

UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO  
FACULDADE DE DIREITO

**INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS: A PROTEÇÃO ADEQUADA DESTE INSTITUTO  
JURÍDICO VISANDO O INTERESSE PÚBLICO NACIONAL**

Patricia Carvalho da Rocha Porto

Rio de Janeiro  
2007

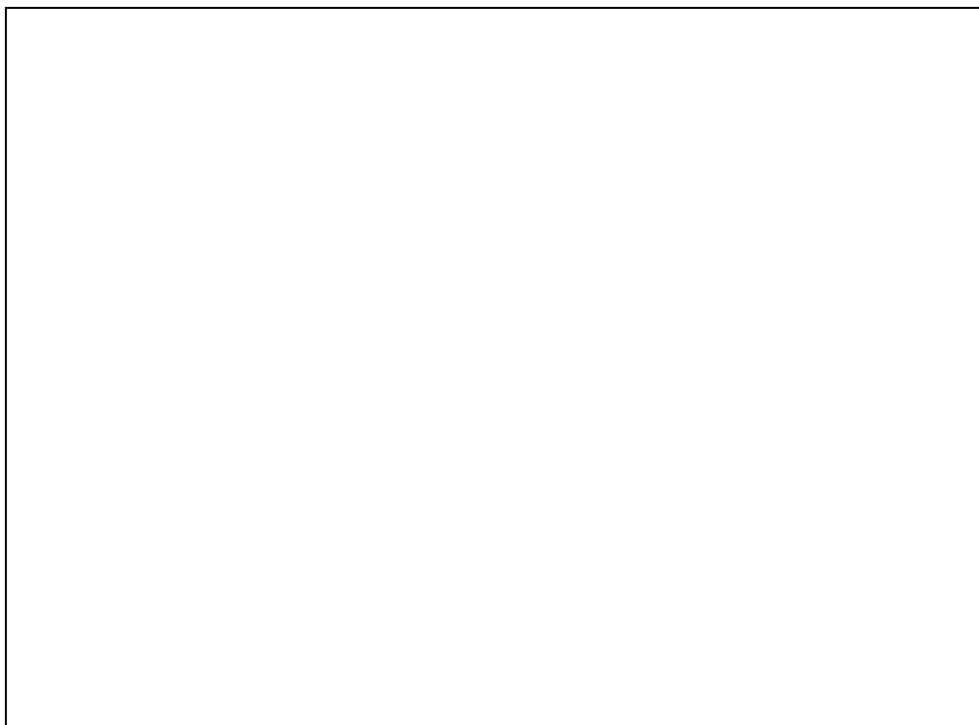
Patricia Carvalho da Rocha Porto

**INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS: A PROTEÇÃO ADEQUADA DESTE INSTITUTO  
JURÍDICO VISANDO O INTERESSE PÚBLICO NACIONAL**

Monografia apresentado ao Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Direito da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, como requisito para a obtenção do título de Especialista em Direito da Propriedade Industrial.

Rio de Janeiro  
2007

CATALOGAÇÃO NA FONTE  
UERJ / REDE SIRIUS / BIBLIOTECA CSS/C



**Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta dissertação / tese.**

Assinatura:

Data:27 de fevereiro de 2007

Patricia Carvalho da Rocha Porto

**INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS: A PROTEÇÃO ADEQUADA DESTE INSTITUTO  
JURÍDICO VISANDO O INTERESSE PÚBLICO NACIONAL**

Monografia apresentado ao Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Direito da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, como requisito para a obtenção do título de Especialista em Direito da Propriedade Industrial

Orientador: Prof. Dr. Denis Borges Barbosa

De Acordo: \_\_\_\_\_

Aprovada em:

Banca Examinadora:

\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. Denis Borges Barbosa

Doutor em Direito Internacional pela UERJ

\_\_\_\_\_  
Prof. Dr. José Carlos Vaz e Dias

Doutor em Direito da Propriedade Intelectual - PI - Professor Titular de Direito da PI da UERJ

\_\_\_\_\_  
Profa. Dra. Glória Márcia Percinoto

Doutora em Comunicação

Professora Titular de Direito Empresarial da UERJ

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>9</b>
<b>Raízes Históricas da Propriedade Intelectual .....</b>	<b>9</b>
<b>O que é Propriedade Intelectual .....</b>	<b>10</b>
<b>Objetivo da Monografia .....</b>	<b>11</b>
<b>O problema terminológico .....</b>	<b>11</b>
<b>O papel das IG nos dias de hoje .....</b>	<b>12</b>
<b>Por que se instituíram as IG como objeto de direito .....</b>	<b>14</b>
<b>IG e o mercado de exportação .....</b>	<b>15</b>
<b>CAPÍTULO 1 - CONCEITO, EVOLUÇÃO E CARACTERES JURÍDICOS .....</b>	<b>17</b>
<b>1.1 Origem Histórica das Indicações Geográficas .....</b>	<b>17</b>
<u>1.1.1 O Histórico das IG no Brasil .....</u>	<u>19</u>
<u>1.1.2 A atual norma de proteção das IG .....</u>	<u>21</u>
<b>1.2 Conceitos.....</b>	<b>22</b>
<u>1.2.1 Indicação Geográfica – IG .....</u>	<u>24</u>
1.2.1.1 Toponímicos e nomes geográficos. ....	25
<u>1.2.2. Indicação de Procedência – IP .....</u>	<u>26</u>
1.2.2.1 Alcance do Conhecimento pelo Público .....	29
1.2.2.2 Procedência e Proveniência .....	30
<u>1.2.3 Indicação de Proveniência.....</u>	<u>33</u>
<u>1.2.4. Denominações de Origem - DO. ....</u>	<u>38</u>
1.2.4.1 Fatores naturais e humanos.....	38

1.2.4.2 Valor relativo de uma IP e de uma DO. ....	40
1.2.4.3 Investimentos necessários para manutenção de uma DO. ....	40
<b>1.3 Natureza e Caracteres Jurídicos das Indicações Geográficas.....</b>	<b>41</b>
<u>1.3.1 Direitos de uso e direitos de exclusiva. ....</u>	<u>41</u>
<u>1.3.2 Direito de propriedade. ....</u>	<u>42</u>
<u>1.3.3 Uma propriedade coletiva. ....</u>	<u>45</u>
<u>1.3.4 Natureza do registro de IG. ....</u>	<u>48</u>
<b>CAPÍTULO 2 – PROTEÇÃO JURÍDICA NO ÂMBITO INTERNACIONAL E NA-</b>	
<b>CIONAL .....</b>	<b>49</b>
<b>2.1 A Proteção Jurídica no Âmbito Internacional. ....</b>	<b>49</b>
<u>2.1.1 Convenção da União de Paris – CUP. ....</u>	<u>49</u>
<u>2.1.2 Acordo de Madrid. ....</u>	<u>50</u>
<u>2.1.3 Acordo de Lisboa. ....</u>	<u>52</u>
<u>2.1.4 Acordo Sobre os Aspectos dos Direitos da Propriedade Intelectual Relacionados ao</u> <u>Comércio- TRIPS. ....</u>	<u>53</u>
<u>2.1.5 O Mercosul. ....</u>	<u>56</u>
<u>2.1.6 A França. ....</u>	<u>57</u>
<u>2.1.6.1 Institution des Appellations D’origine Contrôlées – INAO. ....</u>	<u>58</u>
<u>2.1.6.2 As Denominações de Origem Controlada – D.O.C. ....</u>	<u>60</u>
<u>2.1.6.3 Regulamentação e proteção das indicações Geográficas em outros diplomas legais</u> <u>Franceses.....</u>	<u>61</u>
<u>2.1.7 O Regulamento da Comunidade Européia sobre as Denominações de Origem Prote-</u> <u>gida – D.O.P e as Indicações Geográficas Protegidas - IGP. ....</u>	<u>64</u>
<b>2.2 Proteção jurídica interna. ....</b>	<b>67</b>

<u>2.2.1 O Procedimento para a obtenção de uma Indicação Geográfica no Brasil.</u> .....	71
<u>2.2.2 A rigidez do ato normativo 075/2000 no que se refere à Indicação de Procedência</u> ...	75
<b>2.3 A Punição na legislação pátria para os crimes contra as Indicações Geográficas brasileiras.</b> .....	<b>78</b>
<b>CAPÍTULO 3 – A IMPORTÂNCIA DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS E O INTERESSE PÚBLICO NA SUA PROTEÇÃO JURÍDICA ADEQUADA ÀS NECESSIDADES NACIONAIS</b> .....	<b>80</b>
<b>3.1 A Importância e as funções das Indicações Geográficas</b> .....	<b>80</b>
<u>3.1.1. A importância para o produtor.</u> .....	80
<u>3.1.2 A importância para o consumidor no que se refere à segurança que uma IG proporciona.</u> .....	80
<u>3.1.3 A importância da proteção jurídica das indicações geográficas.</u> .....	82
3.1.3.1 Proteção contra o uso indevido da IG. ....	82
3.1.3.2 Proteção contra qualquer uso que constitua ato de concorrência desleal. ....	83
3.1.3.3 Proteção contra a generificação das IG. ....	84
3.1.3.4 Conflitos de normas. ....	86
3.1.3.5 Efeitos do uso ilícito das IG. ....	87
3.1.3.6 A questão da marca de certificação. ....	89

3.1.4	<u>A função das Indicações Geográficas como instrumento publicitário.</u>	90
3.1.5	<u>Função de indicar a origem do produto.</u>	91
3.1.6	<u>Função qualitativa</u>	91
<b>3.2</b>	<b>O Interesse Público.</b>	<b>92</b>
3.2.1	<u>Interesse público na propriedade intelectual.</u>	93
<b>3.3</b>	<b>O interesse público nas Indicações Geográficas.</b>	<b>94</b>
<b>3.4</b>	<b>A visão constitucional das Indicações Geográficas.</b>	<b>95</b>
3.4.1	<u>O interesse social nas Indicações Geográficas.</u>	97
3.4.2	<u>O interesse público das indicações geográficas no que diz respeito aos direitos do consumidor.</u>	98
3.4.3	<u>O interesse público das indicações geográficas no que diz respeito ao desenvolvimento social, econômico e tecnológico das pequenas propriedades rurais e das pequenas regiões produtoras.</u>	101
3.4.4	<u>O interesse público das indicações geográficas no que diz respeito à preservação do patrimônio cultural de um país ou uma região.</u>	106
<b>3.5</b>	<b>A Função Social das Indicações Geográficas.</b>	<b>108</b>
<b>CAPÍTULO 4 - PANORAMA ATUAL DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS NO BRASIL</b>		<b>112</b>
<b>4.1</b>	<b>Os Arranjos Produtivos Locais – APLS.</b>	<b>117</b>
<b>4.2</b>	<b>Outras formas de proteção oferecidas pela Lei Nacional.</b>	<b>119</b>
4.2.1	<u>IG e Marca</u>	119
4.2.1	<u>– a marca de certificação</u>	121
<b>CONCLUSÃO</b>		<b>126</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.</b>		<b>131</b>



## INTRODUÇÃO

### **Raízes históricas da Propriedade Intelectual.**

Mesmo antes da Era Moderna, já existia a noção de que o valor imaterial dos bens e da propriedade transcendia o campo da matéria existindo também no campo das idéias.

Os artistas da Grécia antiga com suas esculturas, os pintores, os inventores com suas criações que revolucionaram e ainda revolucionam a humanidade modificando o estilo de vida das sociedades, já percebiam que o valor do seu trabalho estava além do mundo da matéria.

Os interesses dos criadores, em relação às suas obras literárias, artísticas, científicas e inventivas, ultrapassavam os direitos então existentes, que compreendiam essencialmente a propriedade de bens corpóreos. Tais interesses, assim, apenas eventualmente se configuravam em direitos.

Um texto romano, no entanto, marca claramente a sensibilidade para o problema dos bens imateriais, e uma primeira reação do Direito:

*Institutas de Justiniano, II, 1, 34:  
Si quis in aliena tabula pinxerit, quidam putant tabulam picturae cedere: aliis videtur pictura, qualiscumque sit, tabulae cedere. sed nobis videtur melius esse, tabulam picturae cedere: ridiculum est enim picturam Apellis vel Parrhasii in accessionem vilissimae tabulae cedere.*

A norma romana persiste em nosso direito, incorporada ao Art. 1.269 do Código de 2002, segundo o qual "aquele que, trabalhando em matéria prima, obtiver espécie nova, desta será proprietário se a matéria era sua, ainda que só em parte, e não puder restituir à forma anterior".

É o instituto jurídico da *especificação* no direito civil, detalhada no art. 1.270 do CC 2002, no que diz que “em qualquer caso, inclusive o da pintura em relação à tela, da escultura, escritura e outro qualquer trabalho gráfico em relação à matéria-prima, a espécie nova será do especificador, se o seu valor exceder consideravelmente o da matéria-prima”.

### **O que é Propriedade Intelectual**

Segundo a Organização Mundial da Propriedade Intelectual, a Propriedade Intelectual abrange os direitos relativos às obras literárias, artísticas e científicas, às interpretações dos artistas intérpretes e às execuções dos artistas executantes, aos fonogramas e às emissões de radiodifusão, às invenções em todos os domínios da atividade humana, às descobertas científicas, aos desenhos e modelos industriais, às marcas industriais, comerciais e de serviço, bem como às firmas comerciais e denominações comerciais, à proteção contra a concorrência desleal e todos os outros direitos inerentes à atividade intelectual nos domínios industrial, científico, literário e artístico.

A Propriedade Intelectual engloba a Propriedade Industrial, que, segundo a Convenção da União de Paris no seu artigo 2º, tem por objeto as patentes de invenção, os modelos de utilidade, os desenhos ou modelos industriais, as marcas de serviço, o nome comercial e as Indicações Geográficas (IG) que se dividem na legislação pátria em indicações de procedência (IP) e/ou denominações de origem (DO), bem como a repressão da concorrência desleal. Abrange também os cultivares, a topografias de semicondutores, os nomes de domínios na internet e outros direitos ainda em gestação.

## **Objetivo da monografia**

Esta monografia versa sobre a proteção das Indicações Geográficas (IG) - um dos objetos da Propriedade Industrial -, procurando focar o tema numa perspectiva primordialmente nacional, voltada para o interesse público deste instituto jurídico.

Assim, o estudo aborda a sua previsão constitucional e fala sobre a necessidade da proteção legal e do controle das IG no Brasil, adequada à realidade nacional, relata a deficiência do sistema no Brasil e discute alternativas para a implantação de um sistema eficiente e eficaz de proteção e controle das IG e de repressão às falsas IG. Tal análise visa propor que se coloque em prática um sistema, adequado às exigências constitucionais para a proteção do Instituto, visando o interesse público e o desenvolvimento tecnológico e econômico do país, levando em conta a realidade econômico-cultural de seus cidadãos.

## **O problema terminológico**

Há, em primeiro lugar, um problema de terminologia. As IG (ou nomes geográficos) têm diversas definições dadas por tratados e legislações de diversos países. Em segundo lugar, é preciso ter especial atenção para as funções econômica e cultural das IG, que as singulariza perante todos outros tipos de direitos de propriedade intelectual. As IG foram criadas para proteger produtos ou serviços de determinadas regiões geográficas que ficaram conhecidas como centro de fabricação ou prestação de determinado produto ou serviço. E, no caso das denominações de origens – DO, regiões que ganharam notoriedade pela qualidade e singularidade de determinados produtos ou serviços, devido às características naturais e humanas da região.

## O papel das IG nos dias de hoje

Nas últimas décadas o governo Brasileiro percebeu a importância da propriedade intelectual com o instrumento para alavancar a economia nacional, incentivar as exportações nacionais e como instrumento de negociação política e econômica entre os países em um mundo cada vez mais conectado e globalizado.<sup>1</sup>

No tocante às IG, o país percebeu a importância e o potencial econômico que possui, particularmente, seus produtos agrícolas e naturais. Estes produtos de qualidade passaram a ser valorizados no exterior e o Brasil percebeu que se estes não forem protegidos de maneira adequada, o País perde econômico, social e culturalmente. Economicamente, porque os produtos nacionais sem uma proteção específica e sem a devida valorização pelos países desenvolvidos, principais exportadores, serão exportados por preços bem abaixo da qualidade que possuem. Socialmente o país perde, pois deixa de obter mais verbas para fomentar e manter necessidades básicas no país. Culturalmente o país perde, pois seus produtos são exportados sem uma identidade, além de ficarem à mercê da apropriação indevida por competidores desonestos. Estas são somente algumas das razões que fazem a adequada proteção dos produtos e serviços nacionais serem tão importantes.

---

<sup>1</sup> Em seu artigo para revista da ABPI, Márcio Oliveira Souza informa que um interessante estudo da OMPI, realizado em 2002, mostra que a propriedade intelectual é um ativo e, como outros tipos de propriedade pode ser criada e gerida com fins econômicos. Este estudo concluiu que os países e seus cidadãos podem se beneficiar amplamente da adoção de políticas que provocam a criação e gestão de ativos em propriedade intelectual. Dentre estes benefícios estão a geração de lucro a partir da venda de produtos e serviços derivados de licenças; aumento do PIB e das exportações; atração de profissionais altamente qualificados; geração de oportunidades de emprego e reforço das instituições docentes e científicas; atração de investimentos estrangeiros diretos e fomento às empresas unidas; aumento do valor das empresas e fomento à criação de novas indústrias técnicas e culturais e contribuição para a movimentação de fundos para atividades de P&D, incentivando a criação de tecnologias e produtos necessários. SOUZA, Márcio Oliveira. *Revista da ABPI*, nº 72. Panorama interno e externo das indicações geográficas, 2004, p. 34.

Com a globalização, a criação de acordos e a tendência de harmonização das legislações para facilitar o respeito e proteção recíproca da propriedade intelectual entre os países, o Brasil se viu com um problema muito sério a ser resolvido no que tange às IG.

Se por um lado - para se posicionar de forma competitiva no mercado internacional - deve harmonizar suas leis e proteções com as leis e proteções dos outros países, o Brasil tem a obrigação, prevista na sua Constituição, de priorizar os interesses nacionais e o desenvolvimento tecnológico e econômico do país. Isto gera um potencial conflito na pragmática do sistema.

Para entrar na economia internacional e ter seus direitos de PI respeitados pelos outros países, o Brasil precisa respeitar e garantir proteção para os direitos de PI dos outros países.

Ao mesmo tempo, a realidade social econômica e cultural do nosso país é muito diferente da dos outros países; não podemos criar padrões de proteção e legislações nos exatos moldes utilizados por outros países.

No tocante às IG, verifica-se a necessidade de proteger nossos produtos e serviços e reconhecer nossas indicações geográficas, mas a forma de controle e proteção e os padrões utilizados para isto devem adequar-se à realidade do país e não à realidade dos outros países.

Proteger nossas IG de forma adequada respeitando o balanceamento constitucional, não impede que ao mesmo tempo se crie mecanismo que assegurem aos outros países que as suas IG serão respeitadas.

Quando o país conseguir atingir este equilíbrio entre os interesses nacionais e à necessidade de se posicionar de forma competitiva no mercado internacional, conseguirá atingir as metas indicadas pela OMPI.

Ressalta-se aqui a grande importância do reconhecimento das indicações geográficas nas pequenas localidades, no que atua como instrumento de marketing dos produtos e proporciona o desenvolvimento da economia local. Para essas pequenas regiões menos desenvolvidas, o reconhecimento como uma indicação geográfica, como centro de fabricação ou prestação de determinado produto ou serviço é uma alternativa de inserção no mercado face a impossibilidade dos pequenos produtores competirem com as grandes empresas, principalmente as do agrobusiness.

Neste campo, esbarramos com as limitações econômicas e culturais destes pequenos produtores e com a incapacidade do governo de auxiliá-los, alertá-los da importância dos benefícios do reconhecimento de suas regiões como IG e da importância da proteção por este signo distintivo. Deve-se ressaltar também a incapacidade do governo em viabilizar e facilitar a proteção dessas regiões seja por falta de informação e conscientização da população local ou pela extrema dificuldade que os produtores encontram ao tentarem o reconhecimento de uma IG, causada pela burocracia e pelo alto custo nos procedimentos legais exigidos pelo órgão competente - no caso do Brasil, pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI.

Com o reconhecimento das regiões como IG, somente os produtores ou prestadores de serviços que se localizem nas regiões protegidas podem utilizar este signo distintivo para identificar os produtos ou serviços por eles produzidos ou oferecidos.

### **Por que se instituíram as IG como objeto de direito**

A importância da criação do instituto da indicação geográfica veio, dentre outras razões, da necessidade de proteger os produtores ou prestadores de serviço de determinadas regiões que se tornaram conhecidas pela fabricação ou prestação de determinados produtos e serviços. Em determinados casos, a qualidade destes produtos e serviços também se torna

atributo fundamental. Os consumidores, igualmente, precisavam se proteger contra as falsas indicações geográficas, no que resultada em concorrência desleal.

Diferentemente do instituto marcário, cuja proteção do consumidor é uma função secundária, no instituto das indicações geográficas o vínculo de confiança no triângulo consumidor, produto e produtor é essencial para a própria existência do instituto, principalmente no tocante às denominações de origem. Este vínculo de confiança é obtido garantindo-se a sindicabilidade da origem e circulação do produto protegido (“traçabilidade”), ou seja, todo o caminho que o produto percorre desde a obtenção da matéria prima para a confecção deste até a chegada à mesa do consumidor sofre regulação quanto à origem e autenticidade.

Quanto à norma de concorrência, as Indicações Geográficas têm o escopo de resguardar os produtores contra o aproveitamento parasitário e concorrência desleal. Com esta forma de controle, evita-se a comercialização por produtores ou prestadores de serviços de outras regiões que se utilizem indevidamente das indicações geográficas daqueles determinados lugares já conhecidos por fabricarem produtos ou serviços de qualidade superior, visando lucrar deslealmente com o sucesso e trabalho alheio.

### **IG e o mercado de exportação**

Toda essa preocupação aumentou com a globalização, pois, os produtos que possuem IG são mais valorizados e vendidos no exterior, e com a abertura dos mercados, os produtores de produtos de melhor qualidade podem agregar valor econômico a estes e vendê-los no mercado interno ou exportá-los com maior margem de lucro.

A procura destes produtos para exportação é bem maior, estimulando a economia do país e modernizando e desenvolvendo os setores que se utilizam da proteção das IG.

Internamente, a economia ganha, à medida que estimula a economia e aumenta os investimentos no país. A sociedade também ganha, à medida que esse desenvolvimento

possibilita uma maior geração de emprego e conseqüente aumento do poder aquisitivo do brasileiro.

O presente trabalho se concentrará no estudo do reconhecimento da indicação geográfica para produto, visto que a indicação para serviço ainda possui papel inexpressivo no mercado para ser objeto mais detalhado de estudo.

Maiores apontamentos e discussões sobre problemas e soluções acerca deste tema serão aprofundados na presente monografia.



## CAPÍTULO 1 - CONCEITO EVOLUÇÃO E CARACTERES JURÍDICOS

### 1.1 Origem Histórica das Indicações Geográficas

Desde que o comércio começou a se desenvolver pelas regiões e países do mundo, os comerciantes começaram a conferir um valor às indicações de proveniência dos produtos por eles vendidos, pois certas regiões adquiriram reputação devido a qualidade de seus produtos, graças às características naturais das regiões, como a qualidade do solo, o clima etc. e também devido aos esforços dos produtores locais que - ao longo dos anos - desenvolveram técnicas para melhorar a qualidade dos produtos que fabricavam.

A necessidade de indicações geográficas de um produto remonta a tempos antigos. Temos como exemplo, o vinho de Falerno ou o mármore de Carrara, cidades que ficaram conhecidas por seus produtos.

Dentro da tumba de *Toutankahamon*, por volta de 1532 anos antes de Cristo, foram encontradas jarras de vinho com etiquetas indicando o local de origem da bebida e o nome do produtor da mesma, incluindo menções sobre as características e qualidades do vinho.<sup>2</sup>

Como se vê, os nomes geográficos remontam a tempos imemoriáveis, apesar de somente no início do século XX, se consagrar um direito específico para estas denominações.<sup>3</sup>

Foi originalmente em Roma que ocorreu a distinção entre os vinhos comuns e os de qualidades específicas. Os romanos difundiram por vários lugares o gosto pelo vinho, e por

---

<sup>2</sup> POLLAUD-DULIAN, Frédéric. *Droit de la propriété industrielle*. Paris: Montchrestien, 1999, p. 140.

<sup>3</sup> BONJOUR *apud* POLLAUD-DULIAN, Frédéric. *Droit de la propriété industrielle*. Paris: Montchrestien, 1999, p. 141

suas técnicas de cultivos, dando origem a numerosos vinhedos que sobreviveram à época romana e existem até os dias atuais.<sup>4</sup>

Na Idade Média são os Monges e os Bispos que - por acreditarem que o vinho possuía um papel muito importante na liturgia e por ser esta bebida na época um símbolo de poder e riqueza -, vão desenvolver e divulgar a cultura vinícola e suas técnicas.<sup>5</sup>

O desenvolvimento das cidades acarretou, a partir do século XI, a expansão e o desenvolvimento do comércio do vinho e da cultura vinícola. Remonta à esta época, um dos primeiros esboços de legislação para a proteção destes produtos.

Os Textos eram muitas vezes protecionistas e corporativistas como o famoso “*Privilège de Bordeaux*”, outras vezes os textos asseguravam o direito de denominação de origem, como “*Les Edits de Phillippe lê Bon*”, no século IX, destinados a manter a reputação dos vinhos de Borgogne, especialmente sobre a proibição do uso de certas videiras e certos adubos<sup>6</sup>.

Diversos decretos reais, a partir do século VX, são editados no mesmo sentido, mas - com o advento da Revolução Francesa -, ocorreu um período em que esta proteção era quase inexistente.<sup>7</sup>

Entretanto, foi na Europa, no período pós-guerra, que as indicações geográficas surgiram com mais força. A utilização deste signo distintivo para valorizar e individualizar seus produtos foi a forma que os pequenos produtores, principalmente os franceses, encon-

---

<sup>4</sup> DION *apud* POLLAUD-DULIAN, Frédéric. *Droit de la propriété industrielle*. Paris: Montchrestien, 1999., p. 141

<sup>5</sup> POLLAUD-DULIAN, Frédéric. *Droit de la propriété industrielle*. Paris: Montchrestien, 1999, p. 140.

<sup>6</sup> DION *apud* POLLAUD-DULIAN, Frédéric. *Droit de la propriété industrielle*. Paris: Montchrestien, 1999., pg 142.

<sup>7</sup> *Ibidem*.

traram para se recuperar dos danos econômicos causados pela guerra e valorizar as pequenas regiões agrícolas.

### 1.1.1 O Histórico das IG no Brasil

No Brasil o histórico das indicações geográficas é recente, a pesar de sua proteção ser respeitada no país, mesmo que indiretamente, desde a Convenção de Paris - CUP em 1883, com a repressão por às “falsas indicações de procedência”.

Em 1923, pelo decreto 16.254, criou-se no Brasil a primeira legislação sobre propriedade industrial onde se previa a repressão às falsas indicações de proveniência. Iniciou-se aqui a confusão histórica e terminológica entre as indicações de procedência e as indicações de proveniência nas legislações nacionais. Assunto que será abordado adiante.

Em 1925, através da revisão de Haia da CUP<sup>8</sup>, as indicações de procedência e as denominações de origem passaram oficialmente a figurarem como objetos gerais de proteção dos direitos da propriedade intelectual.<sup>9</sup>

Em 1891 o Brasil aderiu ao Protocolo de Madrid, exclusivamente ao que se refere às indicações de procedência.

Em 1934, foi criado o Departamento Nacional da Propriedade Industrial, através do Decreto 24. 507. Tal normativa previa somente a repressão das falsas indicações de procedência na parte em que falava sobre a concorrência desleal, mas não reconhecia as indicações de procedência ou denominações de origem como direitos de propriedade industrial.

Em 1945, com a criação de um novo Código da Propriedade Industrial, a indicação de procedência ainda não foi reconhecida como um direito de propriedade industrial, somente estava previsto o repúdio a falsa indicação. Entretanto, como observa Marcos Fabrí-

---

<sup>8</sup> O Brasil aderiu integralmente a revisão de Haia pelo Decreto 10.056 de 1929, nela permanecendo até 1991.

<sup>9</sup> GONÇALVES, Márcio Fabrício Welges, *Indicações Geográficas*. Tese defendida perante a Universidade de Lisboa, 2005, p. 11.

cio Gonçalves, as indicações de proveniência tiveram sua importância destacada, não sendo tratadas dentro do tópico de atos contra a concorrência desleal, como na legislação anterior.<sup>10</sup>

Com relação ao Decreto de 1923, o CPI de 1945 ampliou o conceito de indicação de proveniência exigindo o requisito da notoriedade do conhecimento do lugar. Nota-se a partir daí uma mudança no conceito deste instituto, que na verdade é o início da distinção entre os institutos da indicação de proveniência, mero nome geográfico, e o da indicação de procedência, uma indicação geográfica, que constitui um direito de exclusividade.

