une indication de provenance étrangère est exacte si les exigences de la législation du pays correspondant sont remplies. L'éventuelle tromperie des consommateurs en Suisse est réservée (SUIÇA, 2013).⁸³

⁸² A literatura existente sobre IGs tende a concordar que os serviços são excluídos do escopo da Seção 3; no entanto, os membros podem decidir ir além das obrigações mínimas do TRIPS e incluir serviços dentro de suas leis nacionais de IG - e alguns países o fizeram (cf. Quadro 3).

⁸³ Tradução: Art. 49 Indicação de procedência de serviços

1 A indicação da procedência de um serviço está correta se os seguintes requisitos forem atendidos:

- a. corresponde à sede da pessoa que presta o serviço;
- b. um site administrativo real dessa pessoa está localizado no mesmo país.

A legislação suíça destaca, portanto, a questão da reputação, controle e localização do prestador do serviço.

Retomando o contexto brasileiro, Lucia Regina Fernandes et al. (2016) manifesta que o instituto deveria ser mais explorado, citando, inclusive, o Paraná, estado no qual se encontra o estudo de caso desta dissertação:

A primeira IP de prestação de serviços, Porto Digital, IG 201103 para serviços de tecnologia de informação, cujo depósito ocorreu em 05/11/2011 foi registrada em 11/12/2012 (PORTO DIGITAL, 2011). Infelizmente até a presente data, apesar do Brasil se destacar nos serviços de tecnologia da informação como nos estados do Paraná, Minas Gerais e Paraíba, não temos novos depósitos de pedidos de registro de IGs nessa área (FERNANDES et al., 2016, p. 22).

Isto posto, observa-se que a indicação geográfica para serviços não se trata de uma exclusividade da legislação brasileira. O uso de indicações geográficas se justifica como uma ferramenta de promoção do desenvolvimento local ou regional, visando garantir a cooperação dos fornecedores envolvidos, consolidando a reputação, aumentando a visibilidade e corroborando a identidade do grupo. Por outro lado, facilita ainda o poder de decisão dos consumidores, já que a qualidade e a reputação são características intrínsecas das indicações geográficas, seja para produto, seja para serviço.

2 Se uma empresa controladora atender ao requisito do para. 1, vamos. a, e a si própria ou uma de suas subsidiárias, de fato, controlada por ela e domiciliada no mesmo país, cumpre o requisito do par. 1., b, a indicação da procedência também é correta para serviços da mesma natureza fornecidos pelas subsidiárias e filiais estrangeiras da matriz.

3 Quaisquer requisitos adicionais, como a observância dos princípios usuais ou prescritos para a prestação de serviços em questão ou a ligação tradicional entre o prestador de serviços e o país de origem, também devem ser cumpridos.

4 Uma indicação de origem estrangeira é exata se os requisitos da legislação do país relevante forem cumpridos. O possível engano dos consumidores na Suíça é reservado (SUIÇA, 2013).

3 ESTUDO DE CASO: UM SINAL DISTINTIVO COLETIVO PARA IDENTIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO DO MUNICÍPIO DE MARINGÁ

Expostos os dois sinais distintivos de uso coletivo existentes na legislação brasileira, quais sejam, a indicação geográfica e a marca coletiva, o presente capítulo tem o intuito de apresentar um comparativo entre eles, discutindo vantagens, desvantagens de cada um para que se possa aferir o instrumento mais adequado para identificação do setor de tecnologia da informação do município de Maringá.

Neste capítulo também serão apresentados os resultados da segunda parte da pesquisa de campo, que se trata de uma entrevista realizada com uma amostra dos empresários do setor, pontuando as expectativas e percepções destes com o registro de um sinal distintivo coletivo para esse setor.

3.1 INDICAÇÃO GEOGRÁFICA VERSUS MARCA COLETIVA

As diferenças entre as principais características das marcas coletivas e das indicações geográficas estão sistematizadas no quadro abaixo:

	Marca Coletiva	Indicação Geográfica	Especificidades Setor de TI Maringá	
			MC	IG
Objetivo	Identificar produtos ou serviços de membros de	Identificar produtos ou serviços provenientes de determinada localidade.	Identificar serviços dos associados da SBM	Identificar serviços de TI de Maringá

	determinada entidade			
Legitimidade de uso	Membros, desde que cumpram o regulamento de utilização	Produtores / prestadores estabelecidos na região, que cumpram condições legais e apresentados no caderno de especificação técnica	Associados SBM	Prestadores TI Maringá situados na área geográfica delimitada constante da requisição da IG junto ao INPI.
Requerente	Pessoa jurídica representativa de coletividade	Substituto processual representante da coletividade	SBM	SBM
Titularidade	Entidade representativa da coletividade	Todos os produtores/prestadores da região delimitada	SBM	Prestadores TI Maringá
Documentação específica	Regulamento de Utilização	Caderno de especificações técnicas; Delimitação por instrumento oficial; Comprovação da relação entre o meio geográfico e os produtos ou serviços (DO); ou Comprovação da fama e reputação (IP)	Elaboração do Regulamento de Utilização	- Comprovação da Fama e Reputação; - Delimitação da área geográfica dos prestadores de serviços; - Descrição da prestação dos serviços; - Estabelecimento de uma estrutura de controle e demais regras de uso do "selo".
Vigência	10 anos, prorrogáveis indefinidamente	Enquanto existirem as condições, não depende de prorrogação		

Quadro13: Quadro comparativo entre indicações geográficas e marcas coletivas. Fonte: LPI BRASIL (1996), INPI (2018), IN n.º 95/2018 e pesquisa de campo – Elaboração própria

Assim, especificamente para identificar um setor de tecnologia de informação por meio de um sinal distintivo coletivo, seja a marca coletiva ou a indicação geográfica é necessário

primeiramente avaliar qual o objetivo do sinal pretendido, bem como o cumprimento dos requisitos de cada um.

Em relação aos requisitos da marca coletiva observa-se que a mesma irá pertencer à entidade representativa da coletividade, no caso deste estudo, a SBM, que deverá, de acordo com seus critérios, elaborar um regulamento de utilização, havendo a possibilidade de excluir prestadores de serviços não associados ou até mesmo os associados que não cumpram as regras previamente estabelecidas. Não há limite geográfico para o uso da marca coletiva, sendo assim, um serviço prestado por um associado localizado em qualquer região do país poderá ser identificado com o sinal.

A indicação geográfica, por sua vez, exige uma documentação específica mais extensa. Além de um regulamento de uso do sinal (condições e proibições de uso), deverá ser efetivamente comprovada por meio de documentos, a fama e reputação do setor de tecnologia da informação do município, o pedido de registro deverá ainda conter a descrição dos serviços prestados, a delimitação geográfica de acordo com um instrumento oficial e a descrição do mecanismo de controle sobre os prestadores de serviços que tenham o direito ao uso da indicação geográfica, ou seja, que estejam dispostos a cumprir o regulamento e a se submeter ao controle. Esses documentos fazem parte do Caderno de Especificações Técnicas que devem acompanhar o pedido de registro da indicação geográfica juntamente com os demais documentos formais exigidos pelo INPI.

A indicação geográfica também poderá ser requerida pela SBM, que representará apenas o papel de substituto processual de todos os prestadores de serviços da região, mas não será detentora da propriedade do sinal. Sendo assim, a coletividade do setor de tecnologia da informação deverá concordar com o requerimento da indicação geográfica. Sendo que a IN 95

(INPI, 2018) exige uma ata registrada da Assembleia Geral com a aprovação do Caderno de Especificações Técnicas, com lista de presença.

Diante dos requisitos específicos de cada sinal distintivo, se faz necessário identificar quais seriam os objetivos e quais passos burocráticos os membros estariam dispostos a seguir para obtenção do sinal almejado, ponderando a aplicação e uso efetivo de cada um.

Em relação ao uso efetivo dos dois sinais distintivos coletivos da legislação brasileira se faz importante notar que, a marca coletiva não tem restrição geográfica de uso, como ocorre com a indicação geográfica, que deve identificar os serviços provindos da região determinada. A marca coletiva também não exige a descrição do serviço, apenas condições e proibições de uso (BRASIL, 1996), diferente do que ocorre com a indicação geográfica, que deve haver uma descrição dos serviços prestados pelos quais a região tenha se tornada conhecida por prestá-los (INPI, 2018).

Importante faz-se destacar que na escolha do sinal a ser utilizado pelo setor aqui pesquisado, é relevante ter em mente a dinamicidade dos serviços de tecnologia da informação que, sofrem constantes alterações e evoluções tecnológicas. Ademais, no caso de tais serviços, a desnecessidade de vínculo ao local geográfico é um elemento a se destacar, já que uma empresa pode contratar prestadores de serviços em qualquer local do mundo, tendo em vista que insumos tratam-se basicamente de computadores e mão de obra. Logo, para o caso específico desta pesquisa, a marca coletiva revela-se como o sinal distintivo coletivo que oferece maior adequação para o seu uso efetivo e cumprimento de suas características e requisitos.

