

País deve seguir o exemplo da Fifa

GABRIEL LEONARDOS

A Copa do Mundo está permitindo que nós, brasileiros, constatem a importância da proteção jurídica aos direitos de propriedade intelectual. Este megaevento é responsável por mais de 90% de todas as receitas da Fifa (as quais são usadas para organizar eventos em todos os continentes e desenvolver o esporte com eficiência inegável), e ele não seria possível sem que existisse a proteção efetiva aos direitos sobre as marcas da Fifa e uma eficaz repressão ao marketing de emboscada. Neste ponto é importante ressaltar que é livre o uso de futebol na publicidade, e que o que não pode existir é que o anunciante faça uma associação com a Copa do Mundo, de modo a induzir terceiros a acreditar que os produtos ou serviços são aprovados, autorizados ou endossados pela Fifa, quando não o são.

Em boa hora o Congresso aprovou a Lei da Copa, que trouxe para o nosso sistema jurídico medidas necessárias à realização deste evento excepcional; a rigor, porém, muitos elementos do texto poderiam e deveriam integrar a nossa

legislação ordinária, pois eles trazem relevantes benefícios ao desenvolvimento econômico. Ocorre que, na medida em que a receita de venda de ingressos é pequena diante das necessidades financeiras do evento, passa a ser indispensável que exista um financiamento externo através dos patrocinadores da Fifa. Ora, nenhuma empresa faria um investimento em patrocínio se soubesse que todos os seus concorrentes poderiam adotar idêntica estratégia em sua publicidade sem precisar gastar nem um centavo. Por tal motivo, a defesa que a Fifa faz de suas marcas e as medidas tomadas para reprimir o marketing de emboscada são indispensáveis para a viabilidade do evento: pode-se dizer, sem qualquer sombra de dúvida, que se não existir uma efetiva proteção à propriedade intelectual a Copa, tal como a conhecemos hoje, não poderia jamais ser realizada, nem no Brasil nem em qualquer país.

Este deverá ser um importante legado que a

Copa nos deixará: a compreensão do efeito multiplicador para a economia da proteção à propriedade intelectual. Imagine, leitor, que você está dirigindo seu carro e nele, inesperadamente, entra um “carona” sem a sua permissão; beneficiar-se com o uso de marca ou criação intelectual alheia sem a permissão do dono é a mesma coisa. A propriedade intelectual estimula investimentos produtivos, pois assegura o retorno financeiro a quem os realiza.

Em diversos campos da economia, o Brasil possui um imenso potencial de crescimento que não irá se realizar sem que haja o fortalecimento do sistema nacional de proteção à propriedade intelectual. Há movimentos fortes em nosso país para reduzir a propriedade intelectual e aumentar o espaço do domínio público: isso parece algo simpático, mas é totalmente ineficaz para galvanizar investimentos. A maior importância para o domínio público consiste na pressão que ele indiretamente exerce sobre os

empresários para que estes realizem rapidamente os investimentos produtivos baseados em suas patentes, tendo em vista que a proteção patentária é temporária.

Devemos imitar o exemplo do futebol e incentivar com patentes as vantagens competitivas nacionais (por exemplo na área de biotecnologia vegetal e animal, entre outras), para deixarmos de ser um país irrelevante em número de patentes internacionais. Atualmente, em matéria de patentes estamos em uma posição incompatível com o tamanho da economia brasileira, que é a sétima maior do mundo. Em 2012 foram depositadas 587 patentes internacionais oriundas do Brasil, enquanto que todas as seis economias maiores que a nossa tiveram números largamente superiores (número de patentes em 2012, por ordem do PIB: EUA: 51.207; China: 18.627; Japão: 43.660; Alemanha: 18.855; França: 7.739; e Inglaterra: 4.895). Este é um jogo que estamos perdendo, e que temos que virar. ●

Gabriel Leonardos é advogado e presidente do Comitê de Propriedade Industrial da OAB/RJ