Em 1967 e 1969 entraram em vigor mais dois códigos de Propriedade Industrial, mas, no tocante às indicações de proveniência, nada mudou. Em 1971 instituiu-se um novo Código de Propriedade Industrial que trouxe inovações com relação aos códigos anteriores, mas pouco mudou no tocante à matéria aqui estudada, com exceção da nomenclatura que modificou de indicação de proveniência para indicação de procedência.

Promulgada a constituição de 1988, pela primeira vez na história do país as indicações geográficas tiveram proteção constitucional. O artigo 5º XXIX da CRFB/88 determina que

“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. “

Outra grande mudança e extremamente benéfica para o país foi a criação da cláusula finalística para a proteção dos direitos de propriedade industrial, vinculando a constitucionalidade de sua proteção ao interesse social e ao desenvolvimento tecnológico e econômico do país. Este tema será aprofundado ao longo deste estudo.

---

<sup>10</sup> Op. Cit. p. 13.

<sup>11</sup> Como veremos em discussão adiante a proteção das indicações geográficas está inserida no termo *outros signos distintivos*.

Em 1995, criou-se o Acordo Sobre os Aspectos dos Direitos da Propriedade Intelectual relacionado com o Comércio – ADIPIC ou TRIPS. Este tratado faz parte do Acordo que constitui a Organização Mundial do Comércio e foi criado com o intuito de estabelecer patamares mínimos de proteção visando harmonizar a legislação sobre Propriedade Intelectual no mundo.<sup>12</sup> Em capítulo específico, veremos como o TRIPS abordou a proteção das indicações geográficas. O Brasil aderiu este tratado e internalizou o mesmo através do Decreto 1355/94.

### 1.1.2 A atual norma de proteção das IG

Em 1996, para adequar a legislação nacional ao TRIPS, o Brasil instituiu a atual Lei da Propriedade Industrial - LPI, que inova em diversos aspectos a abordagem sobre as indicações geográficas.

Primeiramente, esta legislação internaliza o instituto das indicações geográficas dividindo este em indicações de procedência e denominações de origem, estas - pela primeira vez – reconhecidas e definidas na legislação nacional.

A questão que se apresenta, consoante à LPI/96, é que apesar de inovar em muitos aspectos, esta lei ainda não proporciona uma proteção adequada à matéria, nem o devido destaque que esta merece<sup>13</sup>. Pouco versa sob as formas de proteção e controle, deixando a regulação do reconhecimento oficial das IG por conta do INPI (art. 182, parágrafo único); confundem-se vez ou outra as terminologias e seus significados; e, alguns artigos não se harmonizam com o acordo TRIPS, como é o caso do artigo 193. Autores indicam também que alguns outros problemas não foram solucionados, como, por exemplo, a proteção abso-

---

<sup>12</sup> BASSO, Maristela. *O Direito internacional da propriedade intelectual*. Porto Alegre: Livraria do advogado, 2000, p. 219.

<sup>13</sup> GONÇALVES, Márcio Fabrício Welges, *Indicações Geográficas*. Tese defendida perante a Universidade de Lisboa, 2005, p. 11.

luta para as denominações de origem, por se tratar de uma indicação geográfica de excelência, comparando esta excelência ao tratamento dado à marca de alto renome.<sup>14</sup>

## 1.2 Conceitos

A terminologia adotada nesta matéria não é uniforme. Inexiste harmonização nas diversas denominações utilizadas pelos países para identificar esse instituto, tanto como gênero, quanto em suas espécies. Como já abordado neste estudo, nem mesmo o histórico da legislação pátria é coeso na utilização terminológica das espécies do instituto. Esta falta de uniformidade muitas vezes gera confusão e dificuldade na compreensão da matéria, que é já por sua natureza complexa e desconhecida por muitos estudantes de temas relacionados ao Direito da Propriedade Intelectual.

No direito estrangeiro, a legislação interna varia quanto à definição deste tema. Os tratados que abordam esta matéria, alguns, como o TRIPS, destinados a harmonizar internacionalmente as definições básicas, falham na missão de aproximar o entendimento e interpretação desta matéria. Conseqüentemente, os autores que escreveram sobre este tema também divergem sobre seus significados e as espécies de indicações geográficas.

Para uma noção inicial do que sejam Indicações Geográficas, será apresentado o conceito adotado na legislação nacional que trata sobre o tema, a Lei de Propriedade Industrial (LPI), Lei 9.279/96. O estudo mais aprofundado desde conceito, tanto no âmbito nacional, quanto no âmbito internacional, assim como os diferentes conceitos e expressões utilizadas pela legislação de alguns países e em alguns tratados internacionais, serão apresentados em capítulos específicos ao longo deste estudo.

---

<sup>14</sup> FRÓES, Carlos Henrique. A Proteção das Indicações Geográficas no Brasil. *Revista da ABPI* n.º 56, Jan/Fev 2002, p. 66.

No Brasil a LPI, em seu artigo 176, chamou de “Indicação Geográfica”, o conjunto dos sinais distintivos, que recebem proteção através do sistema, relativo às regiões geográficas que de alguma forma se tornaram conhecidas como centro de produção e prestação de produtos e serviços.<sup>15</sup>

Diz a Lei em seus artigos 177 e 178:

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.

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 exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos.

Assim, a utilização de um nome geográfico, como meio de individualização de um produto para diferir de um outro de mesma natureza, pode assumir diversas formas: a) as indicações geográficas, b) as denominações de origem, c) as indicações de procedência, d) as indicações de origem ou proveniência.<sup>16</sup> Todos estes sinais representam o uso que o homem faz, do nome de um local geográfico, que pode ser um país, uma região, um território, para designar um produto natural ou fabricado e designar, no mínimo, a sua origem.<sup>17</sup>

A legislação brasileira reconhece como IG somente as indicações de procedência e as denominações de origem.

---

<sup>15</sup> GONÇALVES, Márcio Fabrício Welges, *Indicações Geográficas*. Tese defendida perante a Universidade de Lisboa, 2005, p. 22.

<sup>16</sup> ALMEIDA, Alberto Francisco Ribeiro. *Denominação de origem e marca*. Coimbra: Coimbra, 1999, p 31.

<sup>17</sup> *Ibidem.*

### 1.2.1 Indicação Geográfica - IG

A legislação interna não definiu o que seja indicação geográfica, só estabeleceu que ela era um gênero que abrange duas espécies<sup>18</sup>: a denominação de origem e a indicação de procedência.

A Lei 9279/96 determina, no seu artigo 176, que são indicações geográficas as indicações de procedência – IP e as denominações de origem – DO.

Entretanto, TRIPS conceitua a IG como *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.*

Comparemos. A lei nacional, ao definir o que são as indicações de proveniência e as denominações de origens, atrela a sua proteção a um nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território.

Entretanto, TRIPS permite que sejam utilizados como indicações geográficas, nomes, não necessariamente atrelados a um nome geográfico, mas que sejam associados pelos consumidores ao local geográfico de fabricação de um produto ou prestação de um serviço.<sup>19</sup> Tal está evidenciado no próprio enunciado do artigo, quando fala somente em indicações, não delimitando que elas sejam *geográficas*.

---

<sup>18</sup> GUIMARÃES, Cláudia Luna. Indicações geográficas no Mercosul. *Revista da ABPI*, São Paulo: Prêmio Editorial, n. 17, jul/ago. 1995, p. 25.

<sup>19</sup> GONÇALVES, Marcos Fabrício Welges, *Indicações Geográficas*. Tese defendida perante a Universidade de Lisboa, 2005, p. 32 e SOUZA, Márcio Oliveira. *Revista da ABPI*, n° 72. Panorama interno e externo das indicações geográficas, 2004, p. 34.



### 1.2.1.1 Toponímicos e nomes geográficos.

Um exemplo dessa distinção entre o regime nacional e o de TRIPS é o “Grana Padano”, Indicação Geográfica italiana, reconhecida como DOP – Denominação de Origem Protegida. O “Grana Padano” é um queijo típico da Itália fabricado há mais de 1000 anos. A expressão “grana” foi adotada pelos italianos para identificar este tipo de queijo, devido a peculiaridade de sua textura, “granulada”. Não existe, pois, um toponímico, mas os italianos associam este nome a um queijo típico da Itália. Ele é fabricado em regiões da italianas que receberam autorização para sua produção, como as regiões da *Lombardia, do Piemonte, de Veneto, de Trentino Alto Adige e Emília Romagna*.<sup>20</sup>

Temos como exemplo nacional a Cachaça, reconhecida, ao nosso ver, de forma errada, por Decreto. A cachaça também não é um nome geográfico, mas esta bebida é tipicamente brasileira, produzida somente em nosso país e associada a uma região geográfica, o Brasil.

Acreditamos que a exigência da LPI de se atrelar uma IG a um nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, não atende o escopo do instituto. A real exigência é a de que a expressão seja associada pela coletividade a uma localidade geográfica determinada, seja território, cidade, região, ou país, independente da denominação utilizada pela coletividade para identificar o produto de uma determinada região seja geográfica ou uma denominação tradicionalmente utilizada pela coletividade.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> <http://www.italianmade.com/foods/subcat23003.cfm> Acesso em 02/02/2007.

<sup>21</sup> GONÇALVES, Marcos Fabrício Welges, *Indicações Geográficas*. Tese defendida perante a Universidade de Lisboa, 2005, p. 32 e SOUZA, Márcio Oliveira. *Revista da ABPI*, n° 72. Panorama interno e externo das indicações geográficas, 2004, p. 34.

Por todo o exposto, acreditamos que IG são indicações, expressões, nomes ou sinais que identificam produtos ou serviços, cuja fabricação, extração ou prestação destes sejam associadas pelas pessoas como originária de uma determinada localidade geográfica e desde que estes produtos ou serviços possuam alguma qualidade, **conhecimento**, reputação ou outra característica que seja essencialmente atribuída à sua origem geográfica e, em alguns, casos humana .

### 1.2.2 Indicação de procedência - IP

O artigo 177 da LPI definiu como “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.

**Vale frisar que, em nosso entendimento, o nome não precisa ser diretamente geográfico (topônimo ou nome-de-lugar), e sim atrelado a uma determinada região geográfica.**

O cerne da IG como gênero é o **conhecimento** da região como centro de extração, produção ou prestação de um determinado produto ou serviço. Para que a região obtenha o reconhecimento como IP, não se faz necessário mais nenhuma exigência, não é necessário que se comprove qualidade, singularidade, não é necessário que características peculiares àquela região, sejam elas naturais ou humanas, tenham contribuído para este reconhecimento, enfim, basta que a região tenha se tornado conhecida como centro de extração, produção ou prestação de um determinado produto ou serviço.

Além do artigo 177, o artigo 182 da LPI também reforça o entendimento que a IP não tem como requisito, para o reconhecimento da região sob este instituto, a obrigação de

garantir qualidade, ao determinar *que o uso de uma 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. Grifo nosso*

Carlos Henrique Fróes<sup>22</sup> elucida que:

“Outra inovação importante (na LPI de 1996) foi a substituição da expressão *notoriamente conhecido*, utilizada no artigo 70 da legislação anterior em relação ao lugar de procedência, pela palavra *conhecido* (desacompanhada do advérbio), no artigo 177 da lei atual, o que significa que o grau de conhecimento exigido passou a ser menor.

Para Fróes<sup>23</sup>, a IP, da forma como prevê a legislação atual, é uma simples referência ao lugar de fabricação de um produto que se tornou conhecido como tal.

Este fato revela a intenção da lei atual em facilitar a proteção das IP, fazendo com que as regiões consigam o reconhecimento como IP com maior facilidade em consonância com os interesses nacionais em harmonia com a cláusula finalística do artigo 5º, XXIX da CF, assunto que será discutido mais adiante.

Ana Lúcia de Sousa Borba<sup>24</sup> entende que a indicação de procedência possui o objetivo de informar o público em geral sobre a origem de um produto ou serviço, cuja localidade originária se tornou conhecida como sendo tal origem. A vinculação desta indicação não depende de fatores geográficos ou humanos, não possui um compromisso de qualidade com o consumidor.

Entretanto, ao nosso entender, mesmo que para o reconhecimento de uma região como um IP o requisito da qualidade e outros requisitos associados com o consumidor não

---

<sup>22</sup> FRÓES, Carlos Henrique. A Proteção das Indicações Geográficas no Brasil. *Revista da ABPI* n.º 56, Jan/Fev 2002, p. 66

<sup>23</sup> *Ibidem*.

<sup>24</sup> Ana Lucía. Estudio de las Indicaciones Geográficas, Marcas de Certificación y las Marcas Colectivas – su protección en Brasil e importancia en el contexto internacional. Disponível em: [http://www.dannemann.com.br/files/ASB\\_Indicaciones\\_Geograficas.pdf](http://www.dannemann.com.br/files/ASB_Indicaciones_Geograficas.pdf) - Acesso em 10/02/2007.

seja uma obrigação exigida juridicamente, acaba existindo um mínimo de qualidade nos produtos ou serviços produzidos ou prestados nas regiões. Tal é uma consequência de fato, 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 específico.

A despeito de todas as nossas considerações, é nosso entendimento que – em direito pátrio - a IP **não** necessita de nenhuma comprovação de qualidade para ser reconhecida, bastando a comprovação do conhecimento da localidade geográfica como centro de extração, produção ou de prestação de um produto ou serviço.

Ainda expondo a parte da doutrina que defende que basta o conhecimento da região por terceiros, para que ela possa ser reconhecida como um IP, temos a posição do Professor Denis Borges Barbosa<sup>25</sup>, para quem uma região pode ser reconhecida como uma IP bastando que se tenha tornado conhecida pelo estabelecimento de centros de extração, produção ou prestação de serviços.

---

<sup>25</sup> BARBOSA, Denis Borges. *Uma introdução à propriedade intelectual*. 2.ed. Rio de Janeiro: Lumens Júris, 2003, p. 671

“Pelo 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. Já denominação de origem é o 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.*”

Reservando assim às indicações de procedência sua conceituação tradicional (mas incluindo a noção de procedência de serviços, que faltava à Lei 5.772/71), a Lei 9.279/96 define a designação de origem como o nome geográfico “que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos”.

**O tratamento das duas figuras é paralela**, a não ser o fato de que, para a designação de origem se exige não só o estabelecimento no local designado, mas também o atendimento de requisitos de qualidade. Por exemplo, no caso de vinhos, os regulamentos pertinentes não só indicam os exatos locais de plantio (demarcações às vezes com minúcia de metros), mas também a insolação, a qualidade de cepa, a distância entre vinhas, etc.

... Assim, há nomes geográficos que constituem indicações protegidas sob o capítulo próprio do CPI/96 (indicações de procedência ou designações de origem), e outros nomes que estão livres à apropriação como marca.

**O ponto essencial de distinção é a notoriedade** (“*que se tenham tornado conhecidos...*”) das indicações de procedência e a satisfação dos requisitos qualitativos, no caso das designações.

O uso de indicação geográfica *notoriamente* vinculada a um artigo ou um serviço, é vedado a todos os que não operarem no local designado, mas facultada aos que tiverem direito de uso; mas não será ponto característico de nenhuma marca ou propaganda

Marcos Fabrício Gonçalves<sup>26</sup> também entende que na indicação de procedência não se diferencia modo de produção ou de fabricação, tampouco se realçam qualidades ou outras características únicas de um produto de ou serviço originados de uma origem, de outro produto ou serviço lá não originado. No entendimento deste autor, a indicação de procedência apenas faz referência a um determinado local, que é centro ou pólo de produção, extração, fabricação ou prestação de um produto ou serviço.

#### 1.2.2.1 Alcance do Conhecimento pelo Público

Entendemos, também, que esse conhecimento não precisa ser *nacional*; deve ter apenas a abrangência exata para que esse lugar ganhe conhecimento pelo público de outras localidades e que a utilização por terceiras localidades desta indicação geográfica cause um aproveitamento indevido dos benefícios que geram o **conhecimento** deste lugar como centro de extração, produção ou prestação de um serviço ou produto. Para que uma cidade seja reconhecida como IP, por exemplo, basta que as cidades vizinhas a conheçam como um centro produtivo de determinado produto; para que uma Cidade ganhe conhecimento basta que o Estado em que ela se localize saiba que aquela Cidade é conhecida por ser produtora daquele produto. Há sem dúvida um patamar mínimo do conhecimento, mas tal círculo estrito é determinado pelas condições fáticas da concorrência.

Em nosso entendimento, o conhecimento da localidade, cidade, região etc., pode ser comprovado de várias maneiras, por meio de qualquer documento idôneo que comprove que a produção, extração ou prestação daquele produto ou serviço é conhecido pelos moradores das cidades próximas e, por isso, já se esta “fama” já se alastrou para outras regiões geográficas.

---

<sup>26</sup> Op. Cit. p. 33

Panfletos turísticos chamando atenção sobre a peculiaridade das rendas produzidas pelas rendeiras de um interior de algum estado do Nordeste, associando a fabricação dessas rendas ao patrimônio cultural daquele local, podem servir como documentos para comprovar o conhecimento por terceiros desta localidade e fundamentar pedido de reconhecimento daquela cidade do interior como uma indicação de procedência.

Esta concepção de IP presume que a indicação seja constituída por um nome, expressão ou sinal, toponímico ou não, associados pelo público relevante a uma determinada localidade geográfica, que se tenha tornado conhecida como centro de produção, extração ou prestação de determinados produtos ou serviços. O reconhecimento da IP deve ser uma declaração desse fato, com a constituição do respectivo direito.

Pelas suas características, nota-se que o reconhecimento de uma localidade por essa IG é um reconhecimento simples, sem grandes exigências, como bem quis enfatizar o legislador no artigo 177 da LPI. Por esta razão, o trâmite processual para sua proteção deveria também ser simples. Tal, no entanto, não ocorre na norma administrativa vigente, seja por falta de interesse, de conhecimento, ou de infra-estrutura e organização das autoridades competentes para efetuar este reconhecimento.

#### 1.2.2.2 Procedência e Proveniência

Cabe esclarecer que o Decreto 16.254, primeira norma em que a repressão à falsas indicações geográficas foi prevista, a definição de indicação de proveniência não estabelecia o conhecimento local geográfico como centro de extração, produção ou fabricação de um produto como requisito para este ser qualificado como indicação de proveniência a ser protegida contra falsas indicações. Este dispositivo harmonizava-se com o artigo 10 da

CUP, e com o artigo 1º do Acordo de Madrid<sup>27</sup>, entretanto, como já abordado na parte histórica deste trabalho, a terminologia utilizada para esta definição na CUP e no Acordo de Madrid foi “indicação de procedência”, daí resultando a confusão terminológica<sup>28</sup> de dois institutos que, como veremos, **são** diferentes. Do CPI de 1945 até o CPI de 1969, a indicação de procedência era designada como pelo nome indicação de proveniência.

A definição de indicação de proveniência dos CPIs citados era a mesma definição dada pelo CPI de 1971 e pela LPI atual à indicação de procedência, ou seja, na definição deste instituto o requisito do conhecimento da localidade era necessário, diferentemente da definição dada pela legislação de 1923. Nos códigos de propriedade industrial nacional, com exceção do decreto de 1923, houve uma mudança de nomenclatura de *proveniência* para *procedência*, mas para a nossa legislação o significado era o mesmo.<sup>29</sup>

---

<sup>27</sup> **Acordo Madrid.1891 art. 1º** - Todos os produtos que possuam uma indicação falsa o enganosa em virtude do qual resultem indicados direta o indiretamente, como país ou como lugar de origem algum dos países aos quais se aplica o presente acordo, o um lugar situado em algum destes, serão embargados ao serem importados em cada um destes países.

<sup>28</sup> <sup>28</sup> GONÇALVES, Márcio Fabrício Welges, *Indicações Geográficas*. Tese defendida perante a Universidade de Lisboa, 2005, p. 10.

<sup>29</sup> Dec. 16254/1923 - Art. 81. Entendem-se por indicação da proveniência dos produtos a designação do nome geográfico que corresponde ao lugar da fabricação, elaboração ou extração dos mesmos produtos. O nome do lugar da produção pertence cumulativamente a todos os produtos nele estabelecidos (56).

Art. 82. Ninguém tem o direito de utilizar-se do nome de um lugar de fabricação para designar produto natural ou artificial fabricado ou proveniente de lugar diverso (57).

Art. 83. Não haverá falsidade de indicação de proveniência quando se tratar de denominação de um produto por meio de nome geográfico que, tendo-se tornado genérico, designar em linguagem comercial a natureza ou gênero do produto. Esta exceção não é aplicável aos produtos vinícolas (58).

#### **CPI 1945 - SEÇÃO V**

Das indicações de proveniência

Art. 100 Entende-se por indicação de proveniência e designação de nome de cidade, localidade, região ou país, que sejam notoriamente conhecidos com o lugar de extração, produção ou fabricação das mercadorias ou produtos.

Parágrafo único. Nesse caso, o uso do nome de lugar de proveniência cabe, indistintamente, a todos os produtores ou fabricantes nele estabelecidos.

Art. 101 Ninguém tem o direito de utilizar o nome correspondente ao lugar de fabricação ou de produção para designar produto natural ou artificial, fabricado ou proveniente de lugar diverso.

Parágrafo único. Consideram-se de fantasia, e, como tais, registráveis, os nomes geográficos de lugares que não sejam notoriamente conhecidos como produtores dos artigos ou produtos a que a marca se destina.

Art. 102 Não haverá falsa indicação de proveniência:

1.º) quando o produto fôr designado pelo nome geográfico, que, tendo-se tornado comum, exprima a sua

---

natureza ou gênero, salvo tratando-se de produtos vinícolas;

2.º) quando o nome fôr de filial, sucursal, ou representante do titular de marca estrangeira, devidamente registrada no Brasil, autorizado a usá-la, devendo nesse caso o interessado indicar, nos produtos, o seu nome, sede ou domicílio do estabelecimento principal.

Art. 103 Não poderá a indicação de procedência constituir elemento característico de marca.

#### CPI/1967 - SEÇÃO VII

Das indicações de proveniência

**Art 87.** O uso do nome de lugar de proveniência cabe, indistintamente, a todos os produtores ou fabricantes nele estabelecido não podendo tal indicação servir de elemento característico de marca.

*Parágrafo único.* Entende-se por indicação de proveniência a designação de nome de cidade, localidade, região ou país que sejam notoriamente conhecidos como lugar de extração, produção ou fabricação de determinadas mercadorias ou produtos.

**Art 88.** É vedado o emprêgo e registro de lugar de criação, extração, produção ou fabricação de determinado artigo em marca destinada a artigos provenientes de lugar diverso.

*Parágrafo único.* O disposto neste artigo não se aplica aos nomes de lugares que não sejam notoriamente conhecidos como produtores dos artigos a que a marca se destina.

**Art 89.** Não será considerada falsa indicação de proveniência:

1º - a utilização de nome geográfico que se houver tornado comum para designar natureza ou gênero da mercadoria ou artigo, exceto tratando-se de produtos vinícolas;

2º - a utilização do nome da localidade da sede ou do estabelecimento na denominação de filial, sucursal, agência ou representação, desde que autorizada a usá-la e feita a referência correspondente.

#### CPI/1969 SEÇÃO VI

Das indicações de proveniência

Art. 83 O uso do nome de lugar de proveniência cabe, indistintamente, a todos os produtores ou fabricantes nele estabelecidos, não podendo tal indicação servir de elemento característico de marca.

*Parágrafo único.* Entende-se por indicação de proveniência a designação de nome de localidade, cidade, região ou país que sejam notoriamente conhecidos como lugar de extração, produção ou fabricação de determinadas mercadorias ou produtos.

Art. 84 É vedado o registro e o emprêgo de nome de lugar de extração, produção ou fabricação de determinado artigo, em marca destinada a artigos provenientes de lugar diverso.

*Parágrafo único.* O disposto neste artigo não se aplica aos nomes de lugares que não sejam notoriamente conhecidos como produtores dos artigos a que a marca se destina.

Art. 85 Não será considerada falsa indicação de proveniência:

a utilização de nome geográfico que se houver tornado comum para designar natureza ou gênero de mercadoria ou artigo, exceto tratando-se de produtos vinícolas;

a utilização de nome de localidade da sede ou do estabelecimento principal na denominação de filial, sucursal, agência ou representação, desde que autorizado o seu uso e feita a referência correspondente.

#### CPI/71 - SEÇÃO VI DAS INDICAÇÕES DE PROCEDÊNCIA

Art. 70. Para os efeitos deste Código, considera-se lugar de procedência o nome de localidade, cidade, região ou país, que seja notoriamente conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinada mercadoria ou produto, ressalvado o disposto no artigo 71.

Art. 71. A utilização de nome geográfico que se houver tornado comum para designar natureza, espécie ou gênero de produto ou mercadoria a que a marca se destina não será considerada indicação de lugar de procedência.

Art. 72. Excetuada a designação de lugar de procedência, o nome de lugar só poderá servir de elemento característico de registro de marca para distinguir mercadoria ou produto procedente de lugar diverso, quando empregado como nome de fantasia.

#### LPI/1996 - Título IV – Das Indicações geográficas

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 deter-



### 1.2.3 Indicação de Proveniência

Como já indicado, para grande parte da doutrina, as expressões “indicação de procedência” e “indicação de proveniência” são sinônimos, advindo daí erros terminológicos incorridos nas legislações internas, nos tratados e em algumas legislações internacionais.<sup>30</sup>

Para alguns autores as indicações de proveniência, no que tange à origem geográfica de produtos ou serviços<sup>31</sup>, são nomes geográficos que indicam que um produto ou serviço foi produzido, extraído, fabricado ou prestado em uma determinada região, país, território ou localidade. A indicação de proveniência é uma mera referência do local de origem de um produto<sup>32</sup>. A indicação de proveniência não possui o requisito do conhecimento, a regi-

---

minado 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 exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos.

Art. 179. A proteção estender-se-á à representação gráfica ou figurativa da indicação geográfica, bem como à representação geográfica de país, cidade, região ou localidade de seu território cujo nome seja indicação geográfica.

Art. 180. Quando o nome geográfico se houver tornado de uso comum, designando produto ou serviço, não será considerado indicação geográfica.

Art. 181. O nome geográfico que não constitua indicação de procedência ou denominação de origem poderá servir de elemento característico de marca para produto ou serviço, desde que não induza falsa procedência.

<sup>30</sup> Em seu artigo sobre as indicações geográficas e sua abordagem na LPI de 1996, Carlos Henrique Fróes utiliza reiteradamente o termo indicação de proveniência para indicar o termo indicação de procedência utilizado na referida lei. Nota-se claramente no texto, que para este autor não existe diferença entre os dois termos e que estes possuem o mesmo significado:

“De acordo com a Lei da Propriedade Industrial a indicação geográfica compreende a indicação de proveniência e denominação de origem. Aquela é uma simples referência ao lugar de fabricação, de um produto **que se tornou conhecido** como tal...”

FRÓES, Carlos Henrique. A Proteção das Indicações Geográficas no Brasil. *Revista da ABPI* n.º 56, Jan/Fev 2002, p. 66.

<sup>31</sup> Para Oliveira Ascensão a indicação de proveniência pode ser geográfica ou empresarial, quando, saindo do campo do estudo dos signos geográficos, utiliza-se a indicação de procedência para indicar a origem da empresa aonde o produto foi produzido ou o serviço prestado. ASCENSÃO, José de Oliveira. *Direito Comercial II*. Lisboa: Faculdade de Direito de Lisboa, 1988, p. 193.

<sup>32</sup> GONÇALVES, Márcos Fabrício Welges, *Indicações Geográficas*. Tese defendida perante a Universidade de Lisboa, 2005, p. 24..

ão pode ser desconhecida, mas é o lugar aonde o produto foi produzido, extraído ou o serviço foi prestado.<sup>33</sup>

Para Marcos Gonçalves<sup>34</sup> a indicação de proveniência nem é uma indicação geográfica, nem um sinal de uso exclusivo, por não se tratar de uma localidade conhecida, como a indicação de procedência ou a denominação de origem. Para este autor, as indicações geográficas estão em um nível além da indicação de proveniência.

Para tal autor, o cerne deste instituto calcar-se-ia no reconhecimento de uma região; a indicação de proveniência não seria uma IG, pois as indicações de proveniência não exigem qualquer conhecimento especial pelo público; somente informam de onde o produto provém e sua utilidade encontra-se somente para a prevenção de crimes contra a concorrência desleal.<sup>35</sup>

Acompanhando as lições de Pontes de Miranda<sup>36</sup>, a indicação de proveniência apenas situa, indica o lugar aonde se produz ou fabrica determinado produto.

Alberto de Almeida<sup>37</sup> também acompanha esta posição, indicando em sua obra que a indicação de proveniência constitui-se de uma simples informação, que permite ao consumidor saber, por exemplo, se o produto é de origem portuguesa ou estrangeira, ou se este foi extraído ou fabricado em determinado lugar. Para este autor, qualquer denominação geográfica pode constituir uma indicação de proveniência, dado que é uma simples informação.