O próximo item apresenta um relatório das características atuais do setor de tecnologia da informação do município de Maringá, bem como a percepção dos empresários de acordo com uma pesquisa de campo realizada por este estudo.

3.2 ESTUDO DE CASO: RELATÓRIO DOS QUESTIONÁRIOS E ENTREVISTAS REALIZADAS COM OS EMPRESÁRIOS DO SETOR DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO DO MUNICÍPIO DE MARINGÁ

Os dados apresentados ao longo deste item são resultados da aplicação de questionário e entrevistas realizadas pessoalmente entre os dias 12 de julho a 22 de agosto de 2019. Os questionamentos aplicados e a lista de entrevistados encontram-se no Apêndice 1 e 2, respectivamente.

Atualmente o setor de tecnologia da informação é composto por 188 empresas e 2813 funcionários (RAIS, 2017), representando uma parcela importante do recolhimento do ISS e da geração de empregos para a economia do município.

Do universo de 188 empresas informadas pela Relação Anual de Informações Sociais (RAIS, 2017), foi selecionada uma amostra de 15%, ou seja, 28 empresas, o objetivo é demonstrar as principais características das empresas que compõe o setor do software de Maringá, com o objetivo de se formar uma amostra por homogeneização⁸⁴. As empresas escolhidas estão divididas da seguinte forma:

Micro e pequena: 22

Média e Grande: 6

Associados SBM: 14

Não associados SBM: 14

⁸⁴ A amostra por homogeneização é composta por um grupo de elementos de um mesmo conjunto sociocultural. Nesta amostra, o impacto da diversidade externa é controlado pela escolha do objeto de estudo. A diversidade interna é obtida pelo levantamento de informações variadas que evidenciem diferentes posicionamentos em relação ao objeto de estudo, enriquecendo os resultados da análise do grupo (Pires, 2008).

Até 05 anos de abertura: 12

Mais de 05 anos de abertura: 14

O objetivo em se diversificar o perfil das empresas foi coletar informações de diferentes níveis empresariais, ou seja, empresas grandes e pequenas, com abertura mais recente ou consolidada e associados e não associados da SBM.

3.2.1 Perfil atual das empresas de tecnologia da informação de Maringá

A primeira parte da entrevista teve o objetivo de avaliar as características das empresas, como escolaridade dos sócios, tempo de abertura, número de funcionários, classificação empresarial em termos tributários, localidade dos principais clientes, e realização ou não de exportações. O resultado está apresentado no quadro abaixo:

Grau de escolaridade dos sócios		
Ensino Médio	Graduação	Pós Graduação
	32%	68%
Numero de funcionários		
Até 10	10 a 50	Mais de 100
39%	40%	21%
Tempo de Abertura da empresa		
Até 5 Anos	5 a 10 anos	Mais de anos
43%	11%	46%
Classificação empresarial		
ME	EPP	Média ou Grande
39%	60%	21%
Localidade dos principais clientes		
Maringá	Paraná	Outros Estados
36%	29%	35%

Realiza Exportação	
Sim	Não
18%	72%

Quadro 14: Perfil das empresas do setor de Tecnologia da Informação de Maringá. Fonte: Dados obtidos a partir da pesquisa de campo – Elaboração própria.

Do ano de 2006 até o presente momento, houve significativas mudanças no setor de tecnologia da informação do município de Maringá, principalmente no que diz respeito à organização coletiva do mesmo.

Até o ano de 2006 não havia nenhuma entidade representativa do setor, sendo que em 2007 foram criados o Arranjo Produtivo Local (APL) de Software de Maringá e região, administrado pelo SEBRAE Maringá e também a Software By Maringá, que juntos representaram o marco do associativismo do setor.

O quadro abaixo apresenta as informações prestadas pelos entrevistados no tocante à relação de parcerias, sejam elas com instituições de apoio, entre empresas do setor de tecnologia da informação ou empresas externas ao mesmo.

Relações de parceria com entidades de apoio		
	Sim	Não
	93%	7%
Grau de Importância		
Indiferente	Importante	Muito Importante
0%	4%	96%
Considera as atividades das instituições de apoio pertinentes e suficientes		
	Sim	Não
	36%	64%
Relações de parceria com empresas do setor		
	Sim	Não
	82%	18%
Grau de Importância		
Indiferente	Importante	Muito Importante

11%	7%	82%
Grau de importância atribuída a parcerias com outros ramos de atividade:		
Indiferente	Importante	Muito Importante
7%	29%	64%

Quadro 15: Percepção dos empresários de TI quanto as atividades de parceria. Fonte: Dados obtidos a partir da pesquisa de campo – Elaboração própria.

Como se observa do Quadro 15, as relações de parceria entre entidades de apoio, empresa do setor e outras empresas é um fato muito importante nas atividades da empresa. Alguns consideram a mesma, inclusive, como fundamental e atribuem à troca de experiência e desenvolvimento conjunto de projetos, com uma das razões da sobrevivência ou crescimento da sua própria empresa.

Essa constatação se faz muito importante para essa pesquisa, tendo em vista que a atividade de cooperação e associação são bases para o requerimento de uma marca coletiva ou indicação geográfica. Considerando-se que esses sinais distintivos visam representar uma coletividade supostamente organizada.

A pesquisa de campo também considerou as informações referentes à propriedade intelectual, tanto porque diz respeito ao objeto deste trabalho, quanto pela importância do tema para o desenvolvimento seguro das empresas, no tocante à proteção de tecnologias desenvolvidas internamente, bem como da e prevenção de infrações. As informações sobre propriedade intelectual estão apresentadas no quadro a seguir:

Prática de atividades voltadas à inovação		
	Sim	Não
	100%	0%
Preocupação com propriedade intelectual		
	Sim	Não
	86%	14%
Registro de Marca		86%
Registro de Software		25%
Patente		11%
Contratos de sigilo e confidencialidade		86%
Contato prático ou teórico com marca coletiva ou IG		
	Sim	Não
	39%	61%

Quadro 16: Percepção dos empresários de TI sobre propriedade intelectual e inovação.

Fonte: Dados obtidos a partir da pesquisa de campo Elaboração própria.

Todos os empresários entrevistados declararam praticar atividades inovadoras dentro de suas empresas e consideram a prática inerente ao ramo empresarial. Já a preocupação com propriedade intelectual não é unânime dentre os entrevistados, mas corresponde à grande maioria (86%), que informaram que em algum momento da trajetória da empresa houve a preocupação com propriedade intelectual.

Observou-se, no entanto, um baixo número de registros de software, já que todos os entrevistados trabalham com o desenvolvimento do mesmo. A opinião da grande maioria dos entrevistados é que como o registro protege apenas o código fonte, a proteção se torna algo muito enfraquecido em relação a tudo que abrange o desenvolvimento de software e também afirmaram que o código fonte está em constante mutação, o que não compensa, tanto financeiramente como proceduralmente, os pedidos de registros sucessivos.

Quanto à marca coletiva e indicação geográfica, os empresários que disseram ter tido algum contato sobre assunto se referenciaram há um evento promovido pela Software By Maringá em parceria com o Sebrae onde foi proferida uma palestra sobre o tema contando com a participação do servidor do INPI, Dr. Luiz Claudio Dupim.

3.2.2 Problemas apresentados pelo setor de Tecnologia da Informação de Maringá, panorama 2006 – 2019

O Quadro 3, localizado no item 1.3.1 deste trabalho, apresentou os principais problemas apontados pelo setor de Tecnologia da Informação do município de Maringá em 2006, segundo uma pesquisa de campo realizada pelo IPARDES (2006). Como parte da entrevista realizada pela presente pesquisa, foi questionado aos entrevistados qual é a percepção atual quanto aos problemas declarados pelos empresários do setor em 2006. O resultado está apresentado no quadro abaixo, com a seguinte legenda: I = indiferente; M= melhorou; P = ainda é um problema; N = Não é mais um problema.

	I	M	P	N
Falta de interação empresarial	2	15	3	8
Inexistência de entidade de classe específica				28
Carga tributária elevada	1	7	17	3
Falta de linha de crédito específica para o setor	6	6	15	1
Falta de cursos de qualificação para formação técnica		13	7	8
Inexistência de articulação com outros setores produtivos	5	13	3	8
Êxodo de mão de obra especializada	2	10	16	
Dificuldade de contratação com o setor público	12	5	9	2
Falta de apoio às exportações	8	12	3	5
Falta de canais de comunicação com todas as esferas do poder público		13	4	9
Concorrência desleal	6	7	5	10
Necessidade de cursos de pós-graduação	2	9	2	15
Necessidade de apoio de instituições públicas de apoio tecnológico e infraestrutura	3	10	9	6
Pirataria	9	7	1	11
Falta de coordenação para ações conjuntas	1	9	3	15

Implementação de políticas de incentivo ao uso de <i>software</i> livre	14	6	3	5
Apoio à regulamentação das profissões de Tecnologia da Informação	8	1	3	16
Cursos superiores adequados para inserção imediata dos formandos no processo produtivo	2	11	9	6
Interação entre universidade e empresas		15	10	3
Auxílio na divulgação da existência das empresas maringaenses de software	2	10	10	6
Recursos públicos para pesquisa	5	9	14	

Quadro 17: Problemas apresentados pelo setor de TI de Maringá, panorama 2006 – 2019.