N. da R.: Veríssimo escreve, temporariamente, no caderno Copa 2104

DEMÉTRIO MAGNOLI

A narrativa ausente

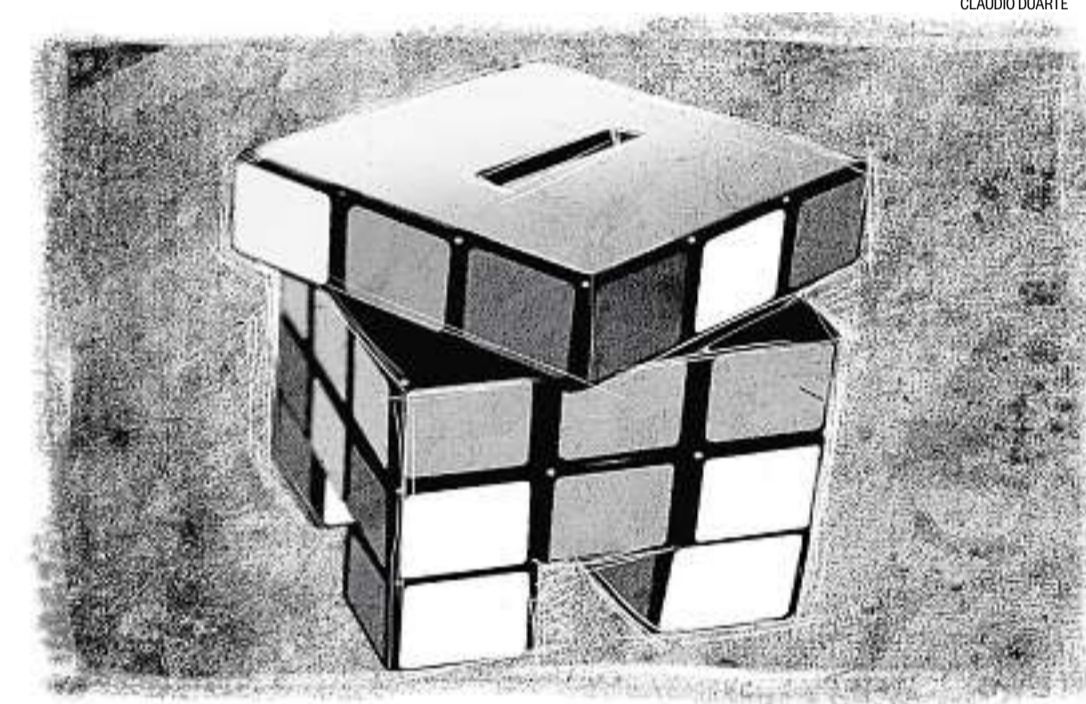
‘Decifra-me ou devoro-te!’ O eco do desafio mitológico da esfinge de Tebas acompanha a divulgação das sondagens eleitorais. Na etapa final da campanha, não existem enigmas difíceis: a trajetória das intenções de voto diz tudo o que importa. Contudo, nas etapas prévias, o panorama é mais complexo. Os analistas têm destacado as informações sobre a vontade de mudança do eleitorado e os índices de rejeição da presidente que busca a reeleição. São dados relevantes na equação, mas não deveriam obscurecer um outro, que configura um paradoxo: o crescimento das intenções de voto nos candidatos de oposição continua longe de refletir a vontade majoritária de mudança. Se não interpretarem corretamente o paradoxo, os opositoristas oferecerão a Dilma Rousseff um triunfo que ela não pode obter por suas próprias forças.

Publicamente, o PSDB e o PSB asseguram que o crescimento das candidaturas de Aécio Neves e Eduardo Campos é só uma questão de tempo — ou seja, de exposição no horário eleitoral. Na hipótese benigna, eles não acreditam nisso, mas falam para animar suas bases. A hipótese maligna é que se refugiam no pensamento mágico, acalentando o sonho de uma vitória por *default*. De um modo ou de outro, parecem longe de admitir o que as sondagens eleitorais insistem em demonstrar: ambos carecem de uma narrativa política capaz de traduzir o desejo majoritário de mudança.

A candidatura de Eduardo Campos sofre de um mal de origem. O ex-governador de Pernambuco era, até ontem, um “companheiro de viagem” do lulismo, e sua vice, Marina Silva, fez carreira política no PT, ainda que sua dissidência já tenha uma história. Desse mal, decorre um frágil discurso eleitoral: a “terceira via”, ao menos na versão de Campos, é um elogio do “lulismo sem Dilma”. O discurso viola a verdade política, pois o governo Dilma representa, em todos os sentidos, o prolongamento dos mandatos de Lula. De mais a mais, é inverossímil, pois o eleitorado aprendeu que “Lula é Dilma” e “Dilma é Lula”.