---

<sup>33</sup> Esta posição também é acompanhada por José de Oliveira Ascensão. ASCENSÃO, José de Oliveira. *Direito Comercial II*. Lisboa: Faculdade de Direito de Lisboa, 1988, p. 193.

<sup>34</sup> Op. Cit. p. 24

<sup>35</sup> GONÇALVES, Márcio Fabrício Welges, *Indicações Geográficas*. Tese defendida perante a Universidade de Lisboa, 2005, p. 24 e Ascensão, José de Oliveira. *Direito Comercial II*. Lisboa: Faculdade de Direito de Lisboa, 1988, p. 193.

<sup>36</sup> MIRANDA, Pontes. *Tratado de direito privado*; Tomo XVII - parte especial. 4ª ed, São Paulo: RT, 1983, p. 193.

<sup>37</sup> ALMEIDA, Alberto Francisco Ribeiro. *Denominação de origem e marca*. Coimbra: Coimbra, 1999, p. 49

O autor acima citado explica que a necessidade de disciplinar as indicações de proveniência surge quase sempre com o objetivo de proteger as mercadorias nacionais contra os produtos estrangeiros, pois estes muitas vezes dissimulavam a sua verdadeira proveniência com sinais que induziam crer que o produto possuía uma outra origem. Pretendeu-se impedir o uso de falsos sinais de proveniência que enganavam os consumidores e prejudicavam os produtores das regiões falsamente indicadas.<sup>38</sup>

Aí está mais uma diferença entre as indicações geográficas e a indicação de proveniência. As indicações geográficas oficialmente reconhecidas possuem proteção absoluta. As indicações geográficas são signos distintivos constituídos no mínimo, por nomes geográficos conhecidos, reconhecidos na legislação nacional mediante registro declaratório e em casos excepcionais por decreto. Indicam a origem geográfica de produtos que influenciam a preferência do público consumidor.<sup>39</sup> Nenhum outro nome geográfico poderá utilizar-se desta indicação para qualquer produto ou serviço.

Já no caso das indicações de proveniência, como a proteção é contra a concorrência desleal e ao consumidor, o nome geográfico falsamente indicado só é reprimido quando causar erro ou confusão.

Pelas características e escopo expressos acima concluímos que as IG oficialmente reconhecidas, possuem uma certa notoriedade, pois o conhecimento destas se estendem além do círculo de seus consumidores habituais.<sup>40</sup>

Desta colocação tem-se claro que a proteção das indicações de proveniência se restringe à proteção conferida contra a concorrência desleal e ao consumidor. Entendemos que este tipo de proteção às indicações de proveniência ocorre na LPI e no CDC, nos artigos 59

---

<sup>38</sup> Ibidem

<sup>39</sup> Ibidem, p. 39.

<sup>40</sup> Ibidem p. 40

e 63 da lei 6063/76, mas a nossa legislação confunde as nomenclaturas e definições. E tal equívoco não existe apenas em nossa legislação, pois - como já vimos - a definição de IP como simples lugar de onde o produto procede é a definição utilizada por algumas legislações estrangeiras e o sentido utilizado no artigo 10º da CUP.

A LPI/96 não fixa o conceito de “indicação de procedência”, ainda que utilize o seu significado e discipline sua proteção nos artigos 181, 193 e 194<sup>41</sup> da Lei, sob a equívoca denominação de “falsa procedência”. Há aqui, claramente uma confusão, pois, como amplamente demonstrado, a “indicação de procedência” é - para a LPI/96 - uma IG, tendo como requisito o conhecimento do local como centro de produção, extração fabricação ou prestação de determinado produto ou serviço. Como uma IG, a indicação de procedência, diferentemente da indicação de procedência é objeto de direito de exclusiva e possui um escopo de proteção bem mais amplo. Ora, a se ater à noção exposta pelos doutrinadores antes municionados, a cujo magistério subscrevemos, uma indicação de procedência simplesmente informa ao consumidor que uma determinada região geográfica é a região aonde o produto teve origem, com o intuito de evitar informação enganosa ao consumidor e a concorrência desleal.<sup>42</sup>

---

<sup>41</sup> LPI/96 - Art. 181. O nome geográfico que não constitua indicação de procedência ou denominação de origem poderá servir de elemento característico de marca para produto ou serviço, desde que não induza falsa **procedência**.

Art. 193. Usar, em produto, recipiente, invólucro, cinta, rótulo, fatura, circular, cartaz ou em outro meio de divulgação ou propaganda, termos retificativos, tais como "tipo", "espécie", "gênero", "sistema", "semelhante", "sucedâneo", "idêntico", ou equivalente, não ressalvando a verdadeira **procedência** do produto.

Pena - detenção, de 1 (um) a 3 (três) meses, ou multa.

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.

Pena - detenção, de 1 (um) a 3 (três) meses, ou multa.

<sup>42</sup>GONÇALVES, Marcos Fabrício Welges, *Indicações Geográficas*. Tese Universidade de Lisboa, 2005, p. 23.

Assim impõe-se precisar que, no sistema da LPI/96, o local a que se refere a “falsa proveniência” não é uma indicação geográfica, visto que o artigo 176 só reconhece como indicações geográficas as indicações de procedência e as denominações e origens.

Esta monografia não se estenderá na discussão sobre a devida proteção das indicações de proveniência e nem a sua devida previsão legislativa e proteção legal, mas, por amor ao debate, transcrevemos a interessante e instigante colocação do célebre Pontes de Miranda<sup>43</sup> sobre o tema:

A indicação de proveniência tem, portanto, a função de enunciar ao público ou ao adquirente figurante de negócio jurídico, ainda que em segredo a produção ou o fabrico, que o produto ou artigo provém de determinado lugar. Não é preciso que esse lugar se haja notabilizado por ser dele procedente o que se produz ou fabrica. Todavia, leitura superficial dos arts. 100-103 pode sugerir que o direito *real* depende da notoriedade de tal extração, produção ou fabricação. Pergunta-se: se assim é, se a lei estabeleceu que se há de tratar de cidade, localidade, região, ou país, que seja notoriamente conhecido como o lugar da extração, produção ou fabricação (*sie*), Z não tem direito *real* à indicação de proveniência quem extrai, produz ou fabrica em lugar *ainda* não conhecido, notoriamente, como tal? Noutros termos: *Zé* elemento necessário do suporte fático das regras jurídicas dos arts. 100-103 o elemento da notoriedade?

Cumpramos retomar-se o fio do que dissemos no Tomo XVI, § 1.914, onde já se cogitou das indicações de proveniência. Se o lugar ainda não é conhecido notoriamente, como lugar de que provém certo produto ou artigo, o uso dele, por pessoa que não seja produtor ou fabricante no lugar, é crime, independentemente, portanto, da notoriedade (Decreto-Lei n. 7.903, CPI/45 art. 178, IV: “*produz, importa, exporta, armazena, vende ou expõe à venda mercadoria com falsa indicação de procedência*”). A falsidade basta. No art. 101, parágrafo único, consideram-se de fantasia e pois registráveis para designar produto ou artigo os nomes geográficos de lugares que não sejam notoriamente conhecidos como produtores dos artigos ou produtos. Então, *‘marcam*, sem indicar proveniência. No art. 100 também se alude à notoriedade, mas a referência **não** deve ser interpretada como pré-excludente do direito real dos produtores ou fabricantes do lugar que *ainda* não é notoriamente conhecido como de extração, produção ou fabricação das mercadorias ou produtos. A indicação de proveniência só é usável por pessoa que produza o fabrique no lugar, ainda que seja domiciliada alhures. A empresa que tem sede em São Paulo pode indicar como proveniente de Minas Gerais os seus produtos, ou mercadorias, um ou alguns dos seus produtos, ou mercadorias, desde que seja verdade. Se não há notoriedade do lugar como lugar de proveniência de produtos ou artigos de tal gênero, dificilmente haverá dano; mas o art. 178, IV, abstrai do elemento do dano e o mesmo havemos de entender quanto às ações protetoras do direito real.

Já se cogitou da notoriedade superveniente a produção por alguém, fato que tem importância se antes fôra registrada marca, isto é, se algum sinal distintivo registrado continha o nome geográfico ao tempo em que não se conhecia, notoriamente, o lugar como lugar de extração, produção, ou fabrico. A marca tem de ser modificada se se presta à confusão. Trata-se de ação de modificação compulsória, com preceito cominatório.

---

<sup>43</sup> MIRANDA, Pontes. *Tratado de direito privado*; Tomo XVII - parte especial. 4ª ed, São Paulo: RT, 1983, p. 198

#### 1.2.4 Denominações de Origem - DO.

A proteção das DO é uma inovação da LPI de 1996. A denominação de origem é a espécie de indicação geográfica cuja proteção presume procedimento mais complexo.

Isto ocorre porque o cerne deste instituto está na **qualidade do produto ou serviço, nas características intrínsecas e extrínsecas que esse produto adquiriu devido a fatores naturais e humanos**. A qualidade, reputação, características naturais e humanas e outras características estritamente ligadas ao consumidor são os requisitos exigidos para que uma determinada localidade obtenha a proteção por este instituto. Para o reconhecimento de uma região localidade etc. como IG é necessário a satisfação dos requisitos qualitativos.<sup>44</sup>

##### 1.2.4.1 Fatores Naturais e Humanos

A reputação do produto proveniente de uma DO está ligada ao seu local geográfico de produção, extração ou produção e estes devem incluir necessariamente aos fatores naturais e humanos.

Para uma região, localidade etc. ser reconhecida como uma DO que produz ou fabrica determinado produto, os requisitos de proteção devem estar vinculados aos fatores naturais, como por exemplo, solo e clima<sup>45</sup>, ou a fatores humanos, como por exemplo, o modo de fabricação do produto.

Tal modo pode ter origens ancestrais e que passam de geração à geração mantendo as mesmas características; muitas vezes esses modos de fabrico e cultura, tornam-se patri-

---

<sup>44</sup> BARBOSA, Denis Borges. *Uma introdução à propriedade intelectual*. 2.ed. Rio de Janeiro: Lumens Júris, 2003, p. 671; ALMEIDA, Alberto Francisco Ribeiro. *Denominação de origem e marca*. Coimbra: Coimbra, 1999, p. 46-47

<sup>45</sup> ALMEIDA, Alberto Francisco Ribeiro. *Denominação de origem e marca*. Coimbra: Coimbra, 1999, p. 46-46

mônio cultural daquela região. Marcos Fabrício<sup>46</sup>, aliás, indica que deve existir no meio geográfico reconhecido com o uma DO uma produção *local, leal e constante*. Ou seja, tradição da região no fabrico, extração ou produção de determinado produto ou prestação de serviço, somada à boa-fé dos produtores destas localidades, baseado na lealdade que os produtores devem ter no emprego ostensivo, honesto e não equivocado do nome geográfico.

Para sobrevivência do próprio instituto os titulares de uma DO devem ser fieis às matérias primas utilizadas, ao modo de fabrico, zelar constantemente pela qualidade dos produtos, preservar os costumes na execução dos trabalhos que geram aquele produto, execuções muitas vezes seculares, mas essenciais para manter o forte elo que liga o produto à fidelidade e confiança de seus consumidores. É na manutenção destes hábitos e costumes que reside a importância das IGs na preservação da história e da cultura de um povo situado em uma localidade determinada.

Um produto originado em uma região reconhecida como DO é um produto típico e tradicional<sup>47</sup>, que possui uma reputação e está sujeito a um controle de qualidade que o torna único, singular.

A partir destas características, um produto originado de uma região reconhecida como DO pode vir a se tornar um produto afamado como nobre, cria-se um elo de confiança e segurança entre o produto e o consumidor. Como bem nota Marcos Fabrício Gonçalves<sup>48</sup>, não há DO se não houver qualidade ou característica peculiar.

Por este produto ter se tornado nobre, singular, sinônimo de qualidade, ele possui a capacidade de agregar um valor econômico muito maior. As pessoas pagam para ter *aquela*

---

<sup>46</sup> Op. Cit. p. 28.

<sup>47</sup> Ibidem 47

<sup>48</sup> Op. Cit. p. 27.

produto, pois sabem que o selo de DO, que o acompanha, é atestado de segurança, qualidade e acima de tudo singularidade, pois só naquela região e sob um rígido sistema de controle ele pode ser produzido.

#### 1.2.4.2 Valor relativo de uma IP e de uma DO

Ressaltamos aqui que a IP também possui uma grande capacidade de agregar valor econômico aos produtos oriundos das regiões reconhecidas por esta IG, uma vez que se tem o conhecimento que aquela região é especializada na produção ou fabricação de um produto ou serviço.

A diferença está na qualidade e sindicabilidade de um produto com uma DO. Neste caso, os consumidores terão maior garantia que o produto que consomem é de qualidade e peculiaridade controlada e acesso à informação completa sobre a traçabilidade do produto, desde a composição das suas matérias primas, sua produção, fabricação empacotamento até a chegada deste produto ao comércio.<sup>49</sup>

#### 1.2.4.3 Investimentos necessários para manutenção de uma DO.

Para que uma região consiga um reconhecimento como uma DO, é necessário um grande investimento em infra-estrutura, pois é exigido um centro que controle se estes pro-

---

<sup>49</sup> POLLAUD-DULIAN, Frédéric. *Droit de la propriété industrielle*. Paris: Montchrestien, 1999, p. 723. « Certains produits naturels ou transformés, spécialement alimentaires tirent leurs caractéristiques et leur qualité de leur origine, c'est-à-dire de facteurs naturels et de méthodes et savoir-faire traditionnels liés à un terroir déterminé dont proviennent ces produits. Le nom du terroir est alors utilisé pour désigner ces produits, parce que ce nom signale et garantit aux consommateurs que le produits provient du terroir et présente les caractéristiques qui ont forgé sa réputation.

“Certos produtos naturais ou transformados, especialmente alimentares, tiram suas características e qualidades de sua origem, ou seja de fatores naturais e de métodos de produção específicos, tradicionais ligados à uma origem determinada da qual provêm estes produtos. **O nome desta origem então é utilizado para designar estes produtos, porque este nome assinala e garante aos consumidores que os produtos provêm da aquela região de origem e apresenta as características que ensejaram na sua reputação.** Grifo nosso.



duto foram fabricados seguindo às exigências de qualidade, conforme o modo tradicional de produção local, com as matérias primas determinadas, dentro da delimitação geográfica autorizada etc.

É por essa razão que a DO é uma IG de excelência, cujo processo para o seu reconhecimento **deve** ser rígido e meticuloso, a existência deste instituto depende disso e este controle não cessa com as exigências cumpridas e o reconhecimento declarado, ela persiste, pois extinto as características e requisitos exigidos para este reconhecimento a localidade deixa de ter o reconhecimento pela DO.<sup>50</sup>

### **1.3 Natureza e Caracteres Jurídicos das Indicações Geográficas**

A Indicação Geográfica é um bem incorpóreo, objeto da Propriedade Industrial, esta sendo uma parcela da Propriedade Intelectual, a que abrange a proteção dos bens imateriais voltados para a indústria.

#### 1.3.1 Direitos de Uso e Direitos de Exclusiva

Pontes de Miranda<sup>51</sup> corretamente defende que a existência de um direito de uso de uma IG seria independente de registro: se efetivamente existe a produção e fabricação em algum lugar, este lugar se tornaria conhecido por isso e aquela localidade passaria a ser uma indicação geográfica. Ocorre, que no Brasil e em vários países, para que os titulares dos

---

<sup>50</sup> Pontes de Miranda cita esta peculiaridade para as indicações de procedência, mas entendemos que são absolutamente pertinentes na DO. MIRANDA, Pontes. *Tratado de direito privado*; Tomo XVII - parte especial. 4ª ed, São Paulo: RT, 1983, p 202.

<sup>51</sup> MIRANDA, Pontes. *Tratado de direito privado*; Tomo XVI - parte especial. 4ª ed, São Paulo: RT, 1983, p 196.

direitos das Indicações geográficas passem a ter *direitos de utilização exclusiva* desta proteção, o lugar precisa ser oficialmente reconhecido como uma IG.<sup>52</sup>

Portanto, ainda que o direito de utilização veraz das indicações geográficas independa de qualquer registro ou reconhecimento, desde que havendo a produção ou fabricação que entra como ato-fato jurídico (neste ponto, o simples fato cria o direito, sem constituição pelo Estado, à semelhança do que ocorre com os direitos autorais<sup>53</sup>), o que ocorre no Brasil e em outros países é que para se ter o direito de exclusiva é necessário que esta região seja reconhecida por um órgão oficial.

### 1.3.2 Direito de propriedade

Assim como outros institutos da propriedade industrial, as IG registradas são um direito de propriedade, reconhecido constitucionalmente no artigo 5º, XXIX. Este direito de propriedade não se assemelha por completo ao direito de propriedade positivado no Código Civil, eis que direito de dupla natureza, um aspecto de propriedade e uma natureza concorrencial - é um direito de propriedade *concorrencial*.

Diz Denis Borges Barbosa<sup>54</sup>:

A noção de propriedade

Tudo que aqui se expôs quanto à noção das exclusivas de propriedade intelectual sob o conceito de monopólio não se altera, adota-se a noção de que ela se constitui em propriedade. No contexto constitucional do pós-guerra, pelo menos, a propriedade é um direito sujeito aos condicionantes sociais de sua utilização<sup>55</sup>.

<sup>52</sup> GONÇALVES, Márcos Fabrício Welges, *Indicações Geográficas*. Tese defendida perante a Universidade de Lisboa, 2005, p.42.

<sup>53</sup> MIRANDA, Pontes. *Tratado de direito privado*; Tomo XVII - parte especial. 4ª ed, São Paulo: RT, 1983, p. 196.

<sup>54</sup> BARBOSA, Denis Borges. Bases Constitucionais da Propriedade Intelectual.p. 25-29. Disponível em <http://denisbarbosa.addr.com/bases2.pdf>. Acesso em 18/02/2007.

<sup>55</sup> Nota do Autor. Fabio Konder Comparato, Propriedade e Direitos Humanos, manuscrito, “É, justamente, à luz dessa consideração da propriedade como fonte de deveres fundamentais que se deve entender a determinação constitucional de que ela atenderá à sua função social (art. 5º, inc. XXIII). No mesmo sentido, dispõem

O exemplo mais enfático desse entendimento, no tocante à propriedade intelectual, é certamente a Corte Constitucional Alemã <sup>56</sup>. Mas não menos importante é a prática da Corte Constitucional Italiana, que inclusive se fundou na análise da função social das patentes para declarar, em 1978, a inconstitucionalidade superveniente da vedação de patentes farmacêuticas (Sentenza 20/1978 ). A função social dos direitos exclusivos é um elemento relevante de análise mesmo nas jurisdições de common law <sup>57</sup>.

Essa vertente de análise dos limites dos direitos exclusivos sobre criações intelectuais tem, provavelmente, muito maior aplicação nos sistemas jurídicos sul-americanos neste momento <sup>58</sup>.

### **Propriedade constitucional e propriedade no direito comum.**

É importantíssimo notar, porém, que o fato de a marca (em especial, mas também, se bem que não nominalmente, a patente) ser uma das *propriedades* tratadas no âmbito constitucional não implica em que ela tenha o exato regime da propriedade do direito comum, que – se coubesse tal tratamento - seria a propriedade típica dos bens móveis <sup>59</sup>.

Na verdade, é logicamente impossível assimilar a *totalidade* do instituto da propriedade dos bens móveis físicos à especificidade dos bens móveis intelectuais. O feixe de tensões que leva à constitucionalidade da propriedade dos bens físi-

a Constituição italiana (art. 42, segunda alínea) e a Constituição espanhola (art. 33, 2). Não se está, aí, de modo algum, diante de uma simples diretriz (Leitlinie, Richtschnur) para o legislador, na determinação do conteúdo e dos limites da propriedade, como entendeu uma parte da doutrina alemã, a propósito do disposto no art. 14, segunda alínea, da Lei Fundamental de Bonn: A propriedade obriga. Seu uso deve servir, por igual, ao bem-estar da coletividade (Eigentum verpflichtet. Sein Gebrauch soll zugleich dem Wohle der Allgemeinheit dienen). Como bem salientou um autor, a responsabilidade social incumbe não só ao Estado, como aos particulares; Estado Social significa não apenas obrigação social da comunidade em relação aos seus membros, como ainda obrigação social destes entre si e perante a comunidade como um todo”.

56 Nota do Autor. Für das Urheberrecht hat das Bundesverfassungsgericht in der in diesem Zusammenhang zitierten Entscheidung ausgesprochen, zu den konstituierenden Merkmalen des Urheberrechts als Eigentum im Sinn der Verfassung gehöre die grundsätzliche Zuordnung des vermögenswerten Ergebnisses der schöpferischen Leistung an den Urheber im Wege privatrechtlicher Normierung und seine Freiheit, in eigener Verantwortung darüber verfügen zu können. Dies bedeute nicht, daß damit jede nur denkbare Verwertungsmöglichkeit verfassungsrechtlich gesichert sei. Im einzelnen sei es Sache des Gesetzgebers, im Rahmen der inhaltlichen Ausprägung nach Art. 14 Abs. 1 Satz 2 GG sachgerechte Maßstäbe festzulegen, die eine der Natur und der sozialen Bedeutung des Rechts entsprechende Nutzung und angemessene Verwertung sicherstellen (vgl. BVerfGE 31, 229 <240 f.>). Bundesverfassungsgericht - 1 BvR 587/88 -

57 Nota do Autor. Suprema Corte dos Estados Unidos: *Graham v John Deere Co* 383 US 1 at 5-6 (1966). : "The Congress in the exercise of the patent power may not overreach the restraints imposed by the stated constitutional purpose. Nor may it enlarge the patent monopoly without regard to the innovation, advancement or social benefit gained thereby."

58 Nota do Autor. Corte Constitucional da Colombia. “Por ultimo es necesario advertir que, aún cuando sometida a formas especiales de regulación (C.P., artículo 61), la propiedad intelectual es sólo una de las muchas formas a través de las cuales se manifiesta el derecho general de propiedad y, por lo tanto, se somete a las limitaciones a que queda sometido este derecho por virtud del artículo 58 de la Carta. En particular, la propiedad intelectual, así como la propiedad común, es "una función social que implica obligaciones" y, como tal, "le es inherente una función ecológica". Sentencia C-262/96 Convenio Para La Protección De Obtenciones Vegetales-Protección constitucional

59 Na legislação em vigor, os direitos de propriedade industrial regidos pela Lei. 9.279/96, os cultivares e os direitos autorais são definidos como bens móveis.

cos é diverso dos vetores de forças que legitimam os bens exclusivos que se constroem na concorrência e sob as tensões da liberdade de iniciativa.

Essa constatação é refletida na multiplicidade de explicações doutrinárias sobre a natureza jurídica da proteção jurídica deferida às marcas<sup>60</sup>. Listam-se ilustres autores subscrevendo o entendimento de que os bens intelectuais sejam, efetivamente, objeto de uma propriedade *tout court*<sup>61</sup>, ou de um direito equivalente com a peculiaridade de exercer-se sobre um bem imaterial<sup>62</sup>, outros ainda pendendo para a concepção pura de monopólio<sup>63</sup>. Mas a parcela majoritária da doutrina se inclinará, atualmente, em outro sentido<sup>64</sup>.

A tendência dominante é reconhecer, como o faz nosso constitucionalismo, uma dupla natureza, para que se adote quase sempre, a par da *propriedade*, o aspecto concorrencial do direito à marca ou às patentes<sup>65</sup>. Ou seja, uma *propriedade concorrencial*.

---

60 Sobre as inúmeras doutrinas relativas à natureza jurídica das marcas, vide João Paulo Capella Nascimento, A Natureza Jurídica do Direito sobre os Bens Imateriais Revista ABPI nr. 28 – mai/jun 1997. Vide também Maristela Basso, O Direito internacional da propriedade intelectual. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2000, p.31 à 36. Alberto Francisco Ribeiro Almeida. Denominação de origem e marca. Coimbra: Coimbra, 1999, p. 91-102., Alois Troller, Précis du droit de la propriété immatérielle. Genève: Helbing & Lichtenhahn, 1978, p. 46-48. Michel Vivant, Les biens immatérielles et le droit. Paris:Ellipse p. 34 e 98. Também Foyer e Vivant, Le Droit des Brevets, PUF 1991, p. 263 e seg., num resumo essencial das discussões sobre o tema.

61 Em especial, em nosso direito, Pontes de Miranda. Mas veja-se Gama Cerqueira, Tratado, op. cit., Rio de Janeiro, Forense, 1946, v. 1. 1a. Parte, p. 350 e s.: “... as objeções que se erguem contra a aplicação do conceito de propriedade ao direito sobre as marcas não atingem esse direito no que tem de essencial”.

62 Segundo a doutrina de Josef Kohler, Handbuch des deutschen Patentrechts in rechtsvergleichender Darstellung, Mannheim, 1900, p. 55 e seg. e Edmond Picard, Le Droit Pur, Bruxelles, Larcier, 1899, p. 121. no sec. XIX, e, mais recentemente, Léon Dabin. Para Koehler, a temporariedade dos direitos sobre bens imateriais impediriam classificá-los como propriedade. No entanto, Pontes de Miranda nota que a propriedade móvel resolúvel existe no sistema do Código Civil; a teoria de Koehler, como nota José Roberto d’Affonseca Gusmão, A Natureza Jurídica do Direito da Propriedade Intelectual, manuscrito, PUC/SP, 1997, p. 11, apud Capella Nascimento, op. cit., p. 26, nota que Koehler é particularmente inadequado em relação às marcas, cuja proteção não é limitada no tempo.

63 Como Remo Franceschelli, Nature Juridique des droits de l’auteur et de l’inventeur, Mélanges Roubier, 1961, T.2, p. 453.

64 Um autor tão contemporâneo como Frédéric Pollaud-Dulian, em Droit de La Propriété Industrielle, Montchrestien, 1999, p. 601, reflete o que dizemos: « La nature juridique du droit de marque est discutée, comme celle des droits de propriété intellectuelle en general. La théorie des droits de clientèle de Roubier est particulièrement adaptée aux marques, en raison de leur fonction. Il n'en demeure pas moins que, même si la marque sert à rallier la clientèle, elle ne confere aucun droit sur celle-ci. Si elle permet son attachement, elle ne le garantit pas. Le législateur a choisi de qualifier ce droit de propriété, même s'il s'agit d'une propriété bien particulière, puisqu'elle porte sur le droit exclusif d'exploiter le signe dans la spécialité choisie ». Definindo o que é marca, o mesmo autor vai em todas direções ao mesmo tempo: “ L’enregistrement confere au titulaire un droit de propriété incorporel, qui consiste en un droit exclusif d’exploitation ou monopole d’exploitation, opposable à tous, mais limité au cadre de la spécialité ».

65 Em particular, vide Paul Roubier, Le Droit de la Propriété Industrielle, Sirey, Paris, 1952, e de Tulio Ascarelli, Teoria della Concorrenza e dei beni Immateriali, 3a. Ed. Giuffrè, 1960, que vê na imaterialidade de tais direitos apenas a eventualidade dos direitos de clientela, ou (no dizer de Ascarelli), a expectativa razoável de réditos futuros. O Direito Europeu reflete essa dupla natureza: o Art. L. 714-3 do CPI francês diz que « L’enregistrement de la marque confere à son titulaire un droit de propriété sur cette marque pour les produits et services qu’il a designés ». Já a Diretriz Européia correspondente só menciona no seu artigo 5 um “direito exclusivo”

### 1.3.3 Uma Propriedade Coletiva

Outra peculiaridade da natureza jurídica das indicações geográficas é que a titularidade deste direito é coletiva. Ela até pode ser de um só, se somente um produtor viver na região conhecida<sup>66</sup>, mas alguns autores como Ana Lúcia Borda<sup>67</sup> defendem que o registro das indicações geográficas deve ser preferencialmente requerido em favor de uma coletividade, pois o uso desta indicação por parte de um grupo acarretará o fortalecimento desta indicação no mercado.

Como ensina Pontes de Miranda<sup>68</sup>, devido ao caráter territorial do que se indica e da titularidade coletiva, as indicações geográficas não são *res communis omnium*, mas de muitos.

As indicações geográficas não podem ser alienadas, nem suscetíveis de penhor ou de quaisquer medidas constritivas<sup>69</sup>. A aquisição sobre uma indicação geográfica é sempre originária<sup>70</sup>. Segundo Pontes de Miranda<sup>71</sup>, os próprios herdeiros têm de satisfazer os pressupostos das IG para que lhes nasça o direito à utilização destes signos distintivos.

Uma pessoa já poderia ser herdeira de uma propriedade onde residisse uma indicação geográfica, mas - se não continuar a fabricar o produto que tornou o lugar conhecido (no caso das indicações de procedência) ou não satisfizer os requisitos inerentes às denominações de origem - não possui nenhum direito sobre a indicação geográfica, somente ao bem

---

<sup>66</sup> GONÇALVES, Marcos Fabrício Welges, *Indicações Geográficas*. Tese defendida perante a Universidade de Lisboa, 2005, p.44.