Fonte: Pesquisa própria.

Conforme observado o problema da “Inexistência de entidade de classe específica” foi sanado pela fundação da SBM no ano de 2007. Os demais problemas relacionados ao estabelecimento de parcerias, quais sejam, “Falta de interação empresarial”; “Inexistência de articulação com outros setores produtivos”; “Falta de canais de comunicação com todas as esferas do poder público”; “Falta de coordenação para ações conjuntas”, entre outros, foram sanados ou melhoraram na percepção atual dos empresários, segundo a pesquisa realizada por esta pesquisadora. O que tende a significar que as ações do APL e da SBM obtiveram resultados satisfatórios, fortalecendo as relações de associativismo e cooperação no setor de Tecnologia da Informação do município de Maringá.

Questionados sobre o principal problema que atrapalha o crescimento do setor hoje, por esta pesquisadora, alguns empresários destacam a questão da alta carga tributária e falta de cursos técnicos que permitam o profissional de tecnologia da informação atuar imediatamente no mercado de trabalho. Contudo, os entrevistados foram unâimes em responder que o principal problema do setor hoje é a falta de mão de obra qualificada.

Conforme notícia do GMC *on line*, de um jornal local, Maringá tem 600 vagas de empregos aberta para profissionais de tecnologia da informação, esperando para serem preenchidas⁸⁵.

No entanto, uma das maiores empresas do setor, declarou que o principal problema para sua empresa foi esperar a construção do parque tecnológico pois pretendia abrigar sua sede junto ao parque, tendo em vista a empresa já ocupar um prédio inteiro e não tem mais onde acomodar novos funcionários. O que demonstra que mesmo com a relevância do setor para o PIB do município o governo local não conseguiu apoiar adequadamente o crescimento do setor. Considerando que, conforme mencionado no início deste trabalho, houve a revogação de uma doação do local onde seria construído o parque.

As questões de concorrência desleal, pirataria, regulamentação às profissões de TI e políticas de software livre foram apontadas como as mais irrelevantes no contexto atual.

3.2.3 A percepção dos empresários quanto à construção de um sinal distintivo coletivo

A decisão de se optar por um sinal distintivo coletivo para representar toda a história construída pelo setor de tecnologia da informação do município de Maringá, principalmente no tocante às atividades desenvolvidas em grupo, à reputação construída, às conquistas e às premiações de determinadas empresas, pode significar para os prestadores de serviços locais a obtenção de um ativo valioso na estratégia de divulgação, bem como na geração do sentimento de pertencimento à coletividade.

⁸⁵ Disponível em:<https://gmconline.com.br/noticias/cidade/setor-de-ti-de-maringa-tem-600-vagas-abertas>. Acesso em 28 de julho de 2019.

Em relação à indicação geográfica, trata-se de um processo de construção, no qual a percepção dos empresários sobre o significado e consequências do título, se faz muito importante. Tanto para elaboração de um caderno de especificações técnicas adequado, eficiente e aplicável, quanto para o posterior sucesso e efetividade do uso da indicação geográfica, sendo que a observação às especificidades da indicação geográfica são fundamentais.

Já concernente a uma marca coletiva, o processo parece ser mais simplificado, já que toda a organização da SBM está consolidada, sendo a associação detentora do sinal, podendo a mesma estabelecer os critérios de utilização entre os associados sem muitas dificuldades.

Para poder promover a entrevista com alguns empresários do setor de tecnologia da informação de Maringá, e aplicar as perguntas aos entrevistados procedeu-se à uma breve conceituação dos dois institutos, bem como do cenário atual das conquistas do setor, entre outros aspectos, conforme discriminado no Apêndice I.

Os resultados das entrevistas estão apresentados a seguir.

A primeira pergunta tinha o objetivo de verificar se o entrevistado possuía conhecimento da existência dos sinais distintivos que representam uma coletividade. A maioria respondeu que não tinha conhecimento sobre o assunto. Parte considerável fez referência ao caso do Vale do Silício como um nome representativo de coletividade, possivelmente porque tratar-se tal nome como relacionado à atividade semelhante àquela desenvolvida pelos empresários participantes da entrevista realizada por esta pesquisadora.

A segunda pergunta tinha o intuito de verificar qual a percepção do entrevistado quando a representatividade do sinal distintivo, se o sinal deveria representar a Associação SBM ou todas as empresas de tecnologia da informação de Maringá.

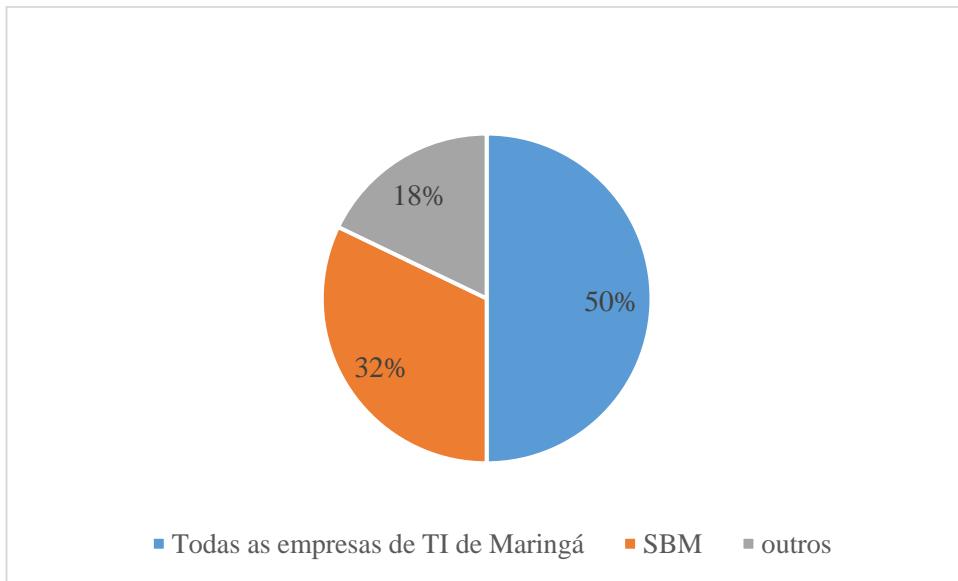


Gráfico 6: Quem o sinal distintivo coletivo deveria representar. Fonte: Pesquisa Própria

Conforme o gráfico apresentado acima, verificou-se uma divisão de opiniões, com uma margem superior de 18% para que o sinal distintivo represente todas as empresas de TI de Maringá, em detrimento de o mesmo representar apenas os integrantes da SBM. Observando-se, em função de toda a discussão travada ao longo desta pesquisa, que tal resultado aponta para a indicação geográfica como o sinal mais adequado para a representação de todos que estarão situados na região delimitada não apenas em relação aqueles integrantes da SBM.

Os cinco empresários que responderam “outros”, explicaram que o sinal deve representar aqueles que cumpram determinada regra, ou estejam de acordo com critérios preestabelecidos de uso. Neste ponto, tanto a indicação geográfica quanto a marca coletiva podem satisfazer a expectativa em suas regras de utilização.