A candidatura de Aécio Neves sofre de um mal distinto, evidenciado nas campanhas presidenciais de Geraldo Alckmin, em 2006, e de José Serra, em 2010: o PSDB não sabe explicar o motivo pelo qual quer governar o país. Oito anos atrás, Alckmin apostou suas chances na tecla da denúncia de corrupção. Há quatro anos, Serra investiu nas suas qualidades pessoais (a “experiência”) e no tema da “gestão eficiente”. A despolitização do discurso dos tucanos refletiu-se na apagada atuação parlamentar de Aécio, que nem sequer tentou transformar sua tribuna no Senado em polo de difusão de uma mensagem oposicionista. Não é fortuito que, a essa altura da corrida presidencial, suas intenções de voto permaneçam tão abaixo dos índices de rejeição à candidatura de Dilma.

O PSDB tem algo a aprender com o PT. Nos seus anos de oposição, o PT construiu uma nar-



CLAUDIO DUARTE

rativa sobre o governo e a sociedade que, mesmo se mistificadora, sintetizava uma crítica fundamental às políticas de FH e indicava um rumo de mudança. Naquele tempo, o PT dizia que os tucanos governavam para a elite, acentuavam as desigualdades sociais e, no programa de privatizações, queimavam o patrimônio público no altar dos negócios privados. O PSDB desperdiçou seus anos de oposição sem fazer a defesa do legado de FH, propiciando a cristalização da narrativa petista. Consequência disso, não formulou uma crítica de conjunto aos governos lulopetistas, limitando-se a aguardar que, num passe de mágica, o poder retornasse às suas mãos. Agora, Aécio só triunfará se produzir, em escassos meses, a narrativa que seu partido não elaborou ao longo de 12 anos.

PSDB desperdiçou seus anos de oposição sem fazer a defesa do legado de FH, propiciando a cristalização da fala petista

Lula disse, várias vezes, e com razão, que “os ricos nunca ganharam tanto dinheiro como nos seus governos”. O PT governa para a elite, subsidiando pesadamente o grande capital privado enquanto distribui migalhas do banquete para os pobres, a fim de comprar seus votos. O contraste entre os valores envolvidos no Bolsa Empresário e os dispêndios no Bolsa Família contam uma história sobre o lulismo que o PSDB ocultou enquanto fingia fazer oposição. Terá Aécio a coragem de expô-la, mesmo às custas de desagradar ao alto empresariado?

Nos três mandatos do lulopetismo, o governo

promoveu o consumo de bens privados, descurando-se da geração de bens públicos. Os manifestantes de junho de 2013 foram rotulados pelo PT como “despolitizados” por apontarem essa contradição, levantando as bandeiras da educação e da saúde (“escolas e hospitais padrão Fifa”). No fundo, as multidões que ocuparam as ruas até serem expulsas pelos vândalos e depredadores estavam tomando uma posição sobre as funções do Estado. Terá Aécio a lucidez de reacender esse debate, do qual o PSDB foge sempre que o PT menciona a palavra “privatização”?

O sistema político do país vive um longo outono, putrefazendo-se diante de todos. A “solução” oferecida pelo PT é uma reforma política que acentuaria seus piores aspectos, junto com a renúncia do Congresso à pressão dos “conselhos participativos”. Mas a raiz da crise crônica está fora do sistema político: encontra-se na própria administração pública, aberta de par em par à colonização pelos partidos políticos. Aécio promete operar uma cirurgia puramente simbólica, reduzindo o número de ministérios. Terá ele a ousadia de, desafiando o conjunto da elite política, propor um corte profundo, radical, no número de cargos públicos de livre indicação?

Ano passado, ouvi de uma assessora econômica tucana a profecia de que, antes do fim da Copa, um colapso econômico provocado pela inversão da política monetária americana decidiria a eleição presidencial brasileira. Era um sintoma da persistência do pensamento mágico que hipnotiza o PSDB desde a ascensão de Lula à presidência. Não: o Planalto não cairá no colo de Aécio. Para triunfar, ele precisa oferecer ao país uma narrativa política coerente. ●

Demétrio Magnoli é sociólogo

Brasil, pátria amada Brasil

**IVO PITANGUY E
JACQUELINE PITANGUY**

S taël, nossa querida mãe, tinha orgulho do Brasil, e cantava o Hino Nacional com emoção. Sabia também o Hino da Bandeira, recitava Castro Alves com olhos marejados, conhecia bem nossa história, se orgulhava de suas origens diamantinas de família abolicionista, culta, laica, liberal e libertária. Pessoas como ela fazem falta. Ultimamente vivemos uma destruição cultural do sentido de nação, como se o amálgama que nos constitui como um povo estivesse se desfazendo frente a uma onda crescente de mal-estar com nossa brasilidade, ainda mais achincalhada pela descrença generalizada na nossa capacidade de hospedar a Copa do Mundo.