<sup>67</sup> Op. Cit. p. 18.

<sup>68</sup> Pontes de Miranda escreve particularmente sobre as indicações de proveniência devido à época em que sua obra foi escrita. Nesta época o Brasil não reconhecia as indicações geográficas, somente as indicações de proveniência, mas quando citamos neste estudo as observações deste autor como sendo pertinentes à natureza jurídica das indicações geográficas, utilizamos estas neste instituto, por considerarmos que estas observações são pertinentes também às IGs. Op. Cit. p. 196.

<sup>69</sup> MIRANDA, Pontes. *Tratado de direito privado*; Tomo XVII - parte especial. 4ª ed, São Paulo: RT, 1983, p. 196.

<sup>70</sup> Ibidem.

<sup>71</sup> Ibidem, p. 197.

imóvel. Por essa razão, caso este herdeiro ou até mesmo o comprador do terreno preencha os requisitos necessários para a obtenção da aquisição deste direito, ele será originário.

Quanto à titularidade do direito à indicação de proveniência, que ressaltamos caber perfeitamente às indicações geográficas, Pontes de Miranda observa:

Quem quer que produza ou fabrique no lugar, tem direito a indicação de proveniência. [...] todos os que satisfaçam os pressupostos de produção ou de fabricação são titulares.[...]

A pluralidade dos produtores e fabricantes é que tem direito de indicar a proveniência. Mas tal fato não gera, no mundo jurídico, comunhão *pro indiviso*, nem comunhão *pro diviso*: cada um dos membros da comunidade tem o seu direito de propriedade industrial sobre a indicação de proveniência. Há pluralidade de titulares sem haver comunhão.

A figura jurídica é uma das mais interessantes do direito privado. Não há laços entre os titulares; nem o direito de um limita o direito de um limita o direito do outro. Nem há se quer comunhão *pro diviso*. O fato de ser objeto do direito real bem incorpóreo permitiu que se tivesse como suscetível de pluralidade de titulares, sem qualquer comunhão, a indicação de proveniência.

Quando se fala de produtores ou fabricantes que têm a mesma indicação de proveniência, é como se alguém se referisse aos estudantes que em vinte e três anos, ou aos varões de quarenta anos; apenas o sistema jurídico pôde construir a satisfação dos pressupostos como suficiente para exaurir o direito real sobre a indicação de proveniência.<sup>72</sup>

O jurista português Alberto de Almeida<sup>73</sup>, reconhece às indicações geográficas o atributo de direito real, mais precisamente o de um direito de propriedade, cujo objeto é uma coisa incorpórea. Segundo este autor, o direito às indicações geográficas também é exclusivo, absoluto, dotado de eficácia *erga-omnes*, perpétuo e não temporário, enquanto os requisitos que sustentam a existência deste instituto existirem.

---

<sup>72</sup> MIRANDA, Pontes. *Tratado de direito privado*; Tomo XVI - parte especial. 4ª ed, São Paulo: RT, 1983, p. 199-200.

<sup>73</sup> ALMEIDA, Alberto Francisco Ribeiro. *Denominação de origem e marca*. Coimbra: Coimbra, 1999, p. 118.

O direito à IG não sofre prescrição, não pode ser alienado ou perdido, que se dá pelo caráter coletivo deste direito<sup>74</sup> e visto que a cultura de um povo tem o seu caráter transgeracional e imprescritível.<sup>75</sup>

O Sobre a alienação de direito à DO Alberto Almeida assim disserta:

Na DO, um produtor titular do direito à DO, não pode alienar ou transferir o gozo deste direito para um terceiro. O que o titular deste direito pode fazer (supondo que para além de proprietário da DO é proprietário da exploração) é alienar ou locar (ou constituir em uso fruto, etc.) o seu “*fonds agricole*” (a partir do momento que o proprietário vende, arrenda, dá em comodato, ou dá em uso fruto, perde a propriedade da DO, mesmo nas hipóteses em que conserva o direito de propriedade sobre o referido “*fonds*” ou exploração). Contudo, a simples mudança de titularidade do “*fonds*” não implica que o direito à DO nasça imediatamente na esfera jurídica do adquirente, dado que o direito à DO não está meramente ligado ao “*fonds*” Na verdade nada garante que o novo proprietário ou locatário do “*fonds*” mantenha a afectação precedente ou simplesmente que sua produção mereça a DO. O que é certo é que a posse ou a detenção do “*fonds*” na área geográfica da DO, se não é suficiente é condição *sine qua non* da aquisição do direito à DO.

Verificamos assim que a DO não pode ser nem alienada, nem locada em si mesma por um de seus produtores, a venda ou locação do “*fonds*” já é possível, o que implica na mais-valia que a DO permite se vai repercutir no valor da venda ou da locação, dado que o adquirente ou o locatário, poderão, nas condições referidas, vir a adquirir, o direito à DO, essa mais-valia.<sup>76</sup>

Segundo as lições de Marcos Fabrício de Gonçalves<sup>77</sup>, os nomes geográficos são elementos de domínio público, mas as indicações geográficas, por suas peculiaridades e por se originarem de um ato de vontade entre pessoas que originam um direito de uma coletividade sobre uma indicação geográfica, passa a ser bem privado.

<sup>74</sup> MIRANDA, Pontes. *Tratado de direito privado*; Tomo XVI - parte especial. 4. ed, São Paulo: RT, 1983, p. 199-200.

<sup>75</sup> BARROS, Ana Flávia Granja & VARELLA, Marcelo Dias. *Indicações geográficas e arranjos produtivos locais*, São Paulo, 2002, p. 11.

<sup>76</sup> ALMEIDA, Alberto Francisco Ribeiro. *Denominação de origem e marca*. Coimbra: Coimbra, 1999, p. 118

<sup>77</sup> Op. Cit. p. 46.

#### 1.3.4 Natureza do Registro de IG

A natureza do registro da IG no Brasil é declaratória, apesar de alguns poucos autores defenderem que ela tem natureza constitutiva, pois modifica o estado do titular do registro. Pela LPI nacional, compete ao INPI reconhecer oficialmente uma indicação geográfica.

O pedido de reconhecimento deste direito pode ser pleiteado por pessoas jurídicas como entidades de classe, associações, institutos, ou até, em casos excepcionais o reconhecimento pode ser pleiteado individualmente<sup>78</sup>, como dissemos anteriormente.

Apesar deste reconhecimento não ser constitutivo de direito, pois, como já dito este direito já existe desde o momento da constituição do ato-fato jurídico, assim como no caso dos direitos autorais<sup>79</sup>, este reconhecimento possibilita a *exploração exclusiva* da indicação e é um meio pré-constituído de prova contra terceiros que indevidamente utilizem a indicação ou que venham contestá-la. Além disso, uma indicação geográfica oficialmente reconhecida fica protegida contra a generificação.<sup>80</sup>

---

<sup>78</sup> BORDA, Ana Lúcia de Souza. Estúdio de las indicaciones geográficas BORDA, Ana Lucía. Estudio de las Indicaciones Geográficas, Marcas de Certificación y las Marcas Colectivas – su protección en Brasil e importancia en el contexto internacional, p. 18. Disponível em: [http://www.dannemann.com.br/files/ASB\\_Indicaciones\\_Geograficas.pdf](http://www.dannemann.com.br/files/ASB_Indicaciones_Geograficas.pdf) - Acesso em 10/02/2007..

<sup>79</sup> MIRANDA, Pontes. *Tratado de direito privado*; Tomo XVI - parte especial. 4. ed, São Paulo: RT, 1983, p. 196.

<sup>80</sup> BORDA, Ana Lúcia de Souza. Estúdio de las indicaciones geográficas BORDA, Ana Lucía. Estudio de las Indicaciones Geográficas, Marcas de Certificación y las Marcas Colectivas – su protección en Brasil e importancia en el contexto internacional, p. 19. Disponível em: [http://www.dannemann.com.br/files/ASB\\_Indicaciones\\_Geograficas.pdf](http://www.dannemann.com.br/files/ASB_Indicaciones_Geograficas.pdf) - Acesso em 10/02/2007..



## CAPÍTULO 2 – PROTEÇÃO JURÍDICA NO ÂMBITO INTERNACIONAL E NACIONAL.

Neste capítulo será estudada a proteção e o regime jurídico dado às indicações geográficas na legislação internacional e interna.

### 2.1 A Proteção Jurídica no Âmbito Internacional

#### 2.1.1 Convenção da União de Paris - CUP

O Brasil é membro da CUP desde sua criação em 1883. A convenção já passou por 7 revisões. O Brasil aderiu integralmente à última revisão da CUP, de 1967, em Estocolmo, somente em 1990 .

A CUP define em seu artigo 1º, parágrafo 2º :

A proteção da propriedade industrial tem por objeto as patentes de invenção, os modelos de utilidade, os desenhos ou modelos industriais, as marcas de fábricas ou de comércio, as marcas de serviços, o nome comercial, e as indicações de proveniência ou denominação de origem, bem como a repressão da concorrência desleal.”

Este é o acordo mais antigo e um dos mais importantes no âmbito da propriedade intelectual, devido aos princípios que ele contém e ao grande número de países aderentes.<sup>81</sup>

Note-se que, apesar de o artigo 1º situar as DOs como um objeto da propriedade industrial, nos seus artigos subseqüentes ela só trata da proteção das IP, não tratando da proteção desta figura diretamente. Entretanto, entendemos que o que esta Convenção dispõe para as IP é pertinente também às DOs.<sup>82</sup>

Alguns autores interpretam que a CUP tratou, no artigo 1º item 2, as figuras da IP e da DO como sinônimos.<sup>83</sup>

---

<sup>81</sup> ALMEIDA, Alberto Francisco Ribeiro. *Denominação de origem e marca*. Coimbra: Coimbra, 1999, p. 144.

<sup>82</sup> Ibidem.

<sup>83</sup> ALMEIDA, Alberto Francisco Ribeiro. *Denominação de origem e marca*. Coimbra: Coimbra, 1999, p. 144.; GONÇALVES, Marcos Fabrício Welges, *Indicações Geográficas*. Tese defendida perante a Universi-

A CUP não define o significado de indicação de procedência ou denominação de origem. Na realidade, em seu bojo, ela trata da repressão às falsas indicações de proveniência<sup>84</sup>, pois não exige notório conhecimento da região para a proteção contra a concorrência desleal. Basta uma falsa indicação de proveniência direta ou indiretamente, ou seja, quando o nome geográfico, conhecido ou não, é utilizado falsamente ou quando não se cita o nome geográfico, mas indiretamente, através de qualquer indicação, acredita-se que o produto origina-se desta região. Como se trata de uma indicação de proveniência, apesar da CUP falar em procedência, não necessita ser uma região demarcada, basta qualquer indicação errônea do local geográfico que sujeite a erro ou confusão<sup>85</sup>

### 2.1.2 Acordo de Madrid

O Brasil aderiu ao Acordo de Madrid de 1891 e internalizou, na sua versão em vigor, o tratado através do Decreto nº 19.056/1929. Na constituição do Acordo ficou decidido que ele teria revisões para adaptação e adequação das suas normas às necessidades dos países signatários.

---

dade de Lisboa, 2005, p.66.

<sup>84</sup> Como já tratamos exaustivamente neste trabalho, as indicações de procedência e as denominações de origem são um tipo de indicação de proveniência, pois indicam a origem e possuem uma proteção exclusiva quando oficialmente reconhecidas por terem qualidades específicas que as indicações de proveniência não tem, como o conhecimento do local, os aspectos naturais, humanos etc. O artigo 10 da Convenção de Paris afirma que o estabelecido no artigo 9º - “O produto ilicitamente assinalados com uma marca da fábrica ou de comércio ou por um nome comercial será apreendido ao ser importado nos países da União onde essa marca ou esse nome comercial têm direito a proteção legal” - se aplicam também no caso de utilização direta ou indireta **de uma falsa indicação relativa à procedência** do produto ou à identidade do produtor, fabricante ou comerciante. Pela leitura do artigo 10 parágrafo 1º, percebe-se que, também para a Convenção de Paris,, a “indicação de proveniência” nada mais era de que o lugar de origem geográfica do produto, não tendo o mesmo significado da IP da lei brasileira.

<sup>84</sup> Esse significado da indicação de proveniência, como sendo uma mera indicação de origem do lugar é adotada por diversas outras legislações, como a francesa, a Portuguesa, a Argentina...

<sup>85</sup> GONÇALVES, Marcos Fabrício Welges, *Indicações Geográficas*. Tese defendida perante a Universidade de Lisboa, 2005, p.66.

O Acordo de Madrid, que tem como objetivo regular a repressão das falsas indicações de proveniência nas mercadorias, representou um avanço na proteção das IG.<sup>86</sup>

O acordo propõe dois tipos de medidas repressivas:

- 1 – a apreensão no ato da importação do produto que indique uma falsa indicação;
- 2 – A proibição do emprego em relação à venda, exposição ou oferta de qualquer indicação passível de confundir o público quanto a proveniência do produto.

O que motivou a elaboração do acordo de Madrid foi a insatisfação por parte da França e da Grã Bretanha com a redação do artigo 10 da CUP, pois estes países entendiam que a proteção conferida por este artigo era insuficiente e que, por isso, deveria se assegurar uma proteção mais efetiva às indicações de procedência e não simplesmente uma repressão as falsas indicações de proveniência.<sup>87</sup>

Um dos pontos mais discutidos foi a questão da generificação da indicação de procedência.

Ana Lúcia Borda<sup>88</sup> faz interessante análise deste ponto:

Uno de los puntos más discutidos fue la posibilidad de una indicación de procedencia se hubiese tornado de uso común. Conforme con la propuesta de Portugal, esa posibilidad debería ser evitada con relación a productos agrícolas, sobre la alegación de que tales indicaciones no estarían sujetas a tornarse de uso común, considerando las peculiaridades de los productos por ellas designados, tales como clima, suelo, etc. Francia concordó con el entendimiento de la delegación portuguesa, en el sentido de que la propuesta original podría ser restringida a indicaciones de procedencia de **productos vinícolas**, toda vez que esos eran, en verdad, los que más sufrían violaciones. Ese fue, por lo tanto, el nacimiento del artículo IV del Acuerdo, que así dispone:

“Los tribunales de cada país tendrán que decidir cuáles serán las denominaciones que, em razón de su carácter genérico, escapan de las disposiciones del

<sup>86</sup> ALMEIDA, Alberto Francisco Ribeiro. *Denominação de origem e marca*. Coimbra: Coimbra, 1999, p. 39.

<sup>87</sup> BORDA, Ana Lúcia de Souza. Estudio de las indicaciones geográficas BORDA, Ana Lucía. Estudio de las Indicaciones Geográficas, Marcas de Certificación y las Marcas Colectivas – su protección en Brasil e importancia en el contexto internacional, p. 29. Disponível em: [http://www.dannemann.com.br/files/ASB\\_Indicaciones\\_Geograficas.pdf](http://www.dannemann.com.br/files/ASB_Indicaciones_Geograficas.pdf) - Acesso em 10/02/2007..

<sup>88</sup> Op. Cit. p. 29

presente Acuerdo, no estando entretanto comprendidas en la reserva especificada por ese artículo las denominaciones **regionales de procedencia de los productos vinícolas.**” (destacados nuestros).

Apenas 30 países son miembros del Acuerdo, entre ellos Brasil, (revisión de La Haya, em 06.11.1925). Es un número reducido, si se compara con el CUP, que reúne mas de cien miembros. Uno de los motivos es que muchos países no poseen indicaciones geográficas para productos agrícolas. Además, la cláusula del artículo IV excluye la competencia de los tribunales de los países miembros. Muchos Estados no estaban dispuestos a sujetarse a tal regla.

Es oportuno hablar de la excepción del artículo IV de ese Acuerdo a la luz de lo que reza el Artículo 24 § 4o. del TRIPs, transcripto supra. La norma del artículo IV del Acuerdo de Madrid, que tiene como claro propósito de conferir una protección absoluta con relación a los vinos en el sentido de no admitir a su generalización, en la práctica, se presenta como difícilmente ejecutable. **Las excepciones del TRIPs tratan la cuestión de forma más realista, al contemplar la posibilidad de que una determinada indicación geográfica que esta siendo utilizada en un país miembro desde, como mínimo, 10 años contados a partir de 15.04.1994, o sea desde la fecha de firma del do TRIPs, o de buena fe, antes de esa misma fecha, no siendo exigido de ese país que evite el uso continuado de la indicación en cuestión. La cláusula Del artículo IV del Acuerdo de Madrid está en discrepancias con as excepciones del TRIPs.**

Una solución en conformidad con las excepciones del TRIPs se muestra más adecuada. No se pretende legitimar el uso indebido de indicaciones geográficas, mas en algunos casos es innegable que la indicación geográfica pasó por un proceso de generalización irreversible. Grifo nosso.

### 2.1.3 Acordo de Lisboa

O Brasil não aderiu o Acordo de Lisboa de 31 de outubro de 1958, que regula especificamente sobre a proteção das DOs e seu registro internacional. O motivo da criação deste tratado foi porque tanto o acordo de Madrid, quanto a CUP não trataram expressamente das DOs.

Com tal Acordo, tem-se pela primeira vez, em sede de direito internacional, a definição jurídica das denominações de origem:

Art. 2º - Entende-se por DO, no sentido do presente acordo, a denominação geográfica de um país, região, ou localidade que serve para designar um produto dele originário cujas qualidades ou caracteres são devidos exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluindo fatores naturais e humanos.

Um ponto relevante deste acordo foi o entendimento que a proteção da DO, assim como hoje verificamos com as indicações geográficas, não poderia dar-se somente pela repressão à concorrência desleal.<sup>89</sup>

Pelo fato de o acordo limitar-se à proteção das DOs, não prevendo proteção às IP, e em razão do excesso de coerção nos seus artigos, tornando seus efeitos práticos reduzidos, este teve um pequeno número de países adeptos – apenas 17.<sup>90</sup>

#### 2.1.4 Acordo Sobre os Aspectos dos Direitos da Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio- TRIPS

O TRIPS define no seu artigo 22 parágrafo 1º:

Para os fins deste acordo, entende-se por indicações geográficas indicações que identifiquem um produto como sendo originário do território de um membro, ou uma região ou localidade daquele território, no qual uma dada qualidade, reputação ou outra característica do produto é essencialmente atribuível a sua origem geográfica.”

Desta definição de IG, pode-se concluir que o TRIPS generalizou os conceitos de IP e DO, que teve seus nomes e significados absorvidos pelo conceito mais genérico de IG. Ressalta-se que o TRIPS visa dar uma base de proteção mínima para permitir que cada país membro adeqüe essas premissas básicas nas suas respectivas legislações internas. A definição do TRIPS permite maior flexibilidade de definição e amplitude de proteção por parte de cada país membro, quando esta amplitude lhe for conveniente.

---

<sup>89</sup> Ibidem 30.

<sup>90</sup> HANGARD, Daniel. *Symposium on Geographical Indications*. Melbourne – Protection of Trademarks and Geographical Indications in France and in Europe Union,, 1995, p 67.

Apesar deste tratado estabelecer somente um padrão mínimo para a internalização da proteção das IG pelos países membros, existem juristas que acham que a definição do TRIPS para IG não é a mais adequada. O jurista português Alberto de Almeida afirma que:

Nesta definição o elo de ligação do produto a uma certa localidade ou região é frouxo, basta que exista reputação, ou outra característica de qualidade e que essa possa ser atribuída essencialmente à origem geográfica do produto, não sendo necessário que as qualidades e as características do produto sejam devidos a fatores naturais e humanos próprios do território, da região ou da localidade. Daí que esta noção esteja longe da noção de DO aproximando-se da noção, que temos de IG.<sup>91</sup>

O TRIPS não determina as regras e formalidades a serem seguidas por cada Estado Membro na proteção das IG. O tratado deixa os Estados livres para conceituar e determinar os requisitos para a concessão da proteção da IG.<sup>92</sup>

Com a leitura do artigo 24.6 do TRIPS, se constata que este tratado considera o serviço como sendo passível de proteção pelo sistema de Indicação geográfica, assim como protege a lei brasileira e a de outros países - como o Uruguai.

Este é um tema em discussão. Maristela Basso<sup>93</sup> entende que TRIPS concede proteção para o serviço; já Rangnekar, em estudo para a UNCTAD<sup>94</sup>, afirma que os serviços não são passíveis de proteção pelas indicações geográficas de acordo com o TRIPS.

O estudo afirma que o artigo 22 não contempla que os serviços sejam passíveis de proteção por uma indicação geográfica. O estudo considerou que definitivamente não era intenção dos documentos que originaram o TRIPS a inclusão dos serviços como sendo passíveis de proteção. Entretanto, nada proíbe que os países, aumentando a proteção em sua

---

<sup>91</sup> ALMEIDA, Alberto Francisco Ribeiro. *Denominação de origem e marca*. Coimbra: Coimbra, 1999, p. 41.

<sup>92</sup> BASSO, Maristela. *O Direito internacional da propriedade intelectual*. Porto Alegre: Livraria do advogado, 2000, p. 219.

<sup>93</sup> *Ibidem* p. 221.

<sup>94</sup> RANGNEKAR, Dwijen, *Geographical indications*. France: UNCTAD, 2003, p. 17.

legislação, o que é permitido pelo TRIPS, incluem os serviços no âmbito de proteção das IG, como o Brasil assim o fez.

O acordo TRIPS, nos seus artigos 22 e 23, regula a proteção das Indicações Geográficas, em primeiro lugar contra o uso de falsa IG, que crie confusão ao público; e, em segundo lugar, agora de forma absoluta, tutela as IG relativas aos vinhos e destilados.

Como já abordado neste estudo, a legislação nacional não se harmonizou em alguns aspectos com o parâmetro TRIPS: o seu artigo 193 difere do artigo 23 do acordo da OMC.

Uma inovação desse tratado é que ele permite que IG seja um nome não necessariamente geográfico, quando este for a forma pela qual o produto é popularmente conhecido na região, desde que com isto não se cause confusão para o consumidor nem se o confunda com outro nome geográfico protegido. Esta inovação se verifica no art 22, quando se menciona uma *indicação*, e não um nome geográfico. Isso se verifica no caso da cachaça, cujo produto se tornou popular no Brasil por este nome, sem que este seja o nome de alguma região geográfica.

Sem dúvida, este acordo é o que cuida das indicações geográficas de forma mais completa e adequada em todos os aspectos. Sua definição para IG é dada de uma forma que abrange tanto as IP quanto as DO, além da proteção para vinhos e destilados serem absolutas. As exceções do artigo 24 a e b, já comentadas por Ana Lúcia Borda e transcritas neste estudo, se apresentam como soluções razoáveis para os casos em que o uso continuado de uma IG internacional por um Estado Membro já se perfaz por um longo tempo ou por boa fé, sendo o impedimento de seu uso praticamente impossível. Ana Lúcia Borda<sup>95</sup> se refere a essas exceções como “pecados do passado”.

---

<sup>95</sup> Op. Cit 33.

Apesar de muitas críticas no que se refere à proteção das IG, TRIPS é um avanço considerável, pois prevê proteção para o instituto em si e não somente contra a repressão das falsas IG e contra a utilização indevida de uma IG no tocante à concorrência desleal.

#### 2.1.5 O Mercosul

O Mercosul criou uma legislação específica, Decreto 8/95, denominado de *Protocolo de Armonización de Normas sobre Propiedad Intelectual en el Mercosur, en Materia de Marcas, Indicaciones de Procedencia y Denominaciones de Origen*. Em 1995 assinaram este protocolo o Brasil, a Argentina, o Uruguai e o Paraguai. O Uruguai aderiu à este protocolo em 1998, com a Lei 17052/98 e o Paraguai aderiu ao protocolo em 1996 com a Lei 912/96.

O Brasil não aderiu ao protocolo. Segundo Denis Barbosa :

O Decreto Legislativo 475/97, que aprova o texto do Protocolo de Harmonização do Direito da Propriedade Intelectual no MERCOSUL em matéria de Marcas, Indicações de Procedência e Denominação de Origem, ficou desde 1997 no Plenário da Câmara, em 18/05/2000, o Plenário da Câmara dos Deputados aprovou o pedido de retirada da Mensagem 681/96, que dava origem ao projeto de decreto legislativo referente ao Protocolo de Harmonização de Marcas.<sup>96</sup>

No protocolo fica determinado que os países os Estados Partes procurarão, na medida do possível, dispensar a legalização de documentos e das firmas, das traduções juramentadas, nos procedimentos relativos à propriedade intelectual matéria de marcas, indicação de procedência e denominação de origem.

Neste protocolo, as partes se comprometem em defender reciprocamente suas IP e DO e proíbem o registro das mesmas como marcas.

No seu artigo 19 o protocolo dá a sua definição de IP e DO:

---

<sup>96</sup> BARBOSA, Denis Borges. *Propriedade intelectual no âmbito do MERCOSUL*. Disponível em <http://www.denisbarbosa.addr.com/pimercosul.doc>. Acesso em 31 de maio de 2005.



- a) Indicação de Procedência é o nome geográfico de um país, cidade região, ou, localidade de seu território, que seja conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de um produto ou de prestação de determinado serviço.
- b) Denominação de origem é o nome geográfico de um país, cidade região, ou, localidade de seu território, que designe produtos ou serviços cujas qualidades ou características se devem exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos.

#### 2.1.6 A França

A França é um dos países mais desenvolvidos no que tange a proteção e fiscalização das IG.

A cultura e a consciência francesa da importância da proteção e controle das indicações geográficas remontam do século XV. Uma das primeiras DO protegidas foi a do queijo Roquefort. No século XV, foi instituída proteção através de decreto parlamentar que estabelecia que somente os queijos produzidos e envelhecidos naturalmente nas cavernas de *Roquefort-sur-Soulzon*, no sul da França, poderiam levar o nome Roquefort.

O desenvolvimento da França neste setor se dá não só pela bagagem cultural dos habitantes daquele país, mas também porque a economia agrícola da França é toda voltada e baseada nas pequenas propriedades rurais.

Este país possui um órgão governamental que se ocupa exclusivamente das denominações de origem e indicações geográficas.

Pelas razões elencadas acima, o presente trabalho fará um estudo mais detalhado do sistema de proteção e controle dos nomes geográficos na França e, como se verificará adiante, também será abordado o tratamento dado a este assunto na União Européia.

### 2.1.6.1 *Institution des Appellations D'origine Contrôlées* - INAO

Na França a intervenção governamental sobre os nomes geográficos se deu a partir do fim do século XIX, em consequência da intensificação do comércio interno e externo, sobretudo pela destruição quase total dos vinhedos pela Filoxera, um inseto que destrói videiras.

Em 1º de agosto de 1905, o Governo Francês determinou que a administração pública iria delimitar as zonas nas quais as produções agrícolas podem se beneficiar de uma denominação de origem. Esta medida não resolveria em nada a crise vinícola, eis que não existia especificação no que diz respeito à qualidade dos produtos, e a administração não tinha nenhum meio para opôr-se às pressões das "políticas" de alguns produtores. Revoltados vinicultores opõem-se contra as decisões da administração. É neste período, no entanto, que se compreende o caráter coletivo da denominação de origem e reconhece a mesmo como parte integrante do patrimônio nacional.<sup>97</sup>

Como forma de tentar resolver e atender as reivindicações dos vinicultores, o Governo francês decidiu, com a lei de 6 de maio de 1919, confiar aos tribunais a missão de delimitar e controlar as zonas de denominação de origem e definir seu uso . Contudo, esta foi mais uma tentativa frustrada.

O que se viu foram todos os vinicultores franceses na frente dos tribunais, enfrentando longos procedimentos para terem seus pedidos de denominação de origem delimitados e reconhecidos. As decisões dos tribunais seguiam inspirações diversas que variavam de acordo com os relatórios de peritos, erros acumulavam-se em forma de sentenças e como tinham força de lei, estas decisões não podiam ser alteradas.

---

<sup>97</sup> *INSTITUTION DES APPELLATIONS D'ORIGINE CONTRÔLÉES – INAO. Historique et genèse de l'appellation d'origine.* Disponível em:< <http://www.inao.gouv.fr/public/home.php>> . Acesso em 15 de maio de 2005.

Foi ao meio da mais profunda crise vinícola francesa que o Senador J Capus e seus aliados obtêm em 30 de junho de 1935 um decreto-lei que cria o *Institution des Appellations D'origine Contrôlées – INAO*.

Este instituto combina ao mesmo tempo os aspectos administrativos, adjudicativos e profissionais necessários para a criação de um sistema de proteção de controle das indicações geográficas. Possui o apoio e a fiscalização governamental.

O INAO estabeleceu um sistema de denominação de origem controlada que se distingue claramente da indicação de procedência.. O produto que se beneficia do selo de denominação de origem controlada deve apresentar características específicas herdadas de fatores naturais e humanos.

O sucesso econômico das denominações de origem para vinhos e aguardentes desde 1935 incitou o legislador a estender as competências do INAO ao conjunto dos produtos agrícolas ou alimentares, brutos e transformados. Até esse momento só se reconheciam denominações de origem para os produtos mencionados.<sup>98</sup>

Na França, os produtores se reúnem em estilo de cooperativas e estabelecem normas para a proteção de seus produtos e delimitação das áreas, tudo isto é aprovado e supervisionado pelo INAO, que se concordar com as normas, apresenta uma proposta ao governo para que seja determinada região reconhecida por decreto como sendo uma D.O.C. ou para que o governo conceda a um produto o “*Label Rouge*” ou o certificado de conformidade. Tais selos e seus significados serão abordados em seguida neste estudo.

---

<sup>98</sup> *INSTITUTION DES APPELLATIONS D'ORIGINE CONTRÔLÉES – INAO. Historique et genèse de l'appellation d'origine*. Disponível em:< <http://www.inao.gouv.fr/public/home.php>> . Acesso em 15 de maio de 2005.

Pelo exposto, visualizamos que produtores, cooperativas o INAO e o Governo Francês formam uma rede que cooperam mutuamente para garantir o sucesso e a excelência das IG francesas.

#### 2.1.6.2 As Denominações de Origem Controlada – D.O.C.

A denominação de origem controlada identifica um produto agrícola, bruto ou transformado, que tira a sua autenticidade da sua origem e características geográficas aliada com técnicas humanas.

Esta menção garante uma relação íntima entre o produto e a “terra-mãe”, ou seja, uma zona geográfica delimitada, bem com as suas características geológicas, agrônômicas, climáticas..., disciplinas específicas que se impuseram os homens para tirar melhor partido desta. Esta noção de “terra-mãe” engloba, por conseguinte, fatores naturais e humanos e significa que o produto - para manter determinadas características - não pode ser reproduzido fora do seu território. As condições de produção do produto são igualmente o resultado de uma cultura e uma história têm em conta os usos locais, leais e constantes e são inscritas num decreto.<sup>99</sup>

A inscrição por decreto e o controle governamental, ou seja, a concessão e regulamentação e o controle pelo governo, são as grandes diferenças entre a D.O.C. e a DO simples.

Os produtos que pretendem o selo de certificação de Denominação de Origem Controlada devem submeter-se à uma série de exigências, sob a responsabilidade do INAO, e passar por um exame analítico e um exame organoléptico.

---

<sup>99</sup> *INSTITUTION DES APPELLATIONS D'ORIGINE CONTRÔLÉES* – INAO. *L'appellation d'origine contrôlée*. Disponível em: < <http://www.inao.gouv.fr/public/home.php> > . Acesso em 15 de maio de 2005.

A definição de denominação de origem toma forma na lei de 6 de Maio de 1919. Tal definição foi alterada pela lei de 6 de Julho de 1966 que assim dizia:

Constitui uma Denominação de Origem, a denominação de um país, uma região ou uma localidade que serve para designar um produto que é originário e cujas qualidades ou caracteres devem-se ao meio geográfico, compreendendo fatores naturais e fatores humanos.

Foi com o decreto lei de 30 de Julho de 1935, que se estabeleceu a Denominação de Origem Controlada. Lei de 2 de Julho de 1990 alarga o conceito de D.O.C ao conjunto dos produtos agrícolas ou alimentares, produto bruto ou transformados, que respondem às disposições acima referidas.

Cada D.O.C. é concedida por decreto, sob proposta do I.N.A.O. O decreto delimita a área de produção, determina as condições de produção e de aprovação do produto. Os selos D.O.C são reconhecidos e protegidos pela Comunidade Européia no regulamento n° 2081/92 para os produtos alimentícios, no regulamento n° 1493/99 para os vinhos denominados *Vinhos de Qualidade Produzidos numa Região Determinada* ou VQPRD e no regulamento 1576/89 para as bebidas espirituosas.<sup>100</sup>

2.1.6.3 Regulamentação e Proteção as Indicações Geográficas em Outros Diplomas Legais Franceses.

A denominação de origem pura e simples é prevista e conceituada no Código do Consumidor francês.<sup>101</sup>

De acordo com o Código do Consumo, Arte. L. 115-1:

Constitui uma denominação de origem a denominação de um país, uma região ou uma localidade que serve para designar um produto que é originário e cuja

<sup>100</sup> INSTITUTION DES APPELLATIONS D'ORIGINE CONTRÔLÉES – INAO. *L'appellation d'origine contrôlée*. Disponível em:< <http://www.inao.gouv.fr/public/home.php>> . Acesso em 15 de maio de 2005.

<sup>101</sup> Nota-se pela localização deste tema na legislação Francesa que papel do consumidor na fiscalização e proteção das indicações geográficas é de grande importância para este país. A França como pioneira que sempre foi neste tema, mais uma vez inova e também codifica o tema das IGs na lei que protege os direitos dos consumidores, colocando-os como parte ativa nas reivindicações que se referirem às IGs.

qualidade ou caracteres devem-se ao meio geográfico, compreendendo fatores naturais e fatores humanos .

O Código Rural no seu artigo L.641-2 precisa além do estabelecido no CDC francês que:

Os produtos agrícolas, florestais ou alimentares, brutos ou transformados, podem ser reconhecidos como exclusivamente uma denominação de origem controlada [...] nas condições previstas a seguir, estes produtos podem se beneficiar de uma denominação de origem controlada se responderem às disposições do artigo L. 115-1 do código de consumo, possuírem uma notoriedade devidamente estabelecida e forem objeto de procedimentos de aprovação. A denominação de origem controlada não pode apresentar um caráter genérico e cair no domínio público [...] após pareceres dos sindicatos de defesa interessados e, se for caso disso, do organismo de defesa e de gestão referido o artigo L. 641-25, o INAO propõe o reconhecimento das denominações de origem controladas, o qual comporta a delimitação da área geográfica de produção e a determinação das condições de produção e de aprovação de cada um destas denominações de origem controladas.

O reconhecimento de uma região produtora, através de decreto, como sendo uma DOC e o posterior registro em DOP, passando assim a ter proteção e reconhecimento em toda a comunidade Européia, confere ao produto uma proteção jurídica específica a cada nível: nacional, na Comunidade Européia e internacional.<sup>102</sup>

As denominações de origem se beneficiam na França de uma proteção legal particularmente desenvolvida, tendo em conta o valor econômico e social das denominações de origem naquele país. Esta descansa sobre uma proteção civil, mas igualmente penal, através de disposições específicas às denominações de origem, que se acrescentam às disposições gerais relativas aos produtos postos no mercado.

---

<sup>102</sup> *INSTITUTION DES APPELLATIONS D'ORIGINE CONTRÔLÉES – INAO. Appellation d'origine protégée et indication géographique protégée.* Disponível em < <http://www.inao.gouv.fr/public/home.php>>. Acesso em 15 de maio de 2005.

Em virtude do Código do Consumidor, são restringidas as infrações seguintes: a aposição inexata de denominações de origem sobre produtos postos em venda ou destinados a ser posto em venda (artigos L.115-16.); o engano do consumidor sobre a origem, a natureza, a espécie, as qualidades substanciais, a composição, o teor, a quantidade ou a identidade de todas as mercadorias (artigos L.213-1); a falsificação de gêneros alimentícios bem como a detenção e a aposta em venda de produtos falsificados ou de produtos limpos a falsificar (artigos L.213-3 e 4); a publicidade enganosa ou enganosa (artigos L.121.1).<sup>103</sup>

A lei protege igualmente as denominações de origem contra os outros direitos de propriedade intelectual, em especial as marcas e as indicações de proveniência. Assim, em conformidade com o artigo L.711-4 d do Código da Propriedade Intelectual uma marca não pode prejudicar uma denominação de origem protegida.<sup>104</sup>

O Código Rural, em seu artigo L.642-4, prevê, além disso, que a utilização de indicação de origem ou de procedência não deve ser susceptível de induzir o consumidor em erro sobre as características do produto, desviar ou enfraquecer a notoriedade de uma denominação reconhecida como denominação de origem controlada ou registrada como denominação de origem protegida ou indicação geográfica protegida. É infração a utilização abusiva de uma menção geográfica numa denominação de venda, ao caráter específico da proteção reservada às denominações de origem controladas e as indicações geográficas protegidas.<sup>105</sup>

---

<sup>103</sup> *INSTITUTION DES APPELLATIONS D'ORIGINE CONTRÔLÉES – INAO. Appellation d'origine protégée et indication géographique protégée.* Disponível em < <http://www.inao.gouv.fr/public/home.php>>. Acesso em 15 de maio de 2005.

<sup>104</sup> *Ibidem.*

<sup>105</sup> *Ibidem.*

### 2.1.7 O Regulamento da Comunidade Européia sobre as Denominações de Origem Protegida – D.O.P e as Indicações Geográficas Protegidas - IGP.

Existem diversos regulamentos na União Européia sobre as indicações geográficas. O Regulamento 823/87 se refere a vinhos finos e especiais, e é considerada um marco para a harmonização da proteção da DOs dos vinhos na Europa, pois contém dispositivos que se destinam a preservar a qualidade dos vinhos europeus, além de proteger os produtores da concorrência desleal e os consumidores do erro.<sup>106</sup>

Uma outra norma, o Regulamento nº 822/87, dispõe sobre a organização do mercado vitivinícola, determina porcentagens de uvas colhidas nas regiões que os vinhos devem conter etc.<sup>107</sup>

O regulamento nº 2081/1992 da Comunidade Européia trata da proteção das IG de produtos agrícolas e alimentícios e instaura um sistema de proteção dos nomes geográficos que comportam duas noções: a Denominação de Origem Protegida, ou D.O.P, e a Indicação Geográfica Protegida, ou I.G.P.

Esta regulamentação em prol dos produtos agroalimentares teve como objetivo favorecer a diversificação da produção agrícola, promover produtos característicos, para melhorar o rendimento dos agricultores, para fixar a população rural na sua zona, e informar claramente os consumidores.

O regulamento comunitário nº 2081/92 é relativo às denominações de origem protegidas (DOP) e as indicações geográficas protegidas (IGP). Trata-se também de um regula-

---

<sup>106</sup> BORDA, Ana Lucía. Estudio de las Indicaciones Geográficas, Marcas de Certificación y las Marcas Colectivas – su protección en Brasil e importancia en el contexto internacional, p. 25. Disponível em: [http://www.dannemann.com.br/files/ASB\\_Indicaciones\\_Geograficas.pdf](http://www.dannemann.com.br/files/ASB_Indicaciones_Geograficas.pdf) - Acesso em 10/02/2007..

<sup>106</sup> Op. Cit. p. 29

<sup>107</sup> Ibidem



mento de proteção de uma denominação geográfica de produtos agrícolas e/ou agroalimentares, cujas características e especificidades são ligadas ao *terroir* e ao *knowhow*.

O regulamento n° 2081/92 tem por objetivo conferir, a um dado produto, uma proteção jurídica para aos seus nomes geográficos. Tal proteção exprime-se pelo direito de uso exclusivo do referido nome geográfico pelos produtores que respeitam o triângulo de exigências de produção/transformação/elaboração.<sup>108</sup>

Em 3 de Janeiro de 1994, a França cria uma lei que enuncia os princípios que vão permitir a aplicação, naquele país, deste sistema criado pela Comunidade Européia.

Pela lei francesa, somente as denominações de origem controladas francesas podem pretender tornar-se denominação de origem protegida e serem reconhecidas por toda Comunidade Européia. Só os produtos com o *Label Rouge* e os produtos com os certificados de conformidade<sup>109</sup> concedidos pelo governo francês podem pretender à proteção da indicação geográfica protegida no âmbito da comunidade Européia. o INAO é o responsável da defesa dos nomes geográficos dos produtos sob DOP e IGP através da Comissão Mista.

O regulamento comunitário n° 2081/92 relativos às denominações de origem protegidas (D.O.P) e as indicações geográficas protegidas (IGP) dá a definição do D.O.P:

O nome de uma região, um lugar determinado ou, em casos excepcionais, um país, que serve para designar um produto agrícola ou um género alimentício:"

<sup>108</sup> INSTITUTION DES APPELLATIONS D'ORIGINE CONTRÔLÉES – INAO. *Appellation d'origine protégée et indication géographique protégée*. Disponível em < <http://www.inao.gouv.fr/public/home.php>>. Acesso em 15 de maio de 2005.

<sup>109</sup> Na França, o legislador, através da lei de 3 de Janeiro de 1994, determinou que qualquer pedido de indicação geográfica protegida seja associado a um sinal oficial de qualidade, o *Label Rouge* ou à uma Certificação de Conformidade Produto.

A lei de orientação agrícola de 9 de Julho de 1999, confirmando ao mesmo tempo este ponto, confia a gestão das Indicações geográficas protegidas ao INAO.

O *Label Rouge* existe desde 1965 e atesta um género alimentício ou um produto agrícola não alimentar e não transformado, quando ambos possuem um conjunto de características que permitem distinguir o produto *Label Rouge* como de qualidade superior. A Certificação de Conformidade instaurada em 1992 atesta um género alimentício ou que um produto agrícola não alimentar e não transformado que respeita características específicas e diferenciando (duas no mínimo) no que diz respeito a um mesmo produto de qualidade corrente.

originário desta região, deste lugar determinado ou deste país e cujo a qualidade ou os caracteres são devidos essencial ou exclusivamente ao meio geográfico que compreende os factores naturais e humanos, e incluindo a produção, a transformação e a elaboração têm lugar na área geográfica delimitada .

Este regulamento cria uma proteção para os nomes geográficos, que é adquirida na sequência de um procedimento de registro de competência das autoridades dos Estados-Membros da Comunidade Europeia.<sup>110</sup>

A D.O.P., (equivalente à D.O.C francesa) traduz-se em uma relação entre o produto e a sua origem, marcada por numerosos fatores naturais e humanos especificamente estabelecidos. O produto não pode ser reproduzido fora do seu território delimitado, as fases de produção, de transformação e de elaboração devem ser efetuadas na mesma área geográfica onde são localizados precisamente estes fatores naturais e humanos.

A I.G.P. traduz-se em uma relação entre o produto e a sua origem menos forte da relação que se exige da DOP, mas suficiente para conferir uma característica ou uma reputação ao produto; uma área geográfica dentro de a qual certas fases de produção, de transformação e de elaboração devem exclusivamente ao lugar.

O artigo 2 do regulamento 2081/92 dá a definição I.G.P.:

O nome de uma região, um lugar determinado ou, em casos excepcionais, um país, que serve para designar um produto agrícola ou um género alimentar originário desta região, deste lugar determinado ou deste país, e do qual uma qualidade determinada, a reputação ou uma outra característica pode ser atribuídas à esta origem geográfica e incluindo a produção e/ou a transformação, e/ou a elaboração têm lugar na área geográfica delimitada.

---

<sup>110</sup> *INSTITUTION DES APPELLATIONS D'ORIGINE CONTRÔLÉES – INAO. Appellation d'origine protégée et indication géographique protégée.* Disponível em < <http://www.inao.gouv.fr/public/home.php>>. Acesso em 15 de maio de 2005.

O artigo 13 do regulamento comunitário n° 2081/92 prevê que os nomes geográficos registradas (DOP-IGP) são protegidos contra qualquer utilização comercial direta ou indireta, na medida em que estes produtos são comparáveis ou na medida em que esta utilização permite aproveitar da reputação da denominação protegida. - usurpando, imitando ou evocando - outra indicação falsa ou falaciosa, prática susceptível de induzir o público em erro quanto à verdadeira origem do produto.<sup>111</sup>

## 2.2 Proteção Jurídica Interna

No Brasil, o termo “indicação geográfica”, com o advento da Lei 9279/96, tornou-se uma designação geral para as espécies de signos geográficos conhecidas como “indicações de procedência” e “denominações de origem”<sup>112</sup>.

No decorrer deste estudo, já falamos sobre muitas características e chegamos a analisar alguns artigos desta lei; portanto, não repetiremos aqui as análises já feitas.

No Brasil, Tinoco Soares<sup>113</sup> afirma que Campos Birnfeld denominava a designação da simples origem do produto, indicação de proveniência, de “marca de origem”, que é o famoso “*made in.*”:

A Chamada “marca de origem”, pelo saudoso Mestre, ao que nos parece, nada tem que ver com as “indicações de procedência”, nem sequer com as “denominações de origem”, mas sim e somente com a indicação pura e simples do “país” de onde provêm as mercadorias e/ou os produtos, os quais são previamente assinalados pelo nome ou marca do fabricante.<sup>114</sup>

Como já se viu, até 1996, a legislação brasileira não previa a proteção das denominações de origem e como consequência o nosso direito não as reconhecia e não previa pro-

---

<sup>111</sup> INSTITUTION DES APPELLATIONS D'ORIGINE CONTRÔLÉES – INAO. *Appellation d'origine protégée et indication géographique protégée*. Disponível em< <http://www.inao.gouv.fr/public/home.php>>. Acesso em 15 de maio de 2005.

<sup>112</sup> BARBOSA, Denis Borges. **Uma introdução à propriedade intelectual**. 2.ed. Rio de Janeiro:Lumens Júris, 2003, P. 24.

<sup>113</sup> SOARES, José Carlos Tinoco,. *Direito da propriedade industrial*, vol II. Rio de Janeiro: RT, 1982, p. 609.

<sup>114</sup>SOARES, Ibidem, p. 610.

teção alguma a esta indicação geográfica. Nos julgados daquela época, os tribunais brasileiros, apesar de conhecerem a distinção entre denominação de origem e indicação de proveniência, afirmavam que a legislação pátria não previa a proteção à esta designação geográfica, e tampouco os tratados em que o Brasil tinha aderido, como o de Madrid 1891, previam essa proteção.

Baseado nestas justificativas, os pedidos para a proteção dos produtos com denominação de origem eram sempre denegados.

Um exemplo destes julgados foi a decisão no Recurso Extraordinário de nº 78.835/74 onde figuravam como parte a *Société Anonyme Lanson Père & Fils* x Peterlongo e Cia e outros, sobre a palavra *CHAMPAGNE*.

Apesar de na França *CHAMPAGNE* ser uma denominação de origem, no Brasil este produto não foi reconhecido como tal por falta de previsão legal, pois nosso código vigente não reconhecia a denominação de origem, e os Réus puderam continuar utilizando as expressões *CHAMPAGNE*, *CHAMPANHE* ou *CHAMPANHA*, para vinhos espumantes nacionais.

O Ministro Relator, Cordeiro Guerra, assim proferiu seu voto:

[...] Na espécie como bem salienta o parecer da Procuradoria geral da República, improcede o presente recurso extraordinário, pois, como salientou o eminente Ministro Fedras Gueiros – é irrespondível que o termo *champagne* não configura indicação de procedência, pois não caracteriza uso comum de todos os produtores daquela província francesa, mas assinala somente mera denominação de origem, estranha ao nosso direito e desprotegido da segurança do artigo 4º do acordo de Madrid, específico sobre indicação de procedência.

O seu uso pelos vinicultores brasileiros não significa falsa indicação de procedência, mas simples qualificação de vinho espumante, tanto mais que, em todos os rótulos dos produtos nacionais há menção expressa da origem nacional do produto, bem como indicação precisa do nome do fabricante que tornam confundíveis os produtos nacionais com os franceses [...]<sup>115</sup>

---

<sup>115</sup> BRASIL. Supremo tribunal Federal. Recurso Extraordinário nº 78835 de 1974. Apelante: *Société Anonyme Lanson Père & Fils*. Apelada: Peterlongo e Cia e outros. Relator: Cordeiro Guerra. Brasília, 25 de fevereiro

Posteriormente, com a mudança da legislação nacional e o reconhecimento das denominações de origem como indicação geográfica, a proteção da denominação de origem *CHAMPAGNE* foi reconhecida no Brasil, mas este foi um reconhecimento de cunho estritamente político, pois uma vez que uma IG se genericifica e sua utilização cai em domínio público, constitucionalmente, pelo direito adquirido, ela não pode ser retirada deste domínio.

No CPI de 1971, anterior ao código vigente, os artigos 70 à 72, sob a denominação de “indicações de procedência”, se ocupavam dos “ (...) nomes(s) de lugar notoriamente conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinada mercadoria ou produto”, incluindo em um mesmo conceito as indicações de procedência propriamente ditas e as DO, sem que fosse feita a distinção cabível.<sup>116</sup> Esta foi a primeira vez que a legislação pátria esboçou um conceito de DO.

Por esse motivo os juristas brasileiros sempre que discorriam sobre a natureza e caracteres das IG, se restringiam a falar sobre a indicação de procedência ou proveniência, que era a única designação geográfica reconhecida pela legislação nacional até o advento da LPI de 1996. Neste código, a legislação nacional positivou a proteção às DO em seu artigo 178 e diferenciou a mesma da IP designando os dois nomes como IG.

Outra inovação da LPI foi o artigo 179 que protegeu também a representação gráfica ou figurativa de uma IG.

---

de 1975. Pesquisa de Jurisprudência. Inteiro teor de acórdão. Disponível em: [http://www.stf.gov.br/jurisprudencia/IT/frame.asp?PROCESSO=78835&CLASSE=RE&cod\\_classe=437&ORIGEM=IT&RECURSO=0&TIP\\_JULGAMENTO=M&EMENTA=975](http://www.stf.gov.br/jurisprudencia/IT/frame.asp?PROCESSO=78835&CLASSE=RE&cod_classe=437&ORIGEM=IT&RECURSO=0&TIP_JULGAMENTO=M&EMENTA=975). Acesso em 28 de maio de 2005.

<sup>116</sup> DANNEMAN, Siemensen Bigler & Ipanema Moreira. *Comentários à lei de propriedade industrial e correlatos*. Rio de Janeiro, São Paulo:Renovar, 2001, p. 90.

O artigo 180, que fala na hipótese de uma IG ter se tornado de uso comum, já foi discutido ao longo deste trabalho.

A lei 6360/76, que dispõe sobre vigilância sanitária a que ficam sujeitos os medicamentos, as drogas, os insumos farmacêuticos e correlatos, cosméticos, saneantes e outros produtos, também dispõe sobre as indicações geográficas. Nos artigos 59 e 63 da lei mencionada fica estabelecido que:

Art. 59 - Não poderão constar de rotulagem ou de propaganda dos produtos de que trata esta Lei designações, nomes geográficos, símbolos, figuras, desenhos ou quaisquer indicações que possibilitem interpretação falsa, erro ou confusão quanto à origem, procedência, natureza, composição ou qualidade, que atribuam ao produto finalidades ou características diferentes daquelas que realmente possuem.

Art. 63 - Considera-se fraudado, falsificado ou adulterado o produto de higiene, cosmético, perfume ou similar, quando:

I - for apresentado com indicações que induzam a erro, engano ou confusão quanto à sua procedência, origem, composição ou finalidade; [...]

O Código do Consumidor estabelece, em seu artigo 4º, IV, que

a Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo, atendidos os seguintes princípios:...VI - coibição e repressão eficientes de todos os abusos praticados no mercado de consumo, inclusive a concorrência desleal e **utilização indevida** de inventos e criações industriais das marcas e nomes comerciais e **signos distintivos, que possam causar prejuízos aos consumidores. (grifo nosso)**

Somado com este artigo encontramos o artigo 31 que determina que a oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas **características, qualidades**, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e **origem**, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e segurança dos consumidores..

Estas normas são completamente pertinentes no que se refere à proteção das IG e deixam claro o quanto este instituto é relacionado com os consumidores e quanto a sua proteção é também uma proteção aos direitos dos consumidores. Como veremos a seguir, esse é um dos interesses de cunho público na proteção do Instituto das IG.

### 2.2.1 O procedimento para a obtenção de uma Indicação Geográfica no Brasil

O reconhecimento oficial de uma IG, de acordo com o CPI, deve ser requerido no Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI, responsável por estabelecer as condições de registro das IG. Essas condições estão normatizadas na resolução 075/2000 do INPI.

Este registro possui natureza declaratória e consiste no reconhecimento de uma IG pelo INPI.

Não são suscetíveis de registro os nomes geográficos que se houverem tornado de uso comum, designando produto ou serviço (art 4º da Resolução 075/2000 do INPI).

Segundo esta norma, ficam estabelecidas as regras para o registro de uma IG:

- 1) Podem requerer registro de indicações geográficas, na qualidade de substitutos processuais, as associações, os institutos e as pessoas jurídicas representativas da coletividade legitimada ao uso exclusivo do nome geográfico e estabelecidas no respectivo território.
- 2) Na hipótese de um único produtor ou prestador de serviço estar legitimado ao uso exclusivo do nome geográfico, estará o mesmo, pessoa física ou jurídica, autorizado a requerer o registro da indicação geográfica em nome próprio.
- 3) Em se tratando de nome geográfico estrangeiro já reconhecido como indicação geográfica no seu país de origem ou por entidades/organismos internacionais competentes, o registro deverá ser requerido pelo titular do direito sobre a indicação geográfica.

Existem dois formulários que são utilizados pela Diretoria de IG do INPI: o formulário de Pedido de Registro de IG e a folha de petição. A folha de petição será utilizada para anexar qualquer outra peça, manifestação, pedido que se desejar anexar ao processo de reconhecimento da IG. Os atos no processo de reconhecimento da IG poderão ser praticados pelas partes ou por seus procuradores, devidamente habilitados e qualificados. O instrumento de procuração, no original, traslado ou fotocópia autenticada, deverá ser apresentado em língua portuguesa, dispensados a legalização consular e o reconhecimento de firma.

No Pedido de Registro de IG, o requerente deve apresentar os seguintes documentos e fornecer as seguintes informações:

1 - Dados do requerente como nome ou razão social, CPF ou CNPJ, endereço etc.

2 - Dados referentes à IG. Deve-se esclarecer :

- Espécie - se a IG é uma Indicação de Procedência ou uma Designação de Origem;
- Apresentação - se a IG requerida será reconhecida somente em sua forma nominativa ou se ela será mista, com o nome geográfico e seu símbolo ou se será somente reconhecida por seu símbolo;
- Natureza – se a IG é um produto ou um serviço;

3 - Deve ser informado qual o nome da área geográfica que esta IG abrange;

4 - Qual é a sua delimitação geográfica;

5 - Deve ser especificado qual o tipo de produto ou o tipo de serviço que será portador da IG e suas características;

6 – Se a IG for de origem estrangeira deve-se indicar se ela é reconhecida em seu país de origem;

Os documentos comuns às espécies de IG (Indicação de Procedência de Denominação de Origem) que devem ser juntados ao formulário de requerimento de reconhecimento de IG pelo INPI são:

- A guia de recolhimento - esta guia contém o valor do depósito pedido de registro da IG no INPI.;

- Procuração (se for o caso) – Sendo a própria parte a requerer o pedido de registro da IG, esta poderá assinar o formulário de requerimento. No caso de ser uma terceira pessoa que efetuará o depósito do pedido de registro no INPI, esta pessoa terá que ser advogada ou agente da propriedade industrial e deverá ter procuração da parte legítima para efetuar tal pedido de registro;



- Etiquetas figurativas – quando se tratar de representação gráfica ou figurativa da denominação geográfica ou de representação geográfica de país, cidade, região ou localidade do território;

- Se por necessidade for realizada uma busca para confirmar a inexistência de uma figura igual ou semelhante ou de um nome geográfico igual ou semelhante ao que se deseja ser reconhecido, deve-se anexar ao requerimento a ficha desta busca;

- Caso se trate de uma IG estrangeira já reconhecida em seu país de origem, deve ser juntada ao requerimento uma cópia oficial do documento de concessão ou declaração do direito sobre a IG.

- Deve ser anexado o documento comprobatório do legítimo interesse do requerente, instrumento hábil a comprovar a legitimidade do requerente no caso de associações, institutos e pessoas jurídicas representativas da coletividade;

- **Regulamento de uso do nome geográfico;**

- **Instrumento oficial que delimita a área geográfica - Este instrumento oficial é expedido pelo órgão competente de cada Estado, sendo competentes, no Brasil, no âmbito específico de suas competências, a União Federal, representada pelos Ministérios afins ao produto ou serviço distinguido com o nome geográfico, e os Estados, representados pelas Secretarias afins ao produto ou serviço distinguido com o nome geográfico**

Os documentos específicos que devem ser juntados quando do requerimento de reconhecimento de uma Indicação de Procedência são:

- **Elementos oficiais que comprovem ter a área geográfica se tornado conhecido como indicação de procedência do produto ou da prestação do serviço, ter o nome geográfico se tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação do produto ou de prestação do serviço;**

- Elementos oficiais que comprovem estarem os produtores ou prestadores de serviço estabelecidos na área geográfica;

- Elementos oficiais que comprovem estarem os produtores ou prestadores de serviço exercendo efetivamente as atividades de produção ou prestação de serviços na área geográfica;

- **Elementos oficiais que comprovem a existência de uma estrutura de controle sobre os produtores ou prestadores de serviços que tenham o direito ao uso exclusivo da indicação de procedência, bem como sobre o produto ou a prestação do serviço distinguido com a indicação de procedência;**

Os documentos específicos que devem ser juntados quando do requerimento de reconhecimento de uma Denominação de Origem são:

- Elementos oficiais que comprovem estarem os produtores ou prestadores de serviço estabelecidos na área geográfica;

- Elementos oficiais que comprovem estarem os produtores ou prestadores de serviço exercendo efetivamente as atividades de produção ou prestação de serviços na área geográfica;

- Descrição das qualidades e características do produto ou do serviço que se devam, exclusiva ou essencialmente, ao meio geográfico, incluindo os fatores naturais e humanos;
- Descrição do processo ou método de obtenção do produto ou do serviço, que devem ser locais, leais e constantes;
- Elementos oficiais que comprovem a existência de uma estrutura de controle sobre os produtores ou prestadores de serviços que tenham o direito ao uso exclusivo da denominação de origem, bem como sobre o produto ou a prestação do serviço distinguido com a denominação de origem;

O requerimento e qualquer outro documento que o instrua deverão ser apresentados em língua portuguesa e, quando houver documento em língua estrangeira, deverá ser apresentada sua tradução simples juntamente com o requerimento.

No caso de pedido de registro de nome geográfico já reconhecido como indicação geográfica no seu país de origem ou por entidades/organismos internacionais competentes, fica dispensado a apresentação dos documentos elencados acima apenas relativamente aos dados que constem do documento oficial que reconheceu a indicação geográfica, o qual deverá ser apresentado em cópia oficial, acompanhado de tradução juramentada.

Apresentado o pedido de registro de indicação geográfica, será o mesmo protocolizado e submetido a exame formal, durante o qual poderão ser formuladas exigências para sua regularização, que deverão ser cumpridas no prazo de 60 (sessenta) dias, sob pena de arquivamento definitivo do pedido de registro.

Concluído o exame formal do pedido de registro será o mesmo publicado, para apresentação de manifestação de terceiros no prazo de 60 (sessenta) dias. Parágrafo único. Da data da publicação da manifestação de terceiros passará a fluir o prazo de 60 (sessenta) dias para contestação do requerente.

Decorrido o prazo de sessenta dias sem que tenha sido apresentada manifestação de terceiros ou, se apresentada esta, findo o prazo para contestação do requerente, será proferida decisão reconhecendo ou negando reconhecimento à indicação geográfica.

A decisão que reconhecer a indicação geográfica encerra a instância administrativa.

Da decisão que negar reconhecimento à indicação geográfica cabe pedido de reconsideração no prazo de 60 (sessenta) dias.

Para fins de complementação das razões oferecidas a título de pedido de reconsideração, poderão ser formuladas exigências, que deverão ser cumpridas no prazo de 60 (sessenta) dias.

O pedido de reconsideração será decidido pelo Presidente do INPI, encerrando-se a instância administrativa.

As demais informações sobre o pedido de registro de IG no INPI podem ser observadas na resolução 075/2000 do INPI.

### 2.2.2 A rigidez do ato normativo 075/2000 no que se refere à Indicação de Procedência.

Como já discutido amplamente neste trabalho, segundo o artigo 177 da LPI/96, o único requisito a se seguir para que a coletividade de produtores ou prestadores de serviços de uma determinada região obtenha este reconhecimento é que este **tenha se tornado conhecida como centro de extração, fabricação ou prestação de determinado produto ou serviço**. Deveria ser um requisito simples, que atendesse às cláusulas finalísticas da CRFB/88, que garantem a proteção constitucional das IG, assunto que abordaremos de forma aprofundada no capítulo a seguir.

Entretanto, o ato normativo 075/2000 do INPI, no que se refere às IP, faz exigências descabidas para a sua proteção, que ultrapassa qualquer exigência de tratados, mas estabelecidas em sede constitucional, ou as da LPI/96.

A consequência destas exigências descabidas é a inviabilização do reconhecimento oficial de muitas IG.

Em 2001, Laetitia Maria Pablo D' Hanes, ao analisar o ato normativo do INPI para o reconhecimento oficial de uma IG, já constatava que algumas das exigências feitas para a concessão da IP se adequavam, na verdade, às DOs, Estas exigências não eram necessárias para o reconhecimento de uma IP.<sup>117</sup>

Ao exigir “documentos oficiais que delimitem a região que deseja ser reconhecida como IP”, a norma não especifica que tipo de documentos serão válidos para tal fim. Em nossa opinião, documentos como planfletos turísticos, dentre outros, que chamem a atenção deste lugar para a produção de determinado produto ou a prestação de determinado serviço já seriam documentos aceitáveis.

Outra exigência que não diz respeito à IP e que dificulta o reconhecimento de diversas IP nacionais é o requisito de que se apresentem “elementos oficiais que comprovem a existência de uma estrutura de controle sobre os produtores ou prestadores de serviços que tenham o direito ao uso exclusivo da indicação de procedência, bem como sobre o produto ou a prestação do serviço distinguido com a indicação de procedência”.

---

<sup>117</sup> Ata da Reunião da comissão de indicações geográficas da ABPI de 18/08/2001. Outros autores discordam que as exigências do INPI para o reconhecimento oficial de uma IP é exagerado e descabido. Dentre eles: BORDA, Ana Lucía. Estudio de las Indicaciones Geográficas, Marcas de Certificación y las Marcas Colectivas – su protección en Brasil e importancia en el contexto internacional, p. 11. Disponível em: [http://www.dannemann.com.br/files/ASB\\_Indicaciones\\_Geograficas.pdf](http://www.dannemann.com.br/files/ASB_Indicaciones_Geograficas.pdf) - Acesso em 10/02/2007.

Esta exigência de controle de qualidade de forma alguma se adequa à uma IP. Isto diz respeito às DOs e somente no reconhecimento deste instituto é que deveria ser exigido tal comprovação.

A exigência de um instrumento oficial que delimite a área geográfica, tendo o mesmo que ser expedido pelo órgão competente de cada Estado, sendo competentes, no Brasil, no âmbito específico de suas competências, a União Federal, representada pelos Ministérios afins ao produto ou serviço distinguido com o nome geográfico, e os Estados, representados pelas Secretarias afins ao produto ou serviço distinguido com o nome geográfico, é outra exigência de difícil cumprimento e desnecessária para uma IP. Não temos um Ministério competente ou com estrutura para exercer esta função. O Ministério da Agricultura não daria conta de fazer este controle em todas as IG que o Brasil possui. Muitas Secretarias Estaduais nem sabem como avaliar a área geográfica para expedir este documento oficial.

Na prática, nem o próprio INPI sabe explicar como cada coletividade de produtores deve proceder, pois cada pedido de reconhecimento de IP é feito de forma distinta. Estas inconstância e incoerência tornam praticamente impossível o cumprimento destas exigências.

O reconhecimento de uma IP deveria ser simples, comprovado o conhecimento do local como centro de extração, produção, fabricação ou prestação de determinado produto ou serviço o reconhecimento deveria ser concedido, mas não é isso o que acontece.

Soma-se a burocracia do ato normativo do INPI à falta de cultura, instrução e infraestrutura de nossos pequenos produtores e a falta de incentivo do Governo para a realização de programas que ensinem a importância desta proteção e auxiliem o produtor a conseguir

este reconhecimento - e temos o quadro que vivemos hoje: centenas de IG existentes de fato no Brasil e somente duas reconhecidas oficialmente pelo INPI., a VALE DOS VINHEDOS e o CAFÉ DO CERRADO.

A terceira IG, a cachaça, foi - de forma absurda - reconhecida por decreto, pela urgência contextual de se preservar este patrimônio cultural, que encontrou barreiras intransponíveis no ato normativo do INPI.

Para quê um ato normativo se este não atinge a finalidade para o qual foi criado?

Qual é a constitucionalidade deste ato, se este não atente o interesse social do país e muito menos promove o desenvolvimento tecnológico e econômico do país?

Como afirma Jorge Tonietto<sup>118</sup>, o uso de uma indicação de procedência poderia constituir um primeiro passo para se alcançar o reconhecimento de excelência que consiste na DO.

### **2.3 A Punição na Legislação Pátria para os Crimes Contra as Indicações Geográficas Brasileiras.**

Na legislação pátria, quem fabrica, importa, exporta, vende, expõe ou oferece à venda ou tem em estoque produto que apresente falsa indicação geográfica é punido com pena de tenção de 1 à 3 meses ou é condenado à pagar multa segundo o artigo 192 do Código de Propriedade Industrial – CPI.

A lei também pune quem usa, em produto, recipiente, invólucro, cinta, rótulo, fatu-  
ra, circular, cartaz ou em outro meio de divulgação ou propaganda, termos retificativos, tais como "tipo", "espécie", "gênero", "sistema", "semelhante", "sucedâneo", "idêntico", ou e-

---

<sup>118</sup> TONIETTO, Jorge. Revista da ABPI nº 08/1993 – XIII Seminário da Propriedade Intelectual.

quivalente, não ressaltando a verdadeira procedência do produto. Este crime está previsto no art. 193 do CPI e a pena é a mesma da aplicada para o crime do art. 192.

Como já dito, o art. 193 da lei brasileira não se harmoniza com o TRIPS, que proíbe que, no caso de vinhos e destilados, se use em produto, recipiente, invólucro, cinta, rótulo, fatura, circular, cartaz ou em outro meio de divulgação ou propaganda, termos retificativos, tais como "tipo", "espécie", "gênero", "sistema", "semelhante", "sucedâneo", "idêntico", ou equivalente, **mesmo que mencionando a verdadeira procedência do produto.**

Alguns estudiosos do tema entendem que o legislador, neste artigo, quis esclarecer que o infrator, ao mencionar o nome do verdadeiro local de origem ou procedência, não estaria cometendo um ilícito penal, mas apenas um ilícito civil. Entretanto, na prática, punição alguma é dada aos produtores que adotam essa atitude e das prateleiras de lojas de conveniências e dos mercados, encontramos uma enormidade de bebidas nacionais informando que são “tipo”, “gênero”, “semelhantes” à bebida estrangeira que é protegida por IG.

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, também é crime e está previsto no artigo 194 da LPI, com pena igual a dos artigos 192 e 193.

## **CAPÍTULO 3 – A IMPORTÂNCIA DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS E O INTERESSE PÚBLICO NA SUA PROTEÇÃO JURÍDICA ADEQUADA ÀS NECESSIDADES NACIONAIS**

As IG e sua proteção são importantes por várias razões e possui diversas funções. Algumas destas funções possuem caráter constitucional, pois são de relevante interesse público.

### **3.1 A Importância e as Funções das Indicações Geográficas**

#### 3.1.1. A importância para o produtor

O reconhecimento de uma localidade como IG estimula os produtores ou prestadores de serviços das regiões reconhecidas, que, ao produzirem determinados produtos ou serviços de qualidade diferenciada, agregam maior valor econômico aos mesmos e, conseqüentemente, estes produtores passam a investir nestes produtos ou serviços aprimorando sua qualidade e sua técnica e estimulando assim o progresso daquela região.

Para o pequeno produtor local, a proteção de seus produtos pela IG permite que seu produto ganhe características e qualidades que o façam ficar conhecido entre os consumidores e seus produtos procurados, ganhando assim um espaço garantido no mercado.

#### 3.1.2 A importância para o consumidor no que se refere à segurança que uma IG proporciona

Com a revolução industrial e o sistema de produção em série, ficou difícil para os consumidores controlarem a origem dos produtos que consumiam, e muito mais difícil era saber exatamente de que eram compostas matérias-primas que originavam aquele produto industrializado.



Além deste fato, naquela época os consumidores não se importavam muito com essas informações, não sendo culturalmente estimuladas e educadas para tanto.. Mais tarde, as conseqüências da industrialização desenfreada, sem nenhum tipo de controle, começaram a aparecer.

Muitos consumidores foram afetados pela qualidade dos produtos que consumiam, podendo citar-se casos de intoxicação alimentar no mundo que foram ligados à logística de produção em grande escala; os médicos começaram a desconfiar que os aditivos e conservantes utilizados nos produtos industrializados poderiam ser a causa de cânceres e alergias. Foram descobertas doenças que atingiam os humanos, causadas por ingestão de carne animal ou por produtos derivados destes como ovos e leites, prejudicando seriamente os países europeus e asiáticos<sup>119</sup>.

Com todos esses problemas relacionados aos alimentos, os consumidores começaram a perceber a importância de se saber a origem dos produtos que consomem, o que contém nestes produtos e de que forma eles são feitos. Passaram também a preferir produtos de qualidade superior, que lhes informavam a sua origem, composição e método de fabricação e não se importam de pagarem mais por isso.

Essa imposição do mercado consumidor fez com que os produtores também se conscientizassem que para atender as novas necessidades do mercado, eles teriam que mudar a sua estrutura de produção.

Os pequenos produtores, que conseguiram adequar sua produção às novas necessidades do mercado consumidor, passaram a ser mais procurados e seus produtos mais valorizados economicamente, pois os consumidores tinham uma maior facilidade de saber a

---

<sup>119</sup> BARROS, Ana Flávia Granja & VARELLA, Marcelo Dias. *Indicações geográficas e arranjos produtivos locais*, São Paulo, 2002, p. 01.

origem daquele produto, o método de fabricação e quais os tipos de matérias primas eram utilizados na composição dos mesmos. Esses produtos eram diferenciados dos industrializados e os consumidores pagavam um preço maior por essa diferenciação.<sup>120</sup>

Essas mudanças ocorreram inicialmente nos países mais desenvolvidos como França, Itália, Inglaterra e Estados Unidos, mas atualmente vêm acontecendo em países em desenvolvimento e particularmente com o Brasil.

### 3.1.3 A importância da proteção jurídica das indicações geográficas

Alberto de Almeida<sup>121</sup> pondera que em diversos países foram adotadas disposições legislativas e regulamentares com vista a disciplinar e proteger as indicações geográficas, seja através de disposições autônomas ou na lei de concorrência desleal. Estas legislações protegem os produtores legítimos, contra utilização abusiva de tais sinais, simultaneamente tutelando os consumidores contra a fraude e o engano que, para estes, constitui a venda de um produto com um falso nome geográfico ou com indicações suscetíveis de os induzirem em erro sobre a proveniência dos produtos.

Juridicamente, a proteção das IG se faz importante pelas razões que se citam adiante.

#### 3.1.3.1 Proteção contra o uso indevido da IG:

Essa proteção é oferecida contra os produtos que alegam serem provindo de uma região geográfica, mas na verdade vem de outra diferente. Com essa informação errada, os produtos enganam o consumidor, que compra um produto acreditando ser de um lugar que ele não é. Isso acontece, quando um produto de um determinado lugar se torna famoso pela

---

<sup>120</sup> *Ibidem* p.2.

<sup>121</sup> ALMEIDA, Alberto Francisco Ribeiro. *Denominação de origem e marca*. Coimbra: Coimbra, 1999, p. 21.

sua qualidade e com isso passa a ser muito procurado pelos consumidores. Pegando carona na boa reputação do produto desta região, o produtor de outra região aproveita e informa na embalagem de seu produto que este vem da região famosa, e com isso vende mais.<sup>122</sup>

A compra pelo consumidor do falso produto faz com que o consumidor perca a confiança no produto e naquela IG, e, conseqüentemente, perde-se a reputação da indicação e o produto seu valor econômico agregado. Isso põe em risco a existência do próprio instituto.

Mesmo que duas regiões tenham um mesmo nome geográfico, se uma região é conhecida pela elaboração de um produto, a outra região com o mesmo nome fica proibida de usar essa indicação geográfica. O uso do mesmo nome para o mesmo produto por dois lugares distintos pode causar confusão ao consumidor quanto a verdadeira origem do produto.

### 3.1.3.2 Proteção contra qualquer uso que constitua ato de concorrência desleal.

Um produtor X de uma região, para ter um produto diferenciado e de qualidade, precisa investir maior capital, manter mão de obra mais qualificada, investir mais na elaboração deste produto. A conseqüência deste investimento e dedicação é um produto de qualidades únicas e de maior procura e valor econômico.

Quando um produtor Y de outra região ou até da mesma, mas que não possui seu produto reconhecido, nem realizou os mesmos investimentos necessários para qualificar o seu produto, se aproveita da fama conquistada pelo produto de qualidade e indica no rótulo de sua mercadoria que ela tem origem como sendo produzida naquela região pelo produtor do produto de qualidade. Com esta atitude o produtor está cometendo crime de concorrência desleal.

---

<sup>122</sup> RANGNEKAR, op. cit., p. 13.

A concorrência é injusta porque o produtor X investiu tempo e dinheiro para obter aquele produto de qualidade e o produtor Y não gastou nenhum tostão e seu produto continua de qualidade inferior.

Com isso, Y que não investiu nada pode vender seu produto a preços menores e ganhar o consumidor, pois está enganando o mesmo afirmando que o seu produto é o mesmo que o de X e não é. Com isso, o produto X que é mais caro, por ser de qualidade fica prejudicado.

### 3.1.3.3 Proteção Contra a Generificação da IG<sup>123</sup>:

Como observa Ana Lúcia Borda<sup>124</sup>, diversas indicações geográficas se tornaram de uso comum, por falta de proteção oficial. Para evitar outras indicações geográficas se tornem genéricas, convém obter o reconhecimento oficial, pro via administrativa, como contempla o artigo 182, parágrafo único da LPI.

A generificação de uma indicação geográfica para um termo genérico, é uma péssima ocorrência, em vários aspectos, econômico, social, cultural. Tal fato é desvantajoso para o produtor e para o consumidor, como ensina Reger<sup>125</sup>, o primeiro perde um signo distintivo, do qual subtrai o *goodwill* do seu negócio, obtido às custas de muitos esforços e um importante valor econômico é destruído. O consumidor perde um meio importante de orientação e decisão, perda que não é compensada pela função exercida por um termo genérico.

---

<sup>123</sup> A generificação de um signo distintivo ocorre quando, após o reconhecimento da proteção, o conteúdo deste perde a distintividade, recaindo no domínio comum. O signo, ao invés de distinguir o objeto marcado dos semelhantes ou afins, passe a se confundir com ele. BARBOSA, Denis Borges. *Generificação e marcas registradas*. 2006, p.26. Obtido em <http://denisbarbosa.addr.com/generifica.pdf>. Acesso em 20/02/2007.

<sup>124</sup> Ibidem

<sup>125</sup> Reger, p. 106, *apud* BORDA, Ana Lúcia de Souza. *Estúdio de las indicaciones geográficas BORDA, Ana Lúcia. Estudio de las Indicaciones Geográficas, Marcas de Certificación y las Marcas Colectivas – su protección en Brasil e importancia en el contexto internacional*, p. 19. Disponível em: [http://www.dannemann.com.br/files/ASB\\_Indicaciones\\_Geograficas.pdf](http://www.dannemann.com.br/files/ASB_Indicaciones_Geograficas.pdf) - Acesso em 10/02/2007..

A generificação se instala pela falta de proteção da IG e da defesa deste signos por seus titulares. Quando um produto provindo de outra região se refere a um produto conhecido para fazer uma associação de que o seu produto é de alguma forma parecido com o produto famoso que possui esse sinal distintivo, há lesão a direito mesmo que se informe o real lugar de origem.<sup>126</sup> Se isto ocorre, os consumidores acabam por utilizar a indicação geográfica como espécie do produto. Ocorre o fenômeno da metonímia, a substituição de um nome por outro em virtude de haver entre eles associação de significado, no presente caso a substituição do nome da espécie do produto pela indicação geográfica generificando esta palavra<sup>127</sup>.

A consequência do uso contínuo e indevido de uma IG é a generificação da indicação geográfica. A generificação das IG resulta na perda do direito exclusivo, segundo o artigo 180 da LPI<sup>128</sup>. Como observa Denis Borges Barbosa<sup>129</sup>, “*a norma na verdade não atribui revocabilidade aos registros concedidos, mas simplesmente norma de registrabilidade*”, ou seja o artigo 180 não indica de quem é a competência para declarar a generificação, mas segundo Gustavo Leonardos<sup>130</sup>, tal artigo aponta o dispositivo do acordo de Madrid sobre Indicações Geográficas.

O acordo de Madri sobre falsas indicações, do qual o Brasil faz parte, afirma em seu artigo IV que **os tribunais** de cada país terão que decidir quais são as denominações que, em razão do seu caráter genérico, escaparão às disposições do presente Acordo, não estando entretanto compreendidas na reserva especificada

---

<sup>126</sup> RANGNEKAR, op. cit, p. 13.

<sup>127</sup> A metonímia é um procedimento simbólico em presença, na qual a parte passa a simbolizar o todo ou o todo, parte; ou, como se verá, dois objetos encontrados reiteradamente em presença contaminam-se reciprocamente num único significado comum, e assim por diante.

<sup>128</sup> “Art. 180. Quando o nome geográfico se houver tornado de uso comum, designando produto ou serviço, não será considerado indicação geográfica.”

<sup>129</sup> BARBOSA, Denis Borges. *Generificação e marcas registradas*. 2006, p.26. Obtido em <http://denisbarbosa.addr.com/generifica.pdf>. Acesso em 20/02/2007.

<sup>130</sup> A Perspectiva dos Usuários dos Serviços do INPI em Relação ao Registro de Marcas sob a Lei 9.279/96. p. 5 in [http://www.leonardos.com.br/Textos/pdf/PerspectivaU\\_.pdf](http://www.leonardos.com.br/Textos/pdf/PerspectivaU_.pdf), acessado em 17/02/2006.

por este artigo as denominações regionais de procedência dos produtos vinícolas.

Apesar do artigo 180 da LPI não prever em que circunstâncias será determinado que uma IG se tornou de uso comum e quais os parâmetros que devem ser utilizados para esta constatação, pelo determinado no acordo de Madrid, entendemos que nos casos de generificação de IG, são os Tribunais que possuem competência para tal declaração. Além disso esta decisão, como entende Roland Knaak<sup>131</sup>, deve baseada em constatação fática, baseada na percepção do público. Se o termo objeto da IG se tornou de uso comum, este deverá ser livre.

#### 3.1.3.4 Conflitos de Normas

Como já indicado, o artigo 23 do Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio (TRIPS) determina que cada Membro proverá os meios legais para que as partes interessadas possam evitar a utilização de uma indicação geográfica que identifique vinhos em vinhos não originários do lugar indicado pela indicação geográfica em questão, ou que identifique destilados como destilados não originários do lugar indicado pela indicação geográfica em questão, mesmo quando a verdadeira origem dos bens esteja indicada ou a indicação geográfica utilizada em tradução ou acompanhada por expressões como "espécie", "tipo", "estilo", "imitação" ou outras similares.

Já vimos que o artigo 193 da LPI/96 **permite** o uso, em produto, recipiente, invólucro, cinta, rótulo, fatura, circular, cartaz ou em outro meio de divulgação ou propaganda, termos retificativos, tais como "tipo", "espécie", "gênero", "sistema", "semelhante", "sucedeâneo", "idêntico", ou equivalente, ressalvando a verdadeira procedência do produto, **inclusive para bebidas**, disposição que vai de encontro com o parâmetro mínimo de proteção estipulado por TRIPS.

---

<sup>131</sup>KNAAK, Roland, *Der Schutz Von geographischen herkunftangaben im neuen Gesetz*, 1995, p. 103/112 *apud* BORDA, Ana Lúcia de Souza. *Estúdio de las indicaciones geográficas* BORDA, Ana Lucía. *Estudio de las Indicaciones Geográficas, Marcas de Certificación y las Marcas Colectivas – su protección en Brasil e importancia en el contexto internacional*, p. 9-10. Disponível em: [http://www.dannemann.com.br/files/ASB\\_Indicaciones\\_Geograficas.pdf](http://www.dannemann.com.br/files/ASB_Indicaciones_Geograficas.pdf) - Acesso em 10/02/2007.

Ana Lúcia Borda aponta um conflito entre o Acordo de Madrid e o TRIPS. O Acordo de Madrid exclui a possibilidade de generificação de qualquer IG; já TRIPS, razoavelmente, em nossa opinião, limita a impossibilidade de generificação aos vinhos e destilados. Para esta autora, TRIPS deverá prevalecer sobre o Acordo de Madrid, no que diz respeito a este aspecto, por se tratar de norma posterior.<sup>132</sup>

Outra questão é a gerada pelo conflito entre o artigo 23 de TRIPS e o artigo 193 da LPI/96, ambos mencionados acima. Qual deveria prevalecer? Um revogaria o outro? Denis Barbosa<sup>133</sup> explica:

Não vemos qualquer derrogação do Acordo pelo CPI/96. Como já expusemos, na esteira da ADIMC-1480-DF de 1997, em nosso Uma Introdução à Propriedade Intelectual, 2ª. Ed. Lúmen juris, 2003, p. 176,” Ora, o Tratado é assim uma norma especial, que, a teor da LICC não altera nem é alterada pela norma geral, a do CPI. Em outras palavras, nem os tratados revogam o CPI, nem a subsistência do CPI impede o pleno exercício normativo dos tratados. Convivem ambos em suas respectivas esferas de normatividade”.

### 3.1.3.5 Efeitos do Uso Ilícito das IG

O uso indevido dessas IG, que não chegam a “enganar” o consumidor sobre origem do produto, é o que se chama na língua inglesa de *free riding*, “carona”, algo adquirido sem o custo ou esforço usual. Um produtor se aproveita da reputação de um produto com IG para promover o seu. O *Californian Chablis* é um exemplo de um produto que se utiliza do *free riding*, *Chablis*, é uma região francesa reconhecida como D.O.C.. Como o vinho que se

---

<sup>132</sup> BORDA, Ana Lúcia de Souza. Estudio de las indicaciones geográficas BORDA, Ana Lucía. Estudio de las Indicaciones Geográficas, Marcas de Certificación y las Marcas Colectivas – su protección en Brasil e importancia en el contexto internacional, p. 9. Disponível em: [http://www.dannemann.com.br/files/ASB\\_Indicaciones\\_Geograficas.pdf](http://www.dannemann.com.br/files/ASB_Indicaciones_Geograficas.pdf) - Acesso em 10/02/2007.

<sup>133</sup> BARBOSA, Denis Borges. *Generificação e marcas registradas*. 2006, p.31. Obtido em <http://denisbarbosa.addr.com/generifica.pdf>. Acesso em 20/02/2007.

assemelha com o *Chablis* é produzido na Califórnia, os produtores californianos denominam seu vinho de *Californian Chablis*<sup>134</sup>.

Muitos produtos comuns similares a produtos protegidos por IG, se aproveitam desta designação para correlacionar os produtos que fabricam com os produtos conhecidos.

Um dos argumentos que os fabricantes dos produtos com essas falsas indicações utilizam para justificar esta contrafação é que eles descendem dos produtores originais e carregam com eles as técnicas produtivas utilizadas na fabricação do produto e por isso os seus produtos têm características muito semelhantes às dos produtos com as IG. O argumento é de que este fato lhes legitimaria a utilização indevida dessas IG.

Esquecem estes produtores que o sol não bate igual em todos os lugares e que os solos diferem em cada região do mundo, cada produtor possui uma característica própria de trabalho. Estas diferenças geram como resultado final um produto com características diferentes do produto fabricado nas regiões originárias, por mais que a matéria prima e as técnicas sejam as mesmas.

Outra vez: marcas e IG.

Outra norma de grande relevância é a que proíbe o registro de uma marca que contenha uma IG. A proteção da marca dá direito de uso exclusivo da mesma ao seu titular e a IG não é um direito exclusivo de um a única pessoa como vimos, mas sim direito de todos os produtores de determinada região que preencher os requisitos necessários.<sup>135</sup> Além disso, a marca protege determinado produto ou serviço, distinguindo este dos demais de sua espécie. As indicações geográficas possuem outra função, o de indicar a origem e, nos casos das DO, o de indicar e garantir qualidade.

---

<sup>134</sup> RANGNEKAR, Dwijen, *Geographical indications*. France: UNCTAD, 2003, p. 14.

<sup>135</sup> *Ibidem*.



Alberto de Almeida entende que:

A marca não garante que os produtos tenham sempre as mesmas características nem a mesma qualidade. A marca não é um instrumento adequado a vincular o seu titular a garantir ao consumidor a constância qualitativa do produto, não pode exigir da marca uma função de garantia e qualidade do produto, deve polarizar-se num outro sinal distintivo. Essa função de garantia passará impreterivelmente, pelo nome geográfico seja exclusivos de alguns e interditos aos sujeitos que não tenham direito ao seu uso.<sup>136</sup>

### 3.1.3.6 A questão da marca de certificação

Apesar da propriedade do entendimento de Alberto de Almeida, faz-se necessário esclarecer que o sistema jurídico brasileiro prevê o instituto da marca de certificação, cuja finalidade é garantir um padrão de qualidade aos produtos que utilizam este selo.

A marca de certificação se diferencia das indicações geográficas, pois a primeira está voltada para proteger produtos padronizados, como cadeiras, mesas, cafés, sem conter nenhuma singularidade ou particularidade no seu método de fabrico, e tampouco se refere a uma região determinada, bastando atender às normas de qualidades instituídas por um regulamento.

Já às indicações geográficas protegem e garantem a qualidade de produtos cuja relação humana e natural é intrínseca e ligada à uma região geográfica os requisitos de qualidade para um produto a proteção de uma indicação geográfica é muito mais singular e rigoroso o processo de fabricação de um produto passível de proteção pelas Indicações geográficas envolve fatores históricos, culturais, sociais e sobretudo geográficos.

Apesar desta diferença, as marcas de certificação também garantem a qualidade e um certo padrão para os produtos, agregando igualmente valor econômico ao mesmo e protegendo o consumidor.

---

<sup>136</sup> ALMEIDA, op. cit..p. 21.

No panorama nacional atual, onde se verifica uma famigerada corrida dos países estrangeiros pela apropriação dos direitos relacionados aos produtos tipicamente originados em solo nacional, como é o caso da cachaça, deve-se ter em conta que o importante é proteger as riquezas do país, as matérias primas os produtos típicos do Brasil, seja pelo instituto da Indicação geográfica, seja pelo instituto da marca de certificação ou até mesmo da marca coletiva.

#### 3.1.4 A função das Indicações geográficas como instrumento publicitário

As indicações geográficas possuem um aspecto publicitário. Elas são instrumento de *marketing* dos produtos provindos das regiões reconhecidas. Os selos que indicam que o produto provém de uma IG tem clara função promocional. Tal selo, indicando que uma determinada região é uma DOC ou IP, desperta nos consumidores a curiosidade de conhecer aquelas regiões e o modo como os produtos são fabricados. Conseqüentemente, o turismo naquelas regiões pode aumentar, assim como o progresso econômico, social e tecnológico, como falaremos mais adiante.

Além do aspecto acima mencionado, nos casos específicos das DO, a conexão entre o meio geográfico, a qualidade e a demais características do produto permite que o consumidor eleja o produto a ser consumido de acordo com seu gosto pessoal. Conseqüentemente, este aspecto constitui um elemento de grande valor para a decisão de compra dos consumidores.<sup>137</sup>

---

<sup>137</sup> GONÇALVES, Marcos Fabrício Welges, *Indicações Geográficas*. Tese defendida perante a Universidade de Lisboa, 2005, p 35.

### 3.1.5 Função de indicar a origem do produto

A IG possui a função de indicar a origem geográfica do produto ou serviço. Ela evoca<sup>138</sup> o local ou região reconhecida pelo nome geográfico ou nome que a coletividade escolheu para denominar a indicação. Esta função é baseada no princípio da veracidade, pois garante que o produto ou serviço originou-se de um lugar determinado. Como bem define Marcos Fabrício Gonçalves, a indicação geográfica individualiza e identifica produtos e serviços pela sua origem geográfica.<sup>139</sup>

### 3.1.6 Função qualitativa

Esta função é restrita à DO. Além de identificar a origem do produto, a DO garante a qualidade do produto. Não só a qualidade, mas a constância das características peculiares ao produto que se dá devido aos fatores naturais e humanos que obrigatoriamente devem influenciar no resultado final do mesmo. É na função qualitativa, e nela incluímos as características relativas aos fatores naturais e humanos, que encontramos a diferenciação de um mesmo produto em uma mesma região geográfica. Às vezes pode existir um produto semelhante na mesma região, mas que por não ter o conjunto de características necessárias não garante a constância na qualidade do produto e por isso não faz parte da delimitação geográfica reconhecida como DO.

---

<sup>138</sup> Ibidem

<sup>139</sup> Ibidem.

### 3.2 – O Interesse Público

O interesse público consiste na supremacia da vontade da maioria eventual e também na garantia dos interesses da minoria, tudo segundo parâmetros constitucionalmente fixados.<sup>140</sup>

Para Gasparini<sup>141</sup> interesse público é o que se refere a toda sociedade. É o interesse do todo social, da comunidade considerada por inteiro. Interesse Público é o interesse que se assenta em fato ou direito de proveito coletivo ou geral, que imponha uma necessidade coletiva.<sup>142</sup>

O interesse público é o interesse de uma coletividade. Não existe um único interesse público, mas vários tipos de interesses públicos (baseados em direitos fundamentais) que se sobrepõe uns sobre os outros através de um balanceamento de interesses e importância no contexto social e econômico do país.

Para Marçal Justen Filho<sup>143</sup> o interesse público não possui conteúdo próprio, na realidade o que definiria o interesse público é certa qualidade, um atributo peculiar. O interesse passa a ser público quando se mostra indisponível, quando não pode ser colocado em risco e quando sua natureza exige que seja realizado.<sup>144</sup>

Ciente das discussões doutrinárias sobre a definição de interesse público e sua abrangência, este artigo abordará prioritariamente o que os doutrinadores chamam de interesse público primário, o interesse do bem geral, no interesse social.<sup>145</sup>

---

<sup>140</sup> MARÇAL JUSTEN. *Curso de direito administrativo*. São Paulo: Saraiva, 2005, P. 40

<sup>141</sup> GASPARINI, Diógenes. *Direito administrativo*, São Paulo: Saraiva, 1992, p 10.

<sup>142</sup> Plácido e Silva apud GASPARINI, Diógenes. *Direito administrativo*, São Paulo: Saraiva, 1992, p 10.

<sup>143</sup> Op. cit. p. 40

<sup>144</sup> Ibidem p 41

<sup>145</sup> MAZZILLI, Hugo Nigro, *Interesses difusos em juízo*, São Paulo: RT, 1994, p.20.

### 3.2.1 - Interesse Público na Propriedade Intelectual

No contexto da propriedade intelectual, interesse público se configura no interesse da coletividade acerca dos bens imateriais criados e produzidos. A Propriedade Intelectual deve atender não só os interesses de seus detentores ou inventores, mas principalmente os interesses do país e de sua sociedade.

Nos últimos anos, a análise corrente do direito da propriedade intelectual deixou de se concentrar nos aspectos pertinentes ao direito privado e mesmo aos interesses relacionados exclusivamente ao direito da concorrência, passando a interessar ao direito público e à coletividade, enfim.

Os direitos de propriedade intelectual visam estimular a inovação e a criação oferecendo a perspectiva de uma oportunidade de mercado protegida em direito, que permite aos titulares deste direito recuperar os investimentos com pesquisa e desenvolvimento, ou geração e distribuição de criações expressivas, ou na ação de signos distintivos, e com isso obter lucro.<sup>146</sup>

Entretanto, os direitos de propriedade intelectual também visam assegurar que essas criações tecnológicas e expressivas, depois de certo tempo, reverterão à sociedade, proporcionando desenvolvimento e melhoria na qualidade de vida da população, ou que os bens derivados desse direito de propriedade garantirão qualidade e outros benefícios, e isso proporcionará uma melhor qualidade de vida para a sociedade. Aí residiria o interesse público na propriedade intelectual.

---

<sup>146</sup> CORREA, Carlos. Aperfeiçoando a eficiência econômica e a equidade pela criação de leis de propriedade intelectual. Em *Propriedade Intelectual e desenvolvimento*. São Paulo: Aduaneiras, 2005, p. 35

Haveria também interesse público tanto econômico (com o menor custo para o consumidor escolher produtos e serviços) quanto informacional (a maior transparência e comunicação entre consumidores) na criação e manutenção dos signos distintivos.

A sociedade passou a se beneficiar destes bens imateriais e dos frutos advindos destes e, a cada dia que passa a evolução da humanidade depende do acesso da população a esses bens imateriais produzidos ou ao resultado dos mesmos e aos produtos advindos destes bens imateriais.

A partir destas constatações, passou-se a visualizar um interesse público nos bens derivados dessa propriedade. O acesso aos benefícios e à evolução proporcionada pelos bens imateriais passou a ser interesse de uma coletividade.

### **3.3 - O Interesse Público nas Indicações Geográficas**

O Brasil ainda não possui um sistema de proteção e controle eficiente de suas indicações geográficas. Na verdade, apesar de previsto em lei e ter o seu registro normatizado pelo regulamento 75/2000 do Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI, há quem diga que este sistema de proteção inexistente. O Brasil ainda está muito atrás de países como a França no que diz respeito às IG.

Entretanto, mesmo enfrentando dificuldades, as indicações geográficas vêm ganhando reconhecimento e força no Brasil. Este reconhecimento está surgindo tanto da parte dos consumidores, que cada vez mais estão interessados na qualidade do que consomem, quanto da parte dos produtores. Alguns produtores de café, de queijo, carne, e principalmente de vinhos já se conscientizaram da importância das indicações geográficas como uma forte ferramenta de mercado e de valorização econômica de seus produtos.

Apesar do INPI, até hoje, só ter reconhecido duas indicações geográficas brasileiras, a indicação de procedência “Vale dos Vinhedos”, que identifica vinhos produzidos nessa região localizada no sul do país e a indicação de procedência da região do “Cerrado Mineiro”, reconhecida pelo INPI em março de 2005, como região produtora de café, existe uma grande mobilização por parte dos fabricantes de diversos produtos no sentido de proteger e valorizar os mesmos através do reconhecimento da região produtora como uma indicação geográfica. Como exemplos temos os casos dos produtores do queijo Canastra de São Roque Minas Gerais<sup>147</sup> e dos produtores de carne bovina do Pampa Gaúcho, que no ano de 2005, em parceria com o SEBRAE/RS, apresentou ao INPI o pedido de reconhecimento da indicação de procedência da “Carne do Pampa Gaúcho”<sup>148</sup>.

### 3.4 - A Visão Constitucional das Indicações Geográficas.

O direito à proteção das indicações geográficas no Brasil possui previsão constitucional no artigo 5º, XXIX da CRFB/88 que determina: “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”.<sup>149</sup>

Depreende-se esse direito quando o supracitado artigo define que a lei assegurará a proteção a outros signos distintivos. As indicações geográficas são signos distintivos *de*

---

<sup>147</sup> BRANDÃO, Fábio. *A luta agora é para exportar queijo Canastra*. O Globo, Caderno de Economia p. 38. Reportagem do dia 3 de abril de 2005.

<sup>148</sup> Em <http://www.cnpuv.embrapa.br/noticias/2005/2005-08-16.html>. Acesso em 28/04/2006.

<sup>149</sup> Cabe ressaltar que a cláusula finalística que condiciona a proteção dos direitos relativos à propriedade industrial ao interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País encontra igual previsão no artigo 2º da Lei 9279/96 – LPI.

*cunho geográfico* que individualizam, identificam e diferenciam os produtos quanto à sua origem, qualidades e peculiaridades<sup>150</sup>. A proteção infraconstitucional deste instituto, como já mencionado, se encontra nos artigos 176 a 178 da Lei 9279/96.

Como já abordado neste estudo, seguimos<sup>151</sup> a corrente doutrinária que entende que os direitos relativos à propriedade intelectual são direitos de propriedade, apesar de ser um direito de propriedade concorrencial. Como já abordado também, a titularidade das indicações geográficas é um caso especial de direito de propriedade, pois é um direito coletivo, onde os acessos aos recursos não são livres, mas a decisão acerca dos usos dos mesmos é tomada pelo grupo que divide o conjunto de direitos associados àquela propriedade.<sup>152</sup>

O artigo 5º, XXIII, dispõe que a propriedade deve cumprir sua função social. A Constituição, no artigo 5º, XXIX, vincula a proteção das indicações geográficas ao *interesse social, ao desenvolvimento tecnológico e ao desenvolvimento econômico do país*. A função social da propriedade ainda está positivada como um dos princípios da ordem econômica, como previsto no artigo 170, III da Constituição.

Conclui-se, então, que uma indicação geográfica, para ter a proteção garantida pela Constituição, deve atender obrigatoriamente os requisitos das cláusulas vinculantes do artigo 5º, XXIX, da CRFB/88 e, em adição, deve atender à função social da propriedade.<sup>153154</sup>

---

<sup>150</sup> ALMEIDA, Alberto Francisco Ribeiro. Op. Cit. p. 17.

<sup>151</sup> MIRANDA, Pontes. *Tratado de direito privado*; Tomo XVI - parte especial. 4ª ed, São Paulo: RT, 1983, p. 05 e ss.; BARBOSA, Denis Borges. *Uma introdução à propriedade intelectual*: 2.ed. Rio de Janeiro: Lumens Júris, 2003.p. 18-19;

<sup>152</sup> CHADDAD, Fábio, *Denominação de origem controlada: Uma alternativa de adição ao agrobusiness*. Dissertação de mestrado apresentada à Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo. 1996, p. 16

<sup>153</sup> Denis Borges Barbosa foi o primeiro autor que escreveu, em seu livro *Uma Introdução à Propriedade Intelectual*, Rio de Janeiro: Lumens Júris, 2003, sobre a previsão constitucional da propriedade intelectual no Brasil, que identificou e dissertou acerca das cláusulas vinculantes ou finalísticas a que se submete a propriedade intelectual para merecer a proteção constitucional.

<sup>154</sup> Adriana Diaféria em sua Tese “*Problemática das invenções envolvendo genes humanos e sua relação com os interesses difusos no âmbito da propriedade industrial*”, defendida em 2003 pela PUC-SP, também defende a harmonização dos direitos de propriedade industrial com a Constituição Federal. Em sua obra, Diaféria



Em que implicam essas cláusulas no que diz respeito às indicações geográficas? Veremos como cada uma delas se relaciona com o instituto.

### 3.4.1 - O Interesse Social nas Indicações Geográficas

Como já ventilado neste trabalho, a proteção e o controle das indicações geográficas são importantes por diversas razões e interesses, tais como: os de segurança para o consumidor, econômicos, regionais, culturais e jurídicos. Algumas destas razões e interesses são condicionadas pelo interesse público, como a proteção do consumidor, e outras são de natureza privada, como a proteção do produto e do produtor contra a concorrência desleal, que se configura, dentre outras maneiras, pela diluição da indicação geográfica pelo uso indevido.<sup>155</sup>

Nesta parte do trabalho, iremos nos concentrar nas razões de interesse público, especificamente de interesse social, das indicações geográficas.

Entendemos que nas indicações geográficas se distinguem os seguintes interesses sociais ou públicos :

- 1 - o interesse público das indicações geográficas no que diz respeito aos direitos do consumidor;
- 2 - o interesse público das indicações geográficas no que diz respeito ao desenvolvimento social, econômico e tecnológico das pequenas propriedades produtoras;

---

defende que a concessão de direitos de propriedade industrial, ao mesmo tempo em que resguarda o direito do titular deste direito, deve estimular e promover o desenvolvimento social, econômico e tecnológico do país. Entende ainda esta autora que qualquer criação industrial que seja protegida pela propriedade industrial no país deve se coadunar com os interesses da sociedade, bem como funcionar como instrumento para o desenvolvimento tecnológico e econômico no país. Op. Cit. p. 201

<sup>155</sup> Maiores informações sobre este tema vide minha monografia graduação pela Universidade Estácio de Sá: A proteção legal das indicações geográficas no Brasil - Sistema de controle e sua aplicabilidade. Acessível em: [www.denisbarbosa.addr.com/outros.htm](http://www.denisbarbosa.addr.com/outros.htm)

3 - o interesse público das indicações geográficas no que diz respeito à preservação do patrimônio cultural de um país ou uma região.

#### 3.4.2 - O interesse público das indicações geográficas no que diz respeito aos direitos do consumidor

A proteção ao consumidor tem bases constitucionais nos artigos 5º XXII e 170, V e foi positivada no código de defesa do consumidor - CDC. Os artigos 2, 6 e 81 do CDC<sup>156</sup> protegem os direitos difusos, coletivos e individuais homogêneos dos consumidores. Com o estabelecimento de um mecanismo jurídico de proteção e fiscalização das Indicações geográficas é possível proteger direitos difusos, coletivos e individuais homogêneos dos consumidores .

O artigo 24, V e VIII, da CRFB/88 preceitua que cabe à União, Estados e Distrito Federal, legislar concorrentemente sobre a produção e o consumo e sobre a responsabilidade por dano causado ao consumidor. Cretella Júnior<sup>157</sup> ensina que no binômio produção-consumo, a que se refere à regra jurídica constitucional, acima citada, o primeiro elemento (produção), indica o bem gerado, aparelhado e posto no mercado pelo produtor e seus in-

<sup>156</sup> Art. 2º Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo. Art. 6º São direitos básicos do consumidor: III - a **informação adequada e clara** sobre os diferentes produtos e serviços, com especificação correta de quantidade, características, composição, qualidade e preço, bem como sobre os riscos que apresentem; VI - a efetiva prevenção e reparação de danos patrimoniais e morais, individuais, coletivos e difusos; VII - o acesso aos órgãos judiciários e administrativos com vistas à prevenção ou reparação de danos patrimoniais e morais, **individuais, coletivos ou difusos**, assegurada a proteção Jurídica, administrativa e técnica aos necessitados; Art. 81. A defesa dos interesses e direitos dos consumidores e das vítimas poderá ser exercida em juízo individualmente, ou a título coletivo. Parágrafo único. A defesa coletiva será exercida quando se tratar de: I - interesses ou **direitos difusos**, assim entendidos, para efeitos deste código, os transindividuais, de natureza indivisível, de que sejam titulares pessoas indeterminadas e ligadas por circunstâncias de fato; II - interesses ou **direitos coletivos**, assim entendidos, para efeitos deste código, os transindividuais, de natureza indivisível de que seja titular grupo, categoria ou classe de pessoas ligadas entre si ou com a parte contrária por uma relação jurídica base; III - interesses ou direitos **individuais homogêneos**, assim entendidos os decorrentes de origem comum. Grifo nosso

<sup>157</sup> J. CRETILLA JR. Comentários à constituição de 1988, vol VIII . São Paulo: RT, 1988, p.3976

termediários, ao passo que o segundo elemento (consumo), alude à utilização desse mesmo bem, feito pelo consumidor.

O autor explica que o produtor almeja o mais alto preço, mesmo em detrimento da qualidade, já o consumidor pretende a melhor qualidade a menor preço. Entram em conflito dois interesses, os interesses dos consumidores *versus* os interesses dos produtores, e é dever constitucional do Estado fiscalizar e balancear esses interesses de forma a chegar a um equilíbrio. Para conservar o preço o produtor passa a usar matéria prima de qualidade inferior, mais barata. Em conseqüência da má qualidade dos produtos e da falta de informação, os consumidores começaram a sofrer diversos danos tanto de origem patrimonial, quanto de origem moral.<sup>158</sup>

Com a revolução industrial e o sistema de produção em série, ficou difícil para os consumidores controlarem a origem e qualidade dos produtos que consumiam, e muito mais difícil era saber exatamente de que era feito aquele produto, quais eram e da onde vinham as matérias-primas que originavam àqueles produtos industrializados. Os consumidores não tinham conhecimento se os produtos que consumiam eram feitos de coisas boas ou ruins.

Além deste fato, naquela época, os consumidores não se importavam muito com essas informações, as pessoas não eram culturalmente estimuladas e educadas para ter esse tipo de conscientização. Mais tarde, as conseqüências da industrialização desenfreada, sem nenhum tipo de controle, começaram a aparecer afetando seriamente os consumidores.

Com todos esses problemas relacionados com os alimentos, os consumidores começaram a perceber a importância de fazer valer o direito, positivado no artigo 6º do CDC, à informação clara e adequada sobre os produtos que consumiam, de saber a origem dos pro-

---

<sup>158</sup> *Ibidem*

duto que consomem, o que contém estes produtos e de que forma eles são feitos. Passaram a preferir produtos de qualidade superior, que lhes informavam a sua origem, composição e método de fabricação, enfim, que contivessem o histórico do produto, ou seja, o caminho percorrido pelo produto desde a origem da sua matéria prima até a chegada deste produto à mesa do consumidor. Para obter produtos com estas características e peculiaridades o consumidor estava disposto a pagar um preço mais alto.

Essa imposição do mercado consumidor fez com que os produtores também se conscientizassem que para atender as novas necessidades do mercado, eles teriam que mudar a sua estrutura de produção.

Os pequenos produtores, que conseguiram adequar sua produção às novas necessidades do mercado consumidor passaram a ser mais procurados e seus produtos mais valorizados economicamente, pois os consumidores tinham uma maior facilidade de saber a origem daquele produto, o método de fabricação e quais os tipos de matérias primas eram utilizados na composição dos mesmos. Os consumidores passaram a ter confiança nos produtos com essas qualidades.

As indicações geográficas são signos distintivos que possibilitam o controle da origem, da qualidade, da individualização do produto. As indicações geográficas são importantes instrumentos jurídicos e de mercado que possibilitam a harmonização e o balanceamento entre os interesses dos produtores e dos consumidores. Esse signo distintivo permite que os produtos advindos das regiões produtoras protegidas sejam únicos. Através da proteção e do controle dos produtos pelo sistema das indicações geográficas o consumidor tem a segurança e o conhecimento do produto que consome, de quem fabrica, onde fabrica e como fabrica.

A proteção constitucional conferida às indicações geográficas tem como cláusula vinculante os interesses sociais, um desses interesses sociais é a proteção dos direitos dos consumidores. A proteção das indicações geográficas só é constitucional na medida em que esta proteção, e conseqüentemente seu controle, respeitam as condições das cláusulas constitucionais vinculantes ou finalísticas.

### 3.4.3 - O interesse público das indicações geográficas no que diz respeito ao desenvolvimento social, econômico e tecnológico das pequenas propriedades rurais e das pequenas regiões produtoras.

A agricultura nos últimos anos sofreu enormes mudanças no seu cenário econômico e social em conseqüência da sua modernização devido a fatores tecnológicos e científicos.<sup>159</sup> A agricultura, antes familiar, evoluiu para uma agricultura profissionalizada, de escala industrial, voltada principalmente para a exportação.

Chaddad<sup>160</sup> comenta que, apesar dos inúmeros benefícios desta evolução, com a modernização da agricultura, surgiram dois graves problemas que refletem as injustiças do progresso tecnológico e econômico: a instabilidade e o achatamento da renda agrícola e a inviabilização econômica da pequena propriedade rural.

Com a industrialização, os pequenos agricultores ficaram sem mecanismos de competição no mercado, uma vez que eles produzem em pequena escala e não possuem tecnologia e recursos financeiros para competir com as agroindústrias que possuem tecnologia e capacidade de produção em larga escala para atender uma demanda cada vez mais rigorosa do mercado.

---

<sup>159</sup> CHADDAD, Fábio, *Op. Cit.*, p. 16

<sup>160</sup> *Ibidem*

Esse fenômeno ocorre também com as pequenas regiões que fabricam produtos não agrícolas, como roupas, produtos artesanais, calçados, entre outros produtos. Estas regiões, apesar de carregarem uma grande tradição no fabrico destes produtos, muitas vezes carecem de capacidade técnica e econômica para competir com as grandes indústrias, cuja produção é em larga escala e que possuem um enorme capital para investir em infra-estrutura. Por conta desta modernização, regiões inteiras estão sofrendo com o atraso econômico e tecnológico e enfrentando graves problemas sociais como a miséria e a fome. Regiões com grandes riquezas naturais e culturais não estão sendo aproveitadas. Os pequenos produtores se vêm obrigados buscar alternativas para superar a essas adversidades.

A adoção de medidas como concentração de seus recursos em nichos de mercado, na especialização de seus produtos, na conexão destes produtos com sua região de origem, e com fatores naturais e humanos, na maior informação do método de fabrico, na informação dos componentes destes produtos, na reunião de valores culturais a estes produtos, fazendo com que se tornem únicos e com uma história, agregam valor econômico aos produtos, fazem com que o consumidor queira pagar mais por eles, pois são diferenciados, únicos, especiais.

A distinção, proteção e controle destes produtos pelas indicações geográficas possibilitam que pequenas propriedades produtoras, antes desvalorizadas, se tornem áreas de grande crescimento econômico, social e tecnológico. Uma cadeia evolutiva se cria a partir da especialização destes produtos e sua distinção e reconhecimento como indicações geográficas.

Todas essas medidas e o marketing obtido através do reconhecimento destas regiões como indicações geográficas, fazem com que a região, os produtores e seus produtos se tornem conhecidos pelo público consumidor e ganhem sua credibilidade e fidelidade. A boa

reputação faz com que os produtos sejam mais procurados e que o valor destes produtos seja elevado, por conta da sua originalidade, peculiaridades e exclusividades.

É nesse ponto que a proteção e controle destes signos atendem ao desenvolvimento tecnológico e econômico do país. As indicações geográficas e seu mecanismo de proteção e controle devem possibilitar e assegurar o desenvolvimento econômico, social e tecnológico das regiões protegidas.

Esse progresso econômico e tecnológico proporcionado pelas indicações geográficas se verifica em vários campos. Vários setores destas regiões são beneficiados com este crescimento, o turismo aumenta, pois os consumidores se interessam em conhecer a região, os locais e o processo de fabricação dos produtos.

A proteção dos produtos pelas indicações geográficas proporciona o aquecimento do comércio local, a qualidade de vida melhora, pois existem mais recursos para investir em infra-estrutura, como saneamento básico, moradia e saúde. Esta região ganha uma identidade. Investimentos para aprimorar as técnicas de cultivos e produção são feitos e o controle para manter a qualidade dos produtos e sua originalidade é possível através da organização dos produtores locais.

A mobilização e união dos produtores locais lhes possibilitam vantagens, benefícios, incentivos e principalmente investimentos do governo para ajudar à alavancar econômica e tecnologicamente essas regiões.

Os pequenos produtores possuem mais recursos para modernizar as suas propriedades, seus locais de produção e entrar no mercado, vendendo seus produtos para todo país e exportando para outros países, competindo de forma indireta e diferenciada com as agro-indústrias, mas definitivamente se inseridos no mercado.

Com a organização dos produtores em cooperativas, fica mais fácil a obtenção de incentivos fiscais concedidos pelo governo para o desenvolvimento dessa pequena região, como isenção de impostos. Todas essas melhorias econômicas podem e devem ser proporcionadas através do reconhecimento destas regiões como indicações geográficas.

O desenvolvimento tecnológico se verifica na melhoria dos métodos de produção com a sua sofisticação e com o treinamento técnico dos produtores e seus empregados, para que estes possam atender os requisitos de proteção e controle das indicações geográficas. O desenvolvimento tecnológico caracteriza-se igualmente pela criação de centros de pesquisas e aprimoramentos locais, patrocinados pelo governo e outras entidades.

A Constituição determina, em seus artigos 218 e 219 <sup>161</sup>, que o Estado promova e incentive o desenvolvimento tecnológico voltado preponderantemente para a solução dos problemas brasileiros e para o desenvolvimento do sistema produtivo nacional e regional. O artigo 218 permite que os Estados e o Distrito Federal vinculem uma parcela da sua receita orçamentária às entidades públicas de fomento ao ensino e à pesquisa científica e tecnológica.

Isso significa que com o desenvolvimento e progresso das pequenas regiões, através das indicações geográficas, em conjunto com outras medidas visando também o crescimen-

---

<sup>161</sup> Art. 218. O Estado promoverá e incentivará o desenvolvimento científico, a pesquisa e a capacitação tecnológicas. § 1º - A pesquisa científica básica receberá tratamento prioritário do Estado, tendo em vista o bem público e o progresso das ciências. § 2º - A pesquisa tecnológica voltar-se-á preponderantemente para a solução dos problemas brasileiros e para o desenvolvimento do sistema produtivo nacional e regional. § 3º - O Estado apoiará a formação de recursos humanos nas áreas de ciência, pesquisa e tecnologia, e concederá aos que delas se ocupem meios e condições especiais de trabalho. § 4º - A lei apoiará e estimulará as empresas que invistam em pesquisa, criação de tecnologia adequada ao País, formação e aperfeiçoamento de seus recursos humanos e que pratiquem sistemas de remuneração que assegurem ao empregado, desvinculada do salário, participação nos ganhos econômicos resultantes da produtividade de seu trabalho. § 5º - É facultado aos Estados e ao Distrito Federal vincular parcela de sua receita orçamentária a entidades públicas de fomento ao ensino e à pesquisa científica e tecnológica.

Art. 219. O mercado interno integra o patrimônio nacional e será incentivado de modo a viabilizar o desenvolvimento cultural e sócio-econômico, o bem-estar da população e a autonomia tecnológica do País, nos termos de lei federal. Grifo nosso



to econômico, social e tecnológico destas áreas e, com a organização dos produtores e investidores locais em associações, que fiscalizem, viabilizem e lutem por este desenvolvimento, é possível criar parcerias com o governo, com as instituições de ensino e com instituições não governamentais.

Essas parcerias poderão viabilizar a criação de centros de pesquisa, desenvolvimento e aprimoramento dos produtos da região. As associações terão mais poder de negociação com o governo, sugerindo projetos de leis, que criem incentivos fiscais e que incentive as inovações tecnológicas, que proporcionem vantagens para que estes produtos possam competir no mercado.

No Brasil, já verificamos movimentações dos pequenos setores produtivos. Estão em fase de implantação e desenvolvimento os arranjos produtivos locais – APLs<sup>162</sup> e o governo, pressionado pelos pequenos produtores e organizações militantes pelo desenvolvimento das pequenas regiões produtoras, aprimorou as leis que incentivam a inovação tecnológica<sup>163</sup> e as leis de incentivos fiscais<sup>164</sup>, que facilitam empréstimos e financiamentos para as pequenas propriedades produtoras, proporcionam isenções de impostos, dentre outros benefícios .

---

<sup>162</sup> Informações sobre as APLs podem ser obtidas no site do SEBRAE, disponível em: <http://www.sebrae.com.br/br/cooperecrescer/arranjosprodutivoslocais.asp>. Acesso em 1 de março de 2006.

<sup>163</sup> Lei mais recente é a 10.973 de 2004. Mais informações sobre essa lei e seus benefícios para a propriedade intelectual nos textos de Denis Borges Barbosa : *Incentivos fiscais no contexto d aLei Federal de Inovação; A subvenção econômica como estímulo à empresas na Lei de Inovação; Inovação Tecnológica e Propriedade Industrial*. Disponível em <http://denisbarbosa.addr.com/novidades.htm>. Acesso em 01 de março de 2006

<sup>164</sup> Pela definição de Denis Borges Barbosa, incentivos fiscais, na modalidade de renúncia, são instrumentos de estímulo à inovação especialmente eficazes para a atividade econômica: só quem tem imposto, taxa ou contribuição a pagar pode se reputar favorecido se o Estado opta por não fazer recolher os seus direitos. Para mais informações sobre incentivos fiscais vide texto deste autor: *Incentivos fiscais no contexto da Lei Federal de Inovação* e Incentivos fiscais à inovação Disponível em <http://denisbarbosa.addr.com/novidades.htm> Acesso em 01 de março de 2006.

### 3.4.4 - O interesse público das indicações geográficas no que diz respeito à preservação do patrimônio cultural de um país ou uma região.

A proteção da nossa cultura, do patrimônio cultural do país é garantia constitucional prevista nos artigos 215 e 216<sup>165</sup> da Carta Maior. Por estes artigos, o patrimônio cultural brasileiro será protegido e valorizado através de leis específicas e o acesso a esse patrimônio pela população brasileira será garantido. É responsabilidade do governo garantir sua proteção e acesso.

Os modos de *criar, fazer e viver* de um determinado local é considerado patrimônios culturais, previstos no inciso II do artigo 216 e esta lei determina, em seu parágrafo primeiro, que o Poder Público - com a colaboração da comunidade - promoverá e protegerá esse patrimônio cultural brasileiro, por meio de inventários, registros, vigilância, tombamento, desapropriação e de outras formas de acautelamento e preservação.

---

<sup>165</sup> Art. 215. O Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais. § 1º - O Estado protegerá as manifestações das culturas populares, indígenas e afro-brasileiras, e das de outros grupos participantes do processo civilizatório nacional. § 2º - A lei disporá sobre a fixação de datas comemorativas de alta significação para os diferentes segmentos étnicos nacionais. § 3º A lei estabelecerá o Plano Nacional de Cultura, de duração plurianual, visando ao desenvolvimento cultural do País e à integração das ações do poder público que conduzem à: I defesa e valorização do patrimônio cultural brasileiro; II produção, promoção e difusão de bens culturais; III formação de pessoal qualificado para a gestão da cultura em suas múltiplas dimensões; IV democratização do acesso aos bens de cultura; V valorização da diversidade étnica e regional. Art. 216. Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem: I - as formas de expressão; II - os modos de criar, fazer e viver; III - as criações científicas, artísticas e tecnológicas; IV - as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais; V - os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico. § 1º - O Poder Público, com a colaboração da comunidade, promoverá e protegerá o patrimônio cultural brasileiro, por meio de inventários, registros, vigilância, tombamento e desapropriação, e de outras formas de acautelamento e preservação. § 2º - Cabem à administração pública, na forma da lei, a gestão da documentação governamental e as providências para franquear sua consulta a quantos dela necessitem. § 3º - A lei estabelecerá incentivos para a produção e o conhecimento de bens e valores culturais. § 4º - Os danos e ameaças ao patrimônio cultural serão punidos, na forma da lei. § 5º - Ficam tombados todos os documentos e os sítios detentores de reminiscências históricas dos antigos quilombos. § 6º É facultado aos Estados e ao Distrito Federal vincular a fundo estadual de fomento à cultura até cinco décimos por cento de sua receita tributária líquida, para o financiamento de programas e projetos culturais, vedada a aplicação desses recursos no pagamento de: I - despesas com pessoal e encargos sociais; II - serviço da dívida; III - qualquer outra despesa corrente não vinculada diretamente aos investimentos ou ações apoiados. (Grifo nosso)

As indicações geográficas serão uma outra forma de preservação deste patrimônio cultural, uma vez que com a proteção de uma região e dos métodos de cultivo e fabrico dos produtos deste lugar por esse signo distintivo, o patrimônio e a história do local estarão sendo preservados.

Para uma região ser reconhecida como uma indicação geográfica, é necessário que ela siga o modo de produção e cultivo que a tornou conhecida. Para agregar valores históricos e culturais aos produtos, fazendo com que a região em que os mesmos são produzidos se torne uma indicação geográfica, é necessário que esses métodos de cultivo e de fabrico, que esses modos de *criar e fazer*, sejam preservados, que eles não se modifiquem com o tempo, de modo que a cultura e a história agregada àquele produto não se percam.

Através do reconhecimento e da proteção das regiões pelas indicações geográficas é possível valorizar e conservar as características regionais e a cultura de uma região. Os produtos produzidos pelos moradores de certa região, muitas vezes possuem uma tradição e uma história, estes moradores utilizam conhecimentos técnicos de produção passados de geração a geração. Estes produtos regionalizados carregam consigo a bagagem cultural de um povo, sua história. Se as técnicas de cultivo e de produção não forem protegidas, essas técnicas se perderam e com elas parte da cultura e identidade de um povo de determinada região desaparece.

Moisés de Oliveira e Cíntia Reis argumentam que a proteção de uma região e dos produtos nelas produzidos pelas indicações geográficas conserva as características regionais dos produtos e impede que esses produtos ao ultrapassarem os limites dos lugares que foram originados, percam suas características tradicionais e pitorescas. O produto protegido por uma indicação geográfica, não corre o perigo de cair no uso comum. Se isso ocorre, o

produto se perde e se padroniza para atender as necessidades da industrialização em grande escala e as características originais se dissipam dando lugar a um produto comum.<sup>166</sup>

As indicações geográficas, para atender à cláusula finalística constitucional que legitima sua proteção, devem proporcionar a proteção do patrimônio cultural do Brasil, que é um interesse público, social e da coletividade.

### 3.5 - A Função Social das Indicações Geográficas

O artigo 5º XXII da CRFB determina que o direito de propriedade seja garantido, submetido, entretanto, a um requisito. Este requisito encontra-se positivado no inciso XXIII do mesmo artigo e no artigo 170, III da Carta Constitucional, que determina que a propriedade atenda a sua função social.

Conclui-se destes dispositivos constitucionais que o direito a uma propriedade só é garantido constitucionalmente, na proporção em que atenda à sua função social.

Cretella Júnior argumenta que o direito de propriedade, outrora absoluto, está sujeito em nossos dias, a numerosas restrições, fundamentadas no interesse público e também no próprio interesse privado, de tal sorte que o traço nitidamente individualista, de que se revestia, cedeu lugar à concepção bastante diversa, de conteúdo social, mas do âmbito do direito público.<sup>167</sup>

Fábio Konder Comparato ensina que o uso da propriedade deve servir, por igual, ao bem estar da coletividade<sup>168</sup>.

---

<sup>166</sup> WANGHON, Moisés de Oliveira. COSTA, Cíntia Reis. Indicações geográficas como instrumento de proteção do patrimônio cultural imaterial. *Revista da ABPI*. São Paulo: Prêmio Editorial, n.73, nov/dez. 2004, p. 6.

<sup>167</sup> J. CRETILLA JR. Op. Cit, vol. I. São Paulo: RT, 1988, p. 302.

<sup>168</sup> Fábio Konder Comparato *apud* BARBOSA, Denis Borges. Bases Constitucionais da Propriedade Intelectual (2). p. 10-11 Disponível em <http://denisbarbosa.addr.com/novidades.htm>. Acesso em 23 de março de 2006.

Alguns autores, como José Afonso da Silva<sup>169</sup>, entendem que o dispositivo que define e assegura o direito da propriedade industrial está positivado entre os direitos individuais erroneamente e que este dispositivo deveria estar positivado entre as normas de ordem econômica. Entretanto, Denis Borges Barbosa<sup>170</sup> argumenta que uma corrente menos radical entende que os dispositivos sobre propriedade intelectual na Constituição, ainda que de natureza patrimonial, se acham corretamente vinculados ao artigo 5º, mas integralmente submetidos às limitações da propriedade em geral - especialmente a **do uso social** – além das limitações típicas dos bens imateriais.

Este autor também entende que uma possível razão para o direito de propriedade intelectual listar entre os direitos fundamentais seria o estrato moral dos direitos autorais e da propriedade intelectual.<sup>171</sup>

As indicações geográficas, como direito de propriedade que são, devem atender sua função social para que possam garantir sua proteção constitucional.

Uma indicação geográfica cumpre a sua função social quando permite que o seu titular e a sociedade como um todo usufrua plenamente dos benefícios proporcionados por este signo distintivo. Quando as indicações geográficas atendem ao modo em são reguladas, de maneira a produzirem o melhor rendimento em benefício de todos, cumprem a sua função social<sup>172</sup>.

As indicações geográficas, de um modo específico, cumprem sua função social quando atendem às finalidade deste instituto, quais sejam:

---

<sup>169</sup> SILVA, José Afonso. *Curso de direito constitucional positivo*. 8º ed., São Paulo: Malheiros, 1992, p. 251.

<sup>170</sup> BARBOSA, Denis Borges. *Bases Constitucionais da Propriedade Intelectual* (2). p. 10-11 Disponível em <http://denisbarbosa.addr.com/novidades.htm>. Acesso em 23 de março de 2006.

<sup>171</sup> *Ibidem*.

<sup>172</sup> J. CRETILLA JR. Op. Cit. vol VIII. São Paulo: RT, 1988,p. 3966.

- a) distinguir e individualizar produtos de determinada região quanto a sua origem, especificidades e qualidade;
- b) proteger o produtor garantindo a manutenção de seu modo de produção<sup>173</sup> para que seu produto mantenha sempre um padrão de qualidade e que seja original;
- c) proteger o consumidor mantendo-o informado sobre o produto que consome, informando a história daquele produto desde a plantação das matérias primas que compõem o mesmo até a chegada daquele produto às mãos do consumidor, garantindo assim a qualidade e singularidade daquele produto;
- d) desenvolver as pequenas regiões produtoras, de modo a reinserí-las no mercado competitivo, e proporcional o crescimento econômico e tecnológico destas pequenas regiões;
- e) preservar o patrimônio cultural e histórico, preservando a cultura a identidade e o modo de criar, fazer e viver do povo daquela da região protegida por esse signo distintivo.

As indicações geográficas cumprem sua função social de um modo geral, quando os interesses egoísticos e exclusivos inerentes aos direitos de propriedade intelectual<sup>174</sup> e, particularmente a este signo distintivo, não violam, nem suprimem os interesses sociais, ficando estes protegidos. A função social da propriedade positivada no artigo 170, III da CF, caracteriza-se pela a propriedade dos bens de produção<sup>175</sup> inserida como uns dos princípios da ordem econômica nacional.

---

<sup>173</sup> VARELLA, Marcelo Dias e BARROS, Ana Flávia Granja. *Indicações geográficas e arranjos produtivos Locais*. In Propriedade Intelectual e desenvolvimento. São Paulo: Aduaneiras, 2005, p. 361.

<sup>174</sup> BARBOSA, Denis Borges, Op. Cit, p. 11

<sup>175</sup> SILVA, José Afonso. *Curso de direito constitucional positivo*. 8º ed., São Paulo: Malheiros, 1992, p. 691.

A fabricação e comercialização dos produtos fabricados e regiões reconhecidas como indicações geográficas devem proporcionar a dinâmica da sociedade, no sentido de melhorar as situações sociais, econômicas e tecnológicas do país e principalmente da pequena região produtora protegida por esse signo distintivo, como já mencionado e exemplificado no decorrer deste artigo. Essa função social é qualificada e direcionada, por ter cunho desenvolvimentista e visar predominantemente o interesse nacional e sobre tudo, interesse e desenvolvimento local, uma vez que uma das finalidades das indicações geográficas é o desenvolvimento das pequenas regiões produtoras.

## **CAPÍTULO 4 - PANORAMA ATUAL DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS NO BRASIL**

Como amplamente demonstrado no decorrer deste estudo, o Brasil ainda não possui um sistema de proteção de IG eficiente; na verdade, apesar da sua proteção ser constitucional, de ter previsão de sua proteção exclusiva na LPI/96 e ter o seu reconhecimento oficial normatizado pelo regulamento 75/2000 do INPI, há quem diga que este sistema de proteção inexistente e concordamos com esta posição. O Brasil ainda está muito atrás de países como a França no que diz respeito às IG.

Em pesquisa feita no INPI, foi verificado que o povo brasileiro não tem uma cultura de IG. A grande maioria não sabe do que se trata e os que acham que sabem confundem IG com marca de certificação. Os produtores não possuem noção da importância do registro nem possuem recursos suficientes para cumprir as exigências feitas pelo regulamento 75/2000, que como verificamos, no que se refere ao reconhecimento da IP são exigências completamente descabidas.

O Governo, por sua vez, ainda engatinha no suporte técnico que deveria dar aos pequenos produtores no que tange à proteção, divulgação e valorização destes produtos, seja por IG ou por outro instituto mais acessível, como as marcas de certificação.

Como também já foi informado neste trabalho, atualmente o INPI só possui duas IG registradas, a vale dos vinhedos e o Cerrado Mineiro. Sendo que a indicação geográfica Cerrado Mineiro, só foi reconhecida pelos técnicos do INPI há pouquíssimo tempo, mais precisamente no dia 13 de maio de 2005.<sup>176</sup>

---

<sup>176</sup> INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. *Cerrado mineiro é reconhecido como indicação geográfica*. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br>. Acesso em 28 de maio de 2005.



Mais recentemente, alguns produtores têm procurado o INPI e solicitado que o Instituto faça palestras em suas regiões sobre o que é uma IG e como obter reconhecimento destas regiões como indicações geográficas.

Os produtores encontram dificuldades por terem poucos recursos financeiros para o investimento necessário e por não encontrarem apoio técnico do governo para a manutenção da fiscalização e proteção das IG brasileiras.

Essa inércia governamental tem prejudicado os produtos brasileiros passíveis de proteção pela IG. Outros países têm registrado nossas potenciais indicações como marca e algumas vezes para se proteger uma IG ao invés de seguirem o trâmite de registro instituído pelo INPI o governo se vê obrigado a apelar para maneiras diversas e inadequadas formas de proteção das IG como é o caso da cachaça brasileira, que para atender os requisitos para exportação e não ser taxada como Rum teve que ser protegida por decreto 4.072 de 2002.

Outra falha da legislação brasileira é que esta não se harmoniza completamente com a proteção básica que o TRIPS determina.

O fato dos artigos 177 e 178 só permitirem que se registre como IG o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território vai contra o disposto no artigo 22 do TRIPS que permite que IG também designe nome que não seja geográfico.

Outra desarmonia se vê no artigo 193 do CPI que dá menos proteção do que o artigo 23 do TRIPS no que se refere a vinhos e bebidas espirituosas, como já mencionado na presente monografia.

O INPI e a ABPI estão trabalhando em uma proposta para um projeto de lei que criará uma legislação completa e específica para as IG. Essas propostas<sup>177</sup> visam criar um ar-

---

<sup>177</sup> Entendemos que para simplificar e viabilizar a proteção das IGs, principalmente das IPs, não é necessário

cabouço jurídico para a proteção das IG como já existe nos países como a França e a Argentina.

Dentre os objetivos do projeto de lei elaborado pelo INPI,<sup>178</sup> está o objetivo de adequar totalmente a legislação brasileira ao TRIPS, concertando as falhas apontadas acima, criar requisitos de registro e medidas de proteção não tão complexas quanto os requisitos utilizados pelos países Europeus, para que o registro não se torne impossível para os produtores nacionais tendo em vista a realidade cultural, social e econômica do país, mas que seja segura o suficiente para garantir a confiança na proteção do instituto pelos demais países.

Segundo o INPI<sup>179</sup>, os dois motivos principais para que o governo brasileiro se interessasse na criação desta lei foram:

- 1 – a necessidade de adequar os produtos brasileiros aos padrões internacionais exigidos para exportação ;
- 2 – o acordo internacional sobre a proteção e controle das IG que vem sendo discutido desde a IV Conferência Ministerial da Organização Mundial do Comércio (OMC), realizada em Doha.

---

a espera de uma lei específica. A própria mudança do ato normativo 075/2000, pelo INPI, no sentido de adequar suas exigências para o reconhecimento oficial das regiões como IPs, harmonizando a mesma com os requisitos mínimos exigidos pelos tratados, pela lei interna e principalmente visando atender às cláusulas finalísticas prevista para a proteção constitucional das IGs já seriam um grande avanço na adequada proteção deste instituto e sua capacidade de abrangência no país.

<sup>178</sup> Informação obtida através de entrevista realizada com funcionários responsáveis pelo Departamento de Indicações Geográficas do INPI em 4 de abril de 2005.

<sup>179</sup> Informação obtida através de entrevista realizada com funcionários responsáveis pelo Departamento de Indicações Geográficas do INPI em 4 de abril de 2005.

Dentre os assuntos discutidos o mais importante pra o Brasil, com possibilidade de sérias conseqüências para o país é a criação do Sistema de Notificação e Registro de Indicações Geográficas para vinhos e destilados.

Na ocasião da conferência de Doha, ficou acertado a criação de um sistema multilateral de proteção e controle das IG, conforme o previsto no artigo 23.4<sup>180</sup> de TRIPS . Em Doha, chegou-se ao consenso de que o sistema de proteção e controle, previsto pelo artigo acima citado se estenderia a outros produtos além de vinhos e destilados.

Existem atualmente três propostas em fase de negociação e aprovação para a criação de um sistema internacional de controle e proteção das IG.

A proposta da Argentina, Austrália, Canadá, Chile, Colômbia, Costa Rica, República Dominicana, Equador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Japão, Nímbia, Nova Zelândia, Filipinas, Taiwan, e Estados Unidos, que defende um sistema não obrigatório e não extensivo de registro, no qual a adesão é voluntária.

A proposta da União Européia, que defende que a adesão a este sistema de proteção e controle deve ser obrigatória em todos os países e que a indicação geográfica de um país membro deve ser reconhecida como tal nos outros países participantes do acordo.

A terceira proposta é feita pela China e por Hong Kong. Guilherme Pederneiras<sup>181</sup> comenta que a sugestão da China e Hong Kong está materializada na forma de um Anexo

---

<sup>180</sup> TRIPS art. 23. 4: Para facilitar a proteção das indicações geográficas para vinhos, realizar-se-ão, no Conselho para TRIPS, negociações relativas ao estabelecimento de um sistema multilateral de notificação e registro de indicações geográficas para vinhos passíveis de proteção nos Membros participantes desse sistema.

<sup>181</sup> JEAGGER, Guilherme Pederneiras. *Indicações Geográficas*. Em [http://www.irbr.gov.br/hongkong/propriedade\\_intelectual.asp](http://www.irbr.gov.br/hongkong/propriedade_intelectual.asp)

ao Acordo TRIPS. Ela idealiza o Sistema como um repertório das indicações geográficas que são ou serão registradas em cada um dos territórios Membros, as quais serão notificadas ao Registro Multilateral, com a finalidade de facilitação da proteção (algo muito próximo à Base de Dados da *joint proposal*, mas com o nome de Registro).

O Brasil, não participou de nenhuma proposta e se mantém distante das negociações, apesar de ser afetado diretamente pela aprovação de qualquer uma das propostas.

Outro acordo, desta vez bilateral, em negociação e o acordo que a EU pressiona para com o Brasil. Dentre os objetos deste acordo consta que o Brasil terá que respeitar as IG da UE, se abstendo de usá-las inclusive como nome traduzido (como queijo parmesão) e deixar de usar em comestíveis o famoso tipo, semelhante, que é permitido pelo TRIPS. A UE se compromete em respeitar as IG do Brasil, ocorre que até agora o Brasil só tem duas IG reconhecidas: a vale dos vinhedos e o Café do Cerrado.

Verifica-se que, com a inexistência de um sistema eficaz de proteção e controle dos produtos brasileiros, seja por IG ou outro instituto, o País fica completamente desprotegido e lesionado com a assinatura de qualquer acordo relativo ao tema.

Urge estabelecer uma forma adequada de proteção das IG existentes no Brasil - que são muitas, como a cerâmica Marajoara, o Capim Dourado do Jalapão, as Rendas de fortaleza, os queijo Canastra de São Roque - Minas Gerais.

Por sua vez, devido às exigências do mercado internacional em relação aos produtos brasileiros os produtores, para adequarem os seus produtos às exigências deste mercado visando a exportação do mesmo por um preço maior, estão buscando juntamente com o governo de seus respectivos Estados e algumas vezes por iniciativa própria, alternativas para conseguir adequar seus produtos e torná-los aptos para obter uma DO.

---

É o caso do Queijo Canastra que, na falta de suporte técnico nacional, está contando com a ajuda de especialistas franceses para orientá-los na adequação de seus produtos às exigências internacionais e principalmente às exigências internas do Instituto Mineiro de Agropecuária que, desde 2002, permitiu a fabricação de produtos com leite cru, com a condição de que os produtos sigam um rigoroso conjunto de exigências fitossanitárias. Desde 1952, a fabricação de produtos com leite cru era proibida pelo Ministério da Agricultura.

O Governo de Minas Gerais fez um convênio com a França e conta com a parceria da Fert - uma associação francesa sem fins lucrativos. A Fert visa oferecer os conhecimentos necessários aos produtores para a adequação às exigências da legislação e a criação de selos de denominação de origem.<sup>182</sup>

#### **4.1 Os Arranjos Produtivos Locais – APLS**

O SEBRAE em parceria com as empresas nacionais e com o governo está desenvolvendo um projeto chamado Arranjos Produtivos Locais – APLs. APLs são aglomerações de empresas localizadas em um mesmo território, que apresentam especialização produtiva e mantêm algum vínculo de articulação, interação, cooperação e aprendizagem entre si e com outros atores locais tais como governo, associações empresariais, instituições de crédito, ensino e pesquisa.<sup>183</sup>

O Governo concede incentivos fiscais às médias e grandes empresas para que elas invistam nas regiões aonde se concentram micro e pequenas empresas que fabricam os mesmos produtos e desejam se desenvolver e se unir para criar um padrão de qualidade

---

<sup>182</sup>BRANDÃO, Fábio. *A luta agora é para exportar queijo Canastra*. O Globo, Caderno de Economia p. 38. Reportagem do dia 3 de abril de 2005.

<sup>183</sup>SEBRAE. *Arranjos produtivos locais*. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/br/cooperecrescer/arranjosprodutivoslocais.asp>. Acesso em 28 de maio de 2005

para estes produtos, visando que as regiões se tornem conhecidas pela qualidade na fabricação daqueles produtos para que conseqüentemente as empresas localizadas naquelas regiões cresçam e que com isso essas regiões se desenvolvam e se tornem auto-sustentáveis.

Com o patrocínio das grandes empresas e com a ajuda e o suporte técnico oferecidos pelo governo, essas regiões irão aperfeiçoar e aumentar a qualidade dos produtos por elas fabricados, implantarão técnicas melhores de produção e fabrico destes produtos criando um padrão de qualidade e aumentando o valor econômico dos mesmos.

O reconhecimento destas regiões como indicações geográficas proporcionará aos produtos dos APLs uma proteção e um controle mais abrangente, estas indicações conferirão aos produtos uma confiabilidade e um histórico detalhado, com isso os produtos produzidos nos APLs gozarão de uma maior confiança dos consumidores, pois estes saberão exatamente o que estarão consumindo e esta confiança se transformará em fidelidade.

Organizados em APLs e utilizando como proteção e marketing dos seus produtos as IG os produtores poderão agregar um maior valor econômico aos produtos, sem que isto signifique em diminuição da venda destes produtos, muito pelo contrário, estes serão cada vez mais procurados, pois são produtos com alto padrão de qualidade. Este padrão de qualidade aumentará também sensivelmente as exportações destes produtos.

O resultado de todo este trabalho se refletirá no desenvolvimento da economia local, na maior geração de renda e empregos e no aumento da qualidade de vida das pessoas que residem nestas regiões.

O projeto de APLs quando colocado em prática gerará uma rede de cooperação e incentivos de vários setores da economia, sociedade e do governo, formando uma verdadeira rede de investimentos e incentivos aonde a IG ou dependendo do caso, as marcas de certifi-

cação ou as marcas coletivas, serão um dos instrumentos de marketing, valorização econômica e de proteção jurídica desses arranjos.

## **4.2 Outras Formas de Proteção Oferecidas pela Lei Nacional**

### 4.2.1 IG e Marcas

Diferentemente da marca, a IG não possui como função distinguir um determinado produto ou serviço, dos produtos ou serviços da mesma espécie. O escopo da IG é distinguir um grupo de produtos ou serviços, pertencentes a uma mesma delimitação geográfica, uma mesma origem, que se diferenciam de outros produtos e serviços da mesma espécie de outras delimitações geográficas por possuírem determinadas características, definida pelo meio geográfico do qual originam, que os singularizam.

Concordamos com a posição de Marcos Fabrício Gonçalves<sup>184</sup>, que entende que subordinar uma IG ao princípio da especialidade e permitir que os produtos e serviços, mesmo que distintos tenham o mesmo signo, é permitir uma forma de usurpação da IG, e a utilização indistinta por outros produtos e serviços de localidades de natureza diversas desta IG é uma forma de se permitir a diluição desse signo distintivo.

Entendemos que, neste caso, existe o aproveitamento parasitário e que este aproveitamento gera concorrência desleal. No caso das IG temos uma posição diferente do que temos no que diz respeito às marcas<sup>185</sup>, pois acreditamos que este aproveitamento parasitário, mesmo sem risco de confusão, é um ilícito de concorrência desleal que deve ser reprimido. O aproveitamento parasitário de uma IG gera danos irreversíveis a mesma, pois, afeta

---

<sup>184</sup> Op. Cit. p. 41.

<sup>185</sup> No que diz respeito às marcas só entendemos que o aproveitamento parasitário gera a concorrência desleal quando existe o induzimento do consumidor à erro e risco de confusão quanto a origem dos produtos e serviços.

suas principais características, que são distinguir a origem de determinado produto ou serviço que se tornou conhecido em uma região e, no caso das DO, afeta o elo de confiança e qualidade que este signo gera no consumidor.

É de vital importância ressaltar que existem outras formas de proteção dos produtos nacionais além das IG. A proteção pelo instituto da Indicação Geográfica muitas vezes é o mais adequado para a proteção dos produtos nacionais, devido a todas as características e vantagens descritas na presente pesquisa.

Entretanto, levando em conta a realidade brasileira no que diz respeito a esta matéria, verifica-se que o país ainda engatinha na correta proteção por este instituto. O país ainda não possui legislação específica sobre IG, a regulamentação do INPI é complexa e o próprio órgão não possui capacidade para examinar de forma adequada os pedidos de proteção que são protocolizados.

Em pesquisa realizada no órgão, ficou constatado que este não possui ainda estrutura ou capacidade para promover o reconhecimento das IG. Sem falar nos produtores, que em sua grande maioria não possuem capacidade técnica ou financeira para organizar cooperativas que possam fiscalizar o cumprimento das exigências contidas constantes do ato normativo do INPI.

O Governo, por seu lado, não dá continuidade nas políticas que criam para incentivar técnica e financeiramente os produtores.

Por esse panorama visualiza-se que, para proteger as riquezas nacionais da apropriação indevida pelos países estrangeiros, devem-se buscar, também, formas alternativas de proteção, formas que já existam na legislação pátria.



Existem institutos, com previsão legal, mais conhecidos tanto pelo INPI, quanto pelos produtores brasileiros, que podem cumprir o papel de proteger os produtos brasileiros de forma rápida e eficaz, garantindo ao mesmo tempo qualidade e diferenciando os produtos, possibilitando que estes também agreguem valor econômico e se tornem competitivos. Uma vez que para a proteção de um produto por estes institutos não se fazem necessários os cumprimentos de tantas exigências, simplificando e barateando conseqüentemente a proteção das riquezas nacionais.

Os institutos nacionais alternativos de proteção, distinção, marketing de produtos e indicação de origem, que - assim