A terceira pergunta, complementa a segunda e tem o objetivo de verificar a quem se deve os resultados positivos alcançados do setor de tecnologia da informação de Maringá, tanto pelo aumento de empresas, quanto no aumento da demanda por serviços, visando detectar na resposta

se o cenário territorial é para indicação geográfica ou para marca coletiva. As respostas estão representadas no gráfico a seguir:

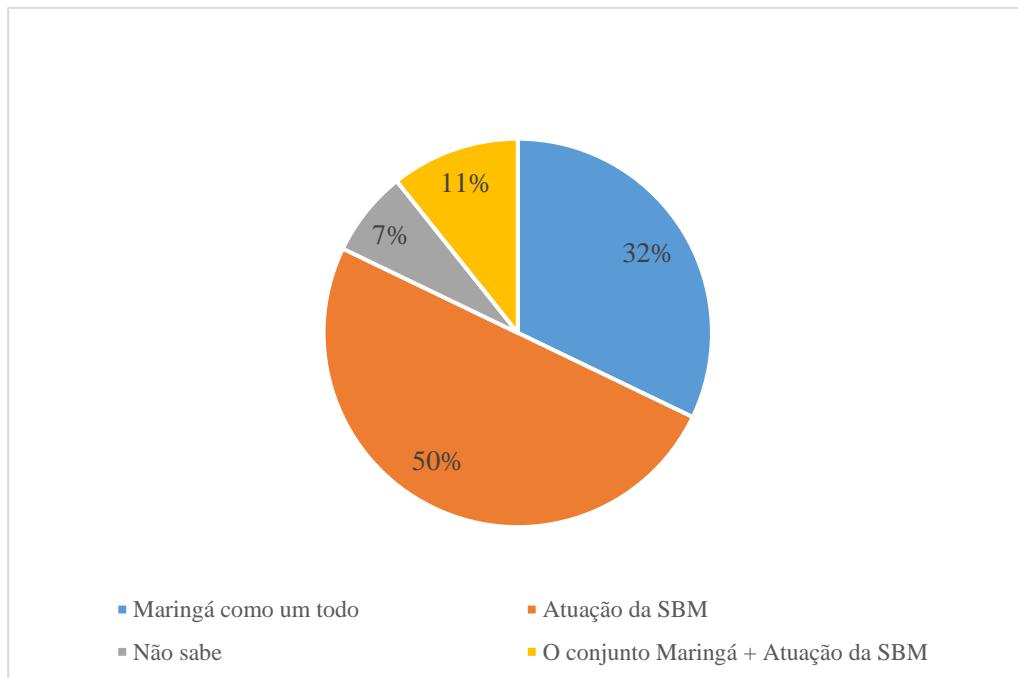


Gráfico 7: O que justifica um sinal distintivo coletivo para o setor de TI de Maringá.
Fonte: Pesquisa Própria

Conforme se observa no gráfico, 50% dos entrevistados concordam que a atuação da SBM foi de fundamental importância para articulação das lideranças do setor, considerando primordial para a visibilidade e representatividade alcançada junto às entidades de apoio internas e externas, bem como junto ao governo local. 11% dos entrevistados atribuem ao conjunto de características do município, somados à atuação da SBM, que o município já continha as condições necessárias para o crescimento do setor, como universidades, sociedade civil organizada e entidades de apoio e que o papel da SBM foi fortalecer a atividade de associativismo, promovendo a integração dos empresários.

No caso desta pergunta, entende-se que não é possível afirmar que uma marca coletiva seria a melhor escolha em detrimento da indicação geográfica. Isto porque, a SBM promoveu a

interação do setor, a cultura do associativismo e o fortalecendo do relacionamento entre os empresários maringaenses, não implicando na promoção isolada da Associação em si.

Este entendimento, de importância da SBM para crescimento do setor de tecnologia da informação do município de Maringá, foi reforçado na resposta da sexta pergunta, que questionava os empresários se a atuação da SBM contribuiu para a formação do polo de tecnologia da informação existente em Maringá. Pergunta esta que teve resposta unânime, 100% dos entrevistados reconhecem a contribuição positiva da SBM.

Quanto à quarta questão de quem deve usar o sinal coletivo, se todos os empresários (IG) ou todos os associados da SBM (MC), verificou-se que mesmo entre os associados houve entrevistados que concordam que o uso deve ser feito por todos os empresários do setor. Pois cada um tem seu papel na geração de emprego e recolhimento de impostos. Porém, a resposta ficou dividida, conforme o gráfico colacionado abaixo, os associados mais influentes preferem que uso se restrinja à SBM.

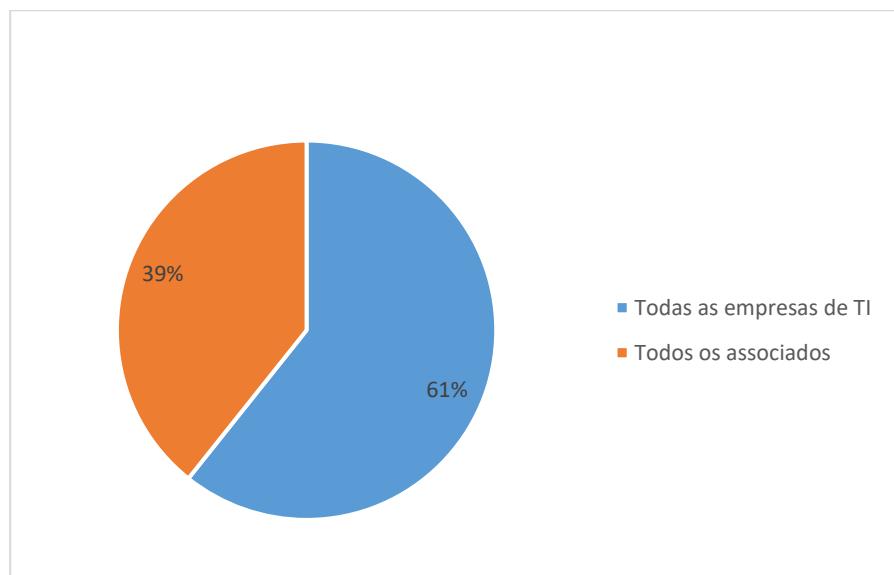


Gráfico 8: Quem deve usar o sinal distintivo coletivo. Fonte: Pesquisa Própria

A quinta pergunta visa averiguar o quanto importante é o local geográfico. Na percepção dos empresários do setor, todos demonstraram uma afetividade ao município, reforçando tal posicionamento positivo em função dos resultados relacionados aos índices favoráveis de educação, à segurança, à qualidade de vida, e ambiente organizado com líderes capacitados. Houve quem apontasse a questão da localização geográfica também como positiva, já que se trata de um entroncamento com acesso facilitado para a capital Curitiba, para o estado de São Paulo, para o estado de Mato Grosso do Sul e para região de fronteira com o Paraguai e a Argentina.

Dessa forma, todos os entrevistados concordam que o município de Maringá, pela qualidade de vida que proporciona aos seus moradores, pela organização da sociedade civil, pela facilidade de capacitação educacional e pelo acesso facilitado às entidades de apoio, foi crucial para formação do grupo empresarial existente hoje.

A pergunta 7 questionava o entrevistado sobre a sua percepção da dimensão da reputação e fama do setor, com a finalidade de averiguar se, conforme o entendimento de cada um, se o conhecimento em relação ao setor era algo que já alçava dimensões externas ambiente do município.

Apenas dois entrevistados declararam ser algo ainda interno, enquanto que os demais concordam que a fama e reputação são externas à localidade em questão. Cerca de 70% baseiam essa afirmação por conta da participação pessoal em eventos, onde os empresários de outros estados comentam que Maringá apresenta uma imagem fortalecida na prestação de serviços de tecnologia da informação.

Outros afirmam que são procurados em contato por telefone ou *e-mail*, por clientes que dizem ter tomado conhecimento da prestação de serviços por meio de outros clientes de fora do estado. Observando que grande parte dos entrevistados tem seus principais clientes localizados

fora do estado do Paraná (vide Quadro 14), podemos ratificar a percepção dos entrevistados de que a fama e a reputação vão além da localidade em questão.

Curiosamente um dos entrevistados, informou que a reputação externa do município se deu pelo trabalho do professor aposentado da UEM, Dr. Ivan Knout que formou milhares de desenvolvedores maringaenses, com cursos rápidos e direcionados ao mercado e que esses desenvolvedores foram absorvidos pelo mercado de trabalho de diferentes estados, principalmente São Paulo. Dessa forma, a mão de obra qualificada originada de Maringá também serviu para a divulgação do município no tema tecnologia da informação.

Um dos empresários também afirmou que sua empresa recebeu prêmios de inovação nacionais, disponibilizando livros e revistas para comprovação da afirmação.

Outros empresários também afirmaram que Maringá é o segundo município do país com mais certificações nacionais na área de tecnologia da informação, segundo o SOFTEX, e que essas certificações repercutem em notícias, convites para eventos, novas demandas de clientes e de parcerias em projetos, tudo isso em nível nacional.

Um diretor executivo da SBM informou ainda que recebeu ofício do governo do Paraguai para integração entre atividades empresariais e que é de interesse uma parceria para que as empresas maringaenses forneçam serviços e capacitações às empresas daquele país. Todavia, o diretor não soube informar quando foi o primeiro contato do grupo paraguaio, que provavelmente foi por notícias da mídia.

Conforme os relatos coletados, é possível concluir que seria passível o cumprimento do requisito quanto ao fato do setor ter se tornado conhecido, no caso da formulação de um possível pedido de indicação de procedência. Todavia, se faz necessário a reunião destes documentos que comprovem a reputação alegada pelos entrevistados.

A questão 8 tinha por objetivo verificar o grau de importância atribuído à um sinal distintivo de uso coletivo para o setor de tecnologia da informação de Maringá, com as opções: nenhum; visibilidade externa da tradição na prestação de serviços; vantagens de marketing; atração de novas empresas; maior cooperação entre os prestadores de serviços; desenvolvimento regional; e capacidade de controle e organização na prestação do serviço. O resultado está apresentado no gráfico a seguir:

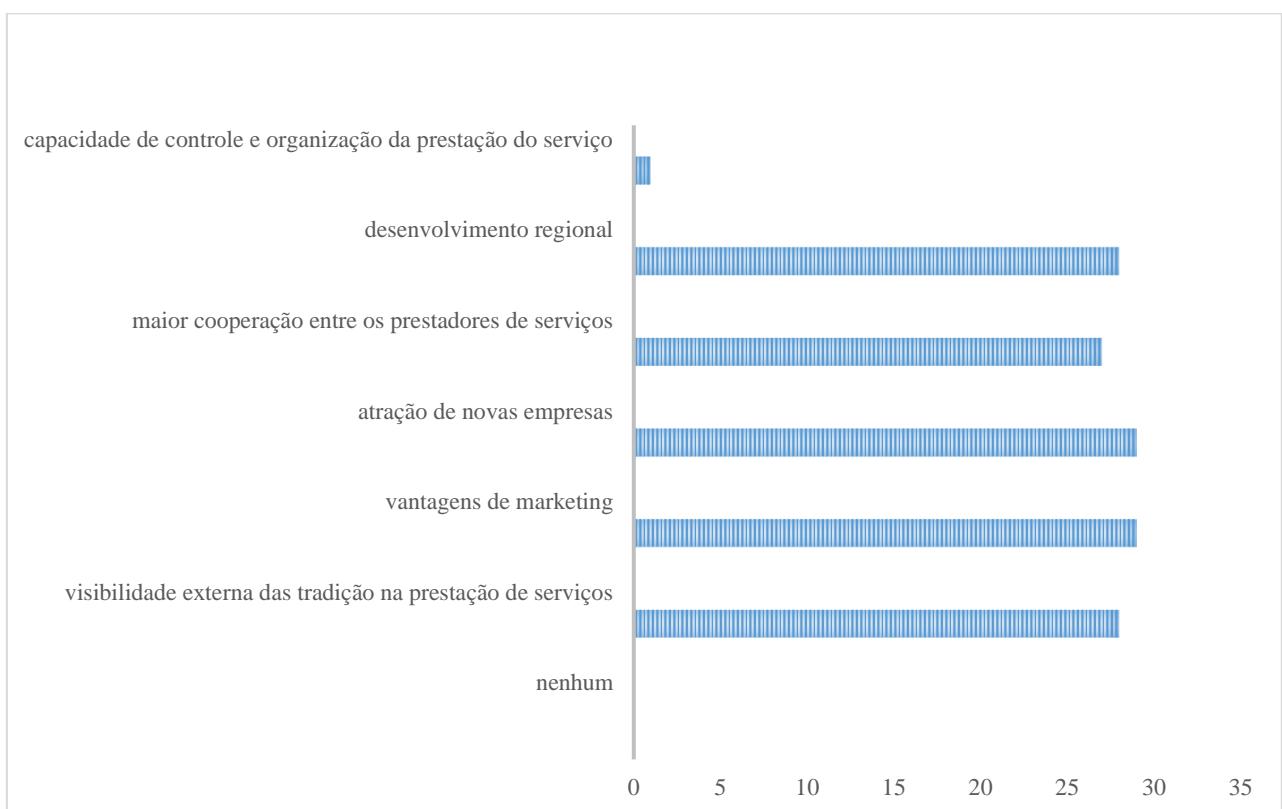


Gráfico 9: Retorno esperado com a construção de um sinal distintivo coletivo para o setor de TI de Maringá. Fonte: Pesquisa Própria.

Todos os entrevistados reconheceram que, com uma estratégia de marketing e divulgação eficientes poderão ser alcançadas as alternativas, a visibilidade externa da tradição na prestação de serviços, as vantagens de marketing, a atração de novas empresas, a maior cooperação entre os prestadores de serviços e consequente o desenvolvimento regional. No mesmo sentido, não houve quem considerasse que não haverá possibilidade nenhum retorno com a criação de um

sinal distintivo coletivo. Os entrevistados também não concordam que o sinal distintivo possa trazer alguma capacidade de controle na prestação do serviço, característica que é atribuída à indicação geográfica.

A nona e última pergunta da entrevista quanto à escolha de um sinal distintivo diz respeito à elaboração do caderno de especificação técnica (IG) ou regulamento de utilização (MC). As respostas ficaram divididas entre posso colaborar, se necessário e gostaria de colaborar. Nenhum entrevistado se declarou indisponível para colaborar com a criação das regras de uso do sinal distintivo coletivo.

Além das respostas demonstradas ao longo deste item, foi possível perceber, durante as entrevistas, um certo entusiasmo dos empresários para a obtenção de um sinal distintivo coletivo que representasse as conquistas advindas do associativismo. Aparentemente, o setor espera crescer gradativamente e manter a concepção de cooperação. Mesmo os poucos empresários que não estão realizando atividades em parceria, seja com entidades de apoio ou com outras empresas do setor, declararam que pretendem agregar esse tipo de atividade brevemente.

Portanto, foi possível concluir que a construção de um sinal distintivo para o setor de tecnologia da informação do município de Maringá é algo desejado pelos empresários e possível de ser alcançado dada a organização e união do setor.

CONCLUSÕES

Esta pesquisa buscou avaliar sobre a possibilidade de escolher um sinal distintivo de uso coletivo para identificação o setor de tecnologia da informação do município de Maringá, observando o histórico, as características e a importância que este setor representa para a economia do município. Para tanto, como parte da pesquisa, foram realizadas entrevistas junto a uma amostragem das empresas do setor, com a finalidade de aferir as expectativas dos empresários em relação à construção do sinal, bem como a disposição para o desenvolvimento do mesmo. Tendo sempre em perspectiva as características dos dois sinais existentes na legislação brasileira, quais sejam, a marca coletiva e indicação geográfica.

Pontuou-se que o município de Maringá é um município relativamente novo, localizado no interior do Paraná, região de origem essencialmente agrícola, mas que foi previamente planejado e projetado para ser um centro de investimentos, sendo que nos anos de 2017 e 2018 foi considerado o melhor lugar do país para se viver, conforme uma pesquisa da consultoria Macroplan.

Verificou-se que setor da tecnologia da informação tem uma participação importante na economia do município e, além disso, é um setor estratégico para o desenvolvimento de quaisquer outras áreas industriais ou de serviços, colaborando no desenvolvimento tecnológico do município como um todo. Ademais, é um setor que necessita de mão de obra qualificada, o que fez com que cursos técnicos, de graduação e de pós-graduação crescessem concomitantemente com o setor. Sendo que a área educacional é a razão, inclusive, do próprio surgimento do aglomerado empresarial existente, que, conforme exposto, iniciou-se com um curso de Ciências da Computação no ano de 1974.

A partir de um estudo realizado pelo IPARDES e pela UEM em 2006, verificou-se que naquele ano existiam 23 empresas cadastradas no RAIS/MTE, sendo que, em 2017 o cadastro apontava 188 empresas, ou seja um crescimento bastante considerável para o período de 11 anos. O referido estudo teve bastante relevância para esta pesquisa, tendo em vista que o mesmo concluiu, dentre outras questões, que o principal problema do setor em 2006 era a falta de integração empresarial, a ausência da cultura de associativismo, além de a necessidade de criação de uma entidade que representasse o setor.

Imediatamente posterior ao estudo IPARDES/UEM, foram criados a Software By Maringá (SBM), fundada pelos empresários do setor e o APL de Software, administrado em parceria com o SEBRAE Maringá. A SBM, conforme relatado por todos os empresários entrevistados, foi fundamental para uma série de conquistas do setor, para a promoção da integração, bem como do associativismo entre os empresários, para angariar apoio de diferentes instituições e também do governo. E até mesmo, promover a capacitação dos empresários e de seus funcionários, com a promoção de cursos, palestras e eventos.

Atualmente, o setor de tecnologia da informação de Maringá ostenta uma série de êxitos, dentre eles, a criação de lei para redução de impostos municipais, a colocação nacional em segundo lugar referente às empresas que mais recebem certificações específicas do setor e o recebimento de um terreno junto ao parque tecnológico do município para a construção da sede própria da SBM.

Tendo em vista este contexto e reputação positivos do setor de tecnologia da informação, a presente pesquisa buscou averiguar a possibilidade de escolha de um sinal distintivo de uso coletivo, previsto no ordenamento jurídico da propriedade industrial, para a identificação do setor.

Conforme exposto no Capítulo 2, a propriedade industrial nasceu das necessidades do comércio (marcas e sinais distintivos) e para promover o desenvolvimento tecnológico (patentes e desenhos industriais). Tornou-se um instituto jurídico que deu *status* de propriedade para todos os seus instrumentos, isso em um contexto mundial bastante discutido entre as nações.

Observou-se, por meio da revisão da legislação e da literatura existentes sobre marca coletiva e da indicação geográfica, que, questões como vantagens competitivas, diferenciação mercadológica e desenvolvimento econômico regional são intrínsecas ao uso e registro deste tipo de sinal. Porém, são registros que demandam organização conjunta, pois exigem a criação de regras de uso. No caso da indicação geográfica exige-se ainda uma estrutura de controle, uma delimitação da localidade oficial, a descrição dos serviços prestados e a comprovação da fama e da reputação, para caso específico da requisição de uma indicação de procedência.

Dessa forma, observando estas características da marca coletiva e da indicação geográfica, esta pesquisa realizou entrevistas com os empresários do setor com a finalidade de aferir o interesse e disponibilidade em requerer um suposto registro, e as expectativas em relação ao sinal coletivo, tanto na questão de quem ele deve representar, quando na justificativa, relacionada aos possíveis retornos esperados com a obtenção de um desses sinais.

Nas entrevistas realizadas, observou-se que opiniões se dividem quanto ao uso do sinal, se seria para a representação de todos os empresários, sem distinção, ou se deve identificar os associados da SBM. Da mesma forma, a justificativa para um desses registros ficou dividida, se a mesma provém da atuação da SBM, realizada nos últimos anos ou se é o conjunto de fatores locais que destaca o setor como um todo.

Os entrevistados foram unânimes em reconhecer que a atuação da SBM foi fundamental para se formar o polo de tecnologia da informação existente no município. Porém, todos também consideraram que Maringá, pela qualidade de vida, pela localização, pela organização da sociedade e pela existência entidades de apoio tem papel estratégico no desenvolvimento do setor.

Dessa forma, no tocante à justificativa e à representação do sinal, entendeu-se que há possibilidade para a construção de qualquer dos dois institutos, marca coletiva ou indicação geográfica, ou até mesmo os dois, já que não são excludentes.

Em relação aos requisitos específicos mais complexos da indicação geográfica, quais sejam, comprovação da fama e a existência de uma estrutura de controle, a questão da fama, segundo os entrevistados, parece uma questão pacificada, tendo em vista os empresários identificarem que a reputação externa é real e que seria simples realizar tal comprovação. Por outro lado, a criação de uma estrutura de controle, bem como sujeitar-se a esse controle relevou-se como o requisito que os empresários estariam menos dispostos a cumprir.

Contudo, todos os empresários entrevistados concordam que um sinal coletivo seria importante para ampliar visibilidade externa da tradição na prestação de serviços, criar vantagens de *marketing*, atrair de novas empresas, propiciar maior cooperação entre os prestadores de serviços e consequentemente,

propiciar maior desenvolvimento do setor, bem como auxiliar no desenvolvimento regional. Isso de acordo com o uso e estratégia que deverão ser criadas pelos empresários, já que um sinal distintivo concedido, ao qual não fosse aplicada uma estratégia de gestão do mesmo, não seria capaz de propiciar qualquer vantagem.

Portanto, verificou-se, por meio desta pesquisa, que o setor de tecnologia da informação do município de Maringá, segundo os empresários entrevistados, tem o associativismo e a cooperação como bases de seu crescimento, características estas que foram viabilizadas por meio da fundação da Software By Maringá a partir do ano de 2007. Verificou-se ainda que o setor já possui a reputação para além da localidade, tendo a mesma alcance externo ao ambiente regional e que existe o anseio dos empresários em projetar ainda mais os serviços prestados para fora do município e preservar a cultura associativista que foi crucial para que o setor prosperasse.

Dessa forma, a escolha de um sinal distintivo de uso coletivo que represente a história e anseios do setor se apresenta-se como um grande aliado junto às estratégias de crescimento, pois visam consolidar as atividades coletivas e a diferenciação mercadológica.

Quanto à escolha do sinal distintivo mais adequado para identificar o setor de tecnologia da informação do município de Maringá, se marca coletiva ou se indicação geográfica, verificou-se que existe a possibilidade dos dois institutos, de acordo com as entrevistas realizadas, desde que os empresários se organizem em estruturar uma forma de controle para os usuários da indicação geográfica. Sendo que foi, inclusive, a sugestão de dois entrevistados, que a empresa que desejasse usar o “selo” se sujeitasse à alguma certificação.

Neste sentido, a marca coletiva se apresenta como algo mais imediato e que pode acentuar ainda mais a importância da SBM, já que esta seria a detentora da marca. Já a indicação geográfica precisa se levada há um discussão mais aprofundada junto aos empresários.

REFERÊNCIAS

ÂNGULO, A. C. U. **As marcas de certificação.** Tese. Programa de Doutorado em Direito. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2015.

ÁVILA, C. **Os sinais distintivos como diferencial de um segmento mercadológico.** In: PIDCC, Aracaju, Ano III, Edição nº 07/2014, p.150 a 177 Out/2014. Disponível em <http://pidcc.com.br/artigos/072014/06082014.pdf>. Acesso em 26 de maio de 2019.

BARBOSA, D. B. **Da titularidade múltipla das indicações geográficas.** Rio de Janeiro: 2014. Disponível em http://denisbarbosa.addr.com/arquivos/200/propriedade/da_titularidade_multipla.pdf. Acesso em 11 de agosto 2019.

BARBOSA, D. B. **O Direito Constitucional da Inovação.** Rio de Janeiro: 2006. Disponível em: <http://denisbarbosa.addr.com/inovaconst.pdf>. Acesso em 12 maio de 2019.

BARBOSA, D. B. **Uma introdução à propriedade intelectual:** introdução, aspectos constitucionais, direito internacional, teoria da concorrência, Patentes, segredo industrial, cultivares, topografia de semicondutores, proteção de conhecimento e criações tradicionais, conceito de propriedade industrial e transferência de tecnologia. 2.ed. Rio de Janeiro: Lumens Júris, 2003.

BARBOSA, P. M. S; DUPIM, L. C.; PERALTA, P. P. Marcas e Indicações Geográficas: conflitos de registrabilidade nos 20 anos da LPI. In: LOCATELLI, L. (Org). **Indicações Geográficas: desafios e perspectivas nos 20 anos da Lei de Propriedade Industrial.** Rio de Janeiro: Editora Lumen Júris. 2016. p. 157-188.

BRASIL. Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio. Promulgada pelo Decreto n.º 1.355/1994. Brasília, 1994.

BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil, com as alterações determinadas pelas Emendas Constitucionais de Revisão nos 1 a 6/94, pelas Emendas Constitucionais nos 1/92 a 91/2016 e pelo Decreto Legislativo no 186/2008. Brasília, 2016.

BRASIL. Convenção da União de Paris. Promulgada pelo Decreto n.º 75.572/1975. Brasília, DF: Congresso Nacional. Atos do Poder Legislativo. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 08 de abril de 1975.

BRASIL. Convenção de Berna. Promulgada pelo Decreto n.º 75.699/1975.), Brasília, DF: Congresso Nacional. Atos do Poder Legislativo. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 06 de maio de 1975.

BRASIL. Lei n.º 5.988/1973, Brasília, DF: Congresso Nacional. Atos do Poder Legislativo. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 14 de dezembro de 1973.

BRASIL. Lei de Direitos Autorais (Lei n.º 9.610/1998), Brasília, DF: Congresso Nacional. Atos do Poder Legislativo. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 19 de fevereiro de 1998.

BRASIL. Lei da Propriedade Industrial (Lei n.º 9.279/1996), Brasília, DF: Congresso Nacional. Atos do Poder Legislativo. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 15 mai. 1996

BUAINAIN, A. M.; CARVALHO, S. M. P. Propriedade Intelectual em um Mundo Globalizado. Rio de Janeiro, 2000.

CARVALHO, M. M. Marcas coletivas – breves considerações. In: ASCENSÃO; J. O. (Org.). Direito Industrial - APDI. Lisboa, Portugal: Almedina, 2008.

CERQUEIRA, João da Gama. Tratado de propriedade industrial. 2^a ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2012, Volume I.

CERQUEIRA, João da Gama. Tratado de propriedade industrial. 2^a ed. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2012, Volume II, Tomo II.

CMNP. Colonização e Desenvolvimento do Norte do Paraná, Publicação comemorativa do Cinquentenário da Companhia Melhoramentos do Norte do Paraná. 3^a ed. 2013. Disponível em: <http://www.cmnp.com.br/melhoramentos/50anos-cmnp/files/CMNP.pdf>. Acesso em 12 de abril de 2019.

COSTA, Christiane M.M.A. As Indicações Geográficas (IGs) e o Comércio Justo como Práticas de Responsabilidade Social. VII Congresso Nacional de Excelência em Gestão. Florianópolis, SC, Brasil, 12 e 13 de Agosto 2011.

DALLABRIDA, Valdir Roque (org). **Desenvolvimento Territorial:** políticas públicas brasileiras, experiências internacionais e indicação geográfica como referência. São Paulo: Liberarts, 2014.

D'HANENS, Letitia M. A. P. **Indicações Geográficas.** In: JABUR, W. e SANTOS M. (Orgs.). Propriedade Intelectual: Sinais Distintivos e Tutela Judicial e Administrativa. São Paulo: Saraiva, 2007.

DUPIM, Luiz Cláudio de Oliveira. **Indicações geográficas e o desenvolvimento local:** estudo exploratório e comparativo das indicações geográficas Vale dos Vinhedos, Região do Cerrado Mineiro e Paraty. 2015. Tese (Doutorado em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento) - Universidade Federal do Rio de Janeiro. 2015.

FERNANDES, L.R. Et al. **A Lei de Propriedade Industrial e a proteção das Indicações Geográficas (IGs) no Brasil no período de 1996 a 2016:** a atuação do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) In: LOCATELLI, L. (Org). Indicações Geográficas: desafios e perspectivas nos 20 anos da Lei de Propriedade Industrial. Rio de Janeiro: Editora Lumen Júris. 2016. p. 17-32.

FIGUEIRAS, G.D. **Cluster Industrial: Organização e Cooperação Interempresas no Pólo Industrial Calçadista de Birigui – São Paulo – Brasil.** Araçatuba v. 4, n.4.

GUIMARÃES, DANTAS, LIMA. **O Desenho Industrial e a sua Importância para a Competitividade de Mercado.** PIDCC: Ano IV, Volume 09 nº 02, p.151 a 171, Aracajú. 2015.

IDS - Instituto Danneman Siemsen de Estudos de Propriedade Intelectual. **Comentários à Lei de Propriedade Industrial.** Rio de Janeiro: Renovar, 2005.

INPI. **Instrução Normativa nº 19**, de 18 de março de 2013, Dispõe sobre a apresentação e o exame do regulamento de utilização referente à marca coletiva. Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/legislacao-1/instrucao_normativa_19-2013-regulamento_de_utilizacao.pdf>. Acesso em: 07 de julho de 2019.

INPI. **Instrução Normativa nº 95**, de 28 de dezembro de 2018, Estabelece as condições para o registro das Indicações Geográficas. Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/indicacao-geografica/legislacao-indicacao-geografica-1>>. Acesso em: 07 de julho de 2019

IPARDES. Arranjo Produtivo Local de Software de Maringá: Estudo de Caso. Curitiba, 2006. Disponível em: <http://www.ipardes.gov.br/biblioteca/docs/apl_software_maringa.pdf>. Acesso em: 07 de fevereiro de 2019

JUNGMANN, D.M. e BONETTI, E.A. **Inovação e propriedade intelectual:** guia para o docente. Brasília: SENAI, 2010.

KUPFER, D. e HASENCLEVER, L. **Economia Industrial:** Fundamentos teóricos e práticos. 2ª Edição, Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

LAMPREIA, L. F. P. **Resultados da Rodada Uruguai:** uma tentativa de síntese. Estudos Avançados. Vol.9 n.º.23. São Paulo: Scielo, 1995.

LOCATELLI, L. **Indicações Geográficas:** a proteção jurídica sob a perspectiva do desenvolvimento econômico. Curitiba: Juruá, 2008.

LUZ, F. **O Fenômeno Urbano numa Zona Pioneira:** Maringá. Maringá: A Prefeitura, 1997;

MAPA - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio:** Módulo II, indicação geográfica; Luiz Otávio Pimentel (Org.) – 4ª ed., Florianópolis: FUNJAB, 2014. Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br/assuntos/sustentabilidade/indicacao-geografica/arquivos-publicacoes-ig/livro-curso-de-propriedade-intelecual-inovacao-no-agronegocio-modulo-ii-indicacao-geografica.pdf/view>. Acesso em 12 maio de 2019.

MASTERPLAN - Suporte ao planejamento socioeconômico de Maringá, Maringá 2047 - Uma visão de futuro. Maringá, 2017. Disponível em <http://www2.maringa.pr.gov.br/sistema/arquivos/masterplan/masterplan.pdf>. Acesso em 24 de abril de 2019.

MEDEIROS, J. A. **Estruturas e espaços voltados à inovação e parceria:** papel dos pólos e parques tecnológicos. In PALADINO, G. G.; MEDEIROS, L. A. Parques tecnológicos e meio urbano: artigos e debates. Brasilia: Anprotec, 1997.

NIEDERLE, P. A. **Desenvolvimento, instituições e mercados agroalimentares:** o uso das indicações geográficas. In: DALLABRIDA; V. R. (Org.). Desenvolvimento territorial: políticas públicas brasileiras, experiências internacionais e a Indicação Geográfica como referência. São Paulo: Liberarts, 2014.

O'CONNOR. **Geographical indications and TRIPs: 10 Years Later... A roadmap for EU GI holders to get protection in other WTO Members.** Comunidade Europeia, 20___. Disponível: <http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2007/june/tradoc_135088.pdf>. Acesso em 21 de julho de 2019.

PIRES, A.P. **Amostragem e pesquisa qualitativa:** ensaio teórico e metodológico. In: POUPART, Jean; et al. **A pesquisa qualitativa enfoques epistemológicos e metodológicos.** Ed Vozes, 2008.

PORTO, Patrícia C.R. **Quando a propriedade intelectual representa qualidade:** Marcas Coletivas, Marcas de Certificação e Denominações de Origem. 1ª Edição – Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2011.

PORUGAL. **Acordo de Lisboa relativo à protecção das denominações de origem e ao seu registo internacional e o seu Regulamento de Execução** (Decreto-Lei n.º 46852) Paços do Governo da República, 2 de Fevereiro de 1966. Disponível em <http://gddc.ministeriopublico.pt/sites/default/files/documentos/instrumentos/dl46852.pdf>. Acesso em 11 de julho de 2019.

REVEZ, Jorge. **Papel das Associações de Desenvolvimento Local e Regional, como estrutura organizacional e funcional inovadora de gestão do desenvolvimento local:** a experiência portuguesa do Alentejo. In: DALLABRIDA; V. R. (Org.). Desenvolvimento territorial: políticas públicas brasileiras, experiências internacionais e a Indicação Geográfica como referência. São Paulo: Liberarts, 2014.

RODRIGUEZ-POSE, A. **Conquistas e desafios da prática e investigação académica do desenvolvimento económico local.** Revista@local.glob, Programa Delnet – Centro Internacional de Formação da OIT, Turim, n.º5, 2008.

SCHMIDT, Lélio D. **Princípio Aplicáveis ao Sinais Distintivos.** In: JABUR, W. e SANTOS M. (Orgs.). Propriedade Intelectual: Sinais Distintivos e Tutela Judicial e Administrativa. São Paulo: Saraiva, 2007.

SEED - Secretaria da Educação do Município de Maringá, 2007. Disponível em <http://www.historia.seed.pr.gov.br/modules/noticias/article.php?storyid=14>. Acesso em 12 abril de 2019.

SILVA, C. A. M. **Considerações sobre o Espaço Urbano de Maringá – Pr** (sic): Do Espaço de Floresta à Cidade-Jardim, Representação da “Cidade Ecológica”, “Cidade Verde”. Tese. Programa de Pós Graduação em Engenharia de Produção. Florianópolis, 2006.

SHERWOOD, Robert M. **Propriedade Intelectual e Desenvolvimento Econômico**; tradução de Heloísa de Arruda Villela. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1992.

SOUZA, C. P. **Aporte para Construção Jurídica e Tecnológica de um Núcleo de Propriedade Intelectual**. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.

SUIÇA. **Loi fédérale sur la protection des marques et des indications de provenance**. L’Assemblée fédérale de la Confédération Suisse, 2013. Disponível em <https://wipolex.wipo.int/ru/text/435305>. Acesso em 21 de julho de 2019.

UNCTAD-ICTSD. **Geographical Indications A Review of Proposals at the TRIPS Council: Extending Article 23 to Products other than Wines and Spirits, Project on IPRs and Sustainable Development**. Crans-Gevrier, France, 2003. Disponível em https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ictsd2003ipd4_en.pdf. Acesso em 21 de julho de 2019.

APÊNDICE I

QUESTIONÁRIO PARA CARACTERIZAÇÃO DO SETOR

Nome de empresa:

Nome do responsável:

Telefone:

Grau de escolaridade dos sócios

ensino médio graduação pós graduação

Número de funcionários

até 100 funcionários de 100 a 500 funcionários mais de 500 funcionários

Tempo de abertura

até 5 anos 5 a 10 anos mais de 10 anos

Classificação Empresarial

Micro ou Pequena Empresa Empresa de Pequeno Porte Média ou Grande empresa

Localidade dos principais clientes

Maringá Paraná Outros Estados

Realiza Exportação?

sim não

Estabelece relações de parceria com entidades de apoio em Maringá?

sim não

Quais entidades:

Considera importante o apoio e o estabelecimento de parcerias com entidades de apoio?

() indiferente () importante () muito importante

Você acha que as atividades realizadas pelas instituições de apoio são suficientes para promover capacitação e relacionamento empresas do setor?

() sim () não

Realiza ou já realizou atividades empresarias em conjunto com outros empresários do setor?

() sim () não

Qual o grau de importância sua empresa atribui para o estabelecimento de parcerias com outras empresas do seu ramo de atividade?

() indiferente () importante () muito importante

Qual o grau de importância sua empresa atribui para o estabelecimento de parcerias com empresas de outros ramos empresariais e instituições de apoio?

() indiferente () importante () muito importante

Sua empresa pratica atividades voltadas à inovação?

() sim () não () raramente

Há uma preocupação com propriedade intelectual na empresa?

() sim () não

Quais?

() registro de marca () registro de software () patente () contrato de sigilo e confidencialidade

Já ouviu falar em Marca coletiva ou Indicação Geográfica

() sim () não

Se sim, quando e onde?

ENTREVISTA

A entrevista abordou os empresários com a finalidade de extrair informação de qual registro representa o desejo dos empresários entrevistados para identificar coletivamente o setor. Se a marca coletiva ou a indicação geográfica.

Antes do início das perguntas será feita uma breve explicação do que se trata a IG e a marca coletiva.

Contextualização

Considerando que o município de Maringá tem um APL e um setor de tecnologia da informação considerado muito importante para economia municipal, no tocante a geração de empregos, renda e tributos.

Considerando que o setor vem alcançando premiações nacionais, com empresas voltadas à exportações, ganhando visibilidade que extrapola o limite dos municípios.

Considerando que a organização dos empresários do setor, por meio da APL de Software e da SBM trouxe benefícios a todos os empresários do ramo, como o ISS Tecnológico, um terreno para construção de sede própria da associação no parque tecnológico, dentre outros. Trazendo também benefícios educacionais para o município dada ao aumento de cursos de graduação e pós graduação na área de tecnologia da informação.

Considerando que é um desejo da liderança do setor um sinal distintivo que possa ser usado como estratégia de marketing e ampliação da divulgação das atividades do setor como um todo. Demonstrando a proveniência dos serviços prestados na área tecnológica do município de Maringá.

As perguntas a seguir devem ser respondidas representando sua expectativa, como um empresário do setor de TI de Maringá, quanto aos objetivos e utilização do sinal distintivo coletivo.

1. Você já ouviu falar de registro de sinais que representem uma coletividade?

2. A quem o sinal distintivo para o setor como um todo deve representar?
 - a) Todos os prestadores de serviço do município como um todo.
 - b) A associação Software By Maringá.
 3. O que justifica um registro coletivo para o setor, além do crescimento número de empresas e aprimoramento do serviços construído ao longo dos anos?
 - a) O município de Maringá, por toda a atuação do governo e entidades de apoio.
 - b) A atuação e a organização da Software By Maringá desde sua fundação.
 4. Quem deverá usar o sinal distintivo, caso venha a ser pleiteado e registrado?
 - a) Todos os prestadores de serviços de TI de Maringá, sem distinção, desde que cumpram condições preestabelecidas.
 - b) Todos os associados da SBM, desde que cumpram condições preestabelecidas.
 5. O município de Maringá, como local geográfico, contribuiu para que se formasse o polo de prestação de serviços de TI, no qual existe hoje?
- Se sim, como se dá esta contribuição e quais são os diferenciais da localidade?
6. A atuação da SBM contribuiu para que se formasse o polo de prestação de serviços de TI, no qual existe hoje?

7. Você considera a reputação e reconhecimento do setor de TI de Maringá algo interno ao município ou já existe uma formação da reputação externa?

Se sim, diga como você acha que tal reputação externa aconteceu e qual seria a dimensão da mesma

8. Qual o retorno esperado com a obtenção do registro?

- () nenhum
- () visibilidade externa da tradição na prestação de serviços
- () vantagens de *marketing*
- () atração de novas empresas
- () maior cooperação entre os prestadores de serviços
- () desenvolvimento regional
- () capacidade de controle e organização na prestação do serviço

9. Qual a sua disponibilidade em colaborar com a elaboração das regras para o uso do “selo”?

- () nenhuma
- () posso colaborar, se necessário
- () gostaria de colaborar

10. Em 2006 o Ipardes e a UEM realizam um estudo para caracterizar o setor de TI de Maringá, os principais problemas levantados estão relacionados abaixo, você entende que o problema continua, se agravou, se amenizou, foi eliminado ou continua

1. Falta de interação empresarial;

- () Indiferente; () Melhorou; () Ainda é problema; () Não é mais um problema

2. Inexistência de entidade de classe específica;

() Indiferente; () Melhorou; () Ainda é problema; () Não é mais um problema

3. Carga tributária elevada;

() Indiferente; () Melhorou; () Ainda é problema; () Não é mais um problema

4. Falta de linha de crédito específica para o setor;

() Indiferente; () Melhorou; () Ainda é problema; () Não é mais um problema

5. Falta de cursos de qualificação para formação técnica;

() Indiferente; () Melhorou; () Ainda é problema; () Não é mais um problema

6. Inexistência de articulação com outros setores produtivos;

() Indiferente; () Melhorou; () Ainda é problema; () Não é mais um problema

7. Êxodo de mão de obra especializada;

() Indiferente; () Melhorou; () Ainda é problema; () Não é mais um problema

8. Dificuldade de contratação com o setor público;

() Indiferente; () Melhorou; () Ainda é problema; () Não é mais um problema

9. Falta de apoio às exportações;

() Indiferente; () Melhorou; () Ainda é problema; () Não é mais um problema

10. Falta de canais de comunicação com todas as esferas do poder público;

() Indiferente; () Melhorou; () Ainda é problema; () Não é mais um problema

11. Concorrência desleal;

() Indiferente; () Melhorou; () Ainda é problema; () Não é mais um problema

12. Necessidade de cursos de pós-graduação;

() Indiferente; () Melhorou; () Ainda é problema; () Não é mais um problema

13. Necessidade de apoio de instituições públicas de apoio tecnológico e infraestrutura;

() Indiferente; () Melhorou; () Ainda é problema; () Não é mais um problema

14. Pirataria;

() Indiferente; () Melhorou; () Ainda é problema; () Não é mais um problema

15. Falta de coordenação para ações conjuntas;

() Indiferente; () Melhorou; () Ainda é problema; () Não é mais um problema

16. Implementação de políticas de incentivo ao uso de software livre;

() Indiferente; () Melhorou; () Ainda é problema; () Não é mais um problema

17. Apoio à regulamentação das profissões s de Tecnologia da Informação;

() Indiferente; () Melhorou; () Ainda é problema; () Não é mais um problema

18. Cursos superiores adequados para inserção imediata dos formandos no processo produtivo;

() Indiferente; () Melhorou; () Ainda é problema; () Não é mais um problema

19. Interação entre universidade e empresas;

() Indiferente; () Melhorou; () Ainda é problema; () Não é mais um problema

20. Auxílio na divulgação da existência das empresas maringaenses de software;

() Indiferente; () Melhorou; () Ainda é problema; () Não é mais um problema

21. Recursos públicos para pesquisa.

() Indiferente; () Melhorou; () Ainda é problema; () Não é mais um problema

APÊNDICE II

RELAÇÃO DAS EMPRESAS ENTREVISTADAS

1. Accion Sistemas de Gestão LTDA
2. Agrosight Soluções para Monitoramento Agrícola LTDA
3. Alec Sistemas Maquito LTDA
4. Be Atual Sistemas LTDA
5. Buy Soft do Brasil LTDA
6. Byte a Byte LTDA
7. Cerprosoft LTDA
8. Coopertec Tecnologia da Informação LTDA
9. DB1 Global Software S/A
10. Elotech Gestão Pública LTDA
11. Engine Market Automatizada LTDA
12. Ingapag Sistemas LTDA
13. Laço Digital LTDA
14. Lean Tecnologia e Engenharia LTDA
15. MGA Gestão Pública
16. NS Seg LTDA
17. Qitt LTDA
18. Sabium Sistemas e Tecnologia LTDA
19. Santos e Calessó LTDA
20. Seebot Soluções Inteligentes LTDA
21. SG Sistemas de Automação LTDA
22. Target Sistemas LTDA
23. Tecnospeed S/A
24. Valuu Tecnologia LTDA
25. Verifact Tecnologia LTDA
26. W3llcome LTDA
27. Yamada Educação LTDA
28. Zatux LTDA