Hoje, com estádios repletos e generosidade

de gols, transporte funcionando, multidões se deslocando norte a sul com relativa segurança e muita alegria, jornais estrangeiros elogiam o país e devolvem, como num espelho reverso,

Hoje, com estádios repletos e generosidade de gols, transporte funcionando, multidões se deslocando com relativa segurança, jornais estrangeiros elogiam o país

uma imagem positiva de nós mesmos. Imagem ainda frágil, a ser protegida dos desmandos da nossa crítica implacável e persistente ao Brasil, onde tudo é pior que lá fora. A incapacidade de reconhecer avanços fundamen-

tais em nosso processo civilizatório, como a diminuição da pobreza, a ampliação de direitos humanos a partir da Constituição de 1988, liberdades democráticas e instituições políticas mais consolidadas, reduz a imagem do nosso país a suas mazelas, que, sendo reais, não o definem. É meritória a indignação com a corrupção, com a violência, com problemas na saúde e na educação, com preconceitos que ferem o caráter plural de nossa sociedade. Essa indignação nos engrandece. Mas é também meritório reconhecer que vivemos em um sistema democrático que garante a expressão dessa indignação.

Além disso, como diria Staël, a inigualável dimensão e a beleza do Brasil emocionam. ●

Ivo Pitanguy é cirurgião plástico e Jacqueline Pitanguy é socióloga

O idioma do futebol

DEONÍSIO DA SILVA

Na Copa de 62, enfrentando a Inglaterra, Garrincha disse a Didi: “O São Cristóvão está de uniforme novo.” Confundindo uma festa religiosa com a garantia constitucional do habeas corpus, o goleiro Manga declarou aos jornalistas: “O homem disse que, se me suspenderem, ele entra com um Corpus Christi.” Ao lado de tais frases lendárias, temos essas de Armando Nogueira: “Nem tudo o que cai na rede é peixe. Às vezes é frango.”

Cronistas esportivos, notadamente os de futebol, vêm dando impressionante contribuição à língua portuguesa, e não apenas com o anedotário do futebol, esporte que para os brasileiros não é o mesmo que é para o resto do mundo. Entre nós, o futebol ganha transcendências impressionantes e se espalha por outros campos, em velocidade e proporções extraordinárias.

A vitória tem de ser total, absoluta. Ser vice ou ficar em último dá no mesmo, como lembrou José Maria Marin, presidente da CBF, em entrevista ao GLOBO.

Tivemos duas grandes derrotas para o Uruguai. Numa delas perdemos parte do território nacional, na Guerra Cisplatina, em 1828, mas nossa força militar foi perdoada rapidamente. A seleção brasileira perdeu a Copa de 1950. Foi condenada para sempre.

Muitas frases do futebol são lendárias, mas outras podem ser comprovadas por meio de registros ouvidos, lidos e vistos, e muitas delas migraram do futebol para a vida cotidiana, de que são exemplos: fazer o meio de campo (encarregar-se de organizar algo); bater na trave (quase acertar); dar bola (dar atenção); entrar de sola (ser bruto, indelicado); ser freguês (ter insucesso constante; claro: é o freguês que sempre paga!); pendurar as chuteiras (aposentar-se); pisar na bola (atrapalhar-se); tirar o time de campo (desistir).

O futebol é uma invenção inglesa e por isso cedemos a neologismos do inglês, depois adaptados para o português, como *football*, *match*, *shoot* e *goalkeeper*, que viraram futebol, partida, chute e goleiro. E algumas foram inventadas, como arquibaldo e geraldino.

Outras expressões têm berço mais curioso. “Barba, cabelo e bigode” não veio das barbearias. Veio de quando no mesmo ano eram disputadas as séries infantojuvenil (os jogadores tinham cabelo, mas não tinham barba ainda), a de aspirantes (os jogadores já tinham barba, mas não tinham bigode) e a profissional (os jogadores tinham bigode, quando este era moda para os adultos).

“Bola pro mato que o jogo é de campeonato” não é sempre literal. Vem do tempo em que havia uma única bola em jogo. Se ela demorasse a voltar, o time pressionado tinha um certo alívio. Mas o mato podia ser um rio, uma lagoa etc.

Abreviações espontâneas foram surgindo. Em Maraca, em vez de Maracanã, dá-se o mesmo processo de profecia para professor ou professora. Também o técnico é chamado de professor, ainda que jamais de profecia.

Palavras e expressões, mesmo quando lendárias, influenciam muito a nossa vida. ●

Deonísio da Silva é escritor e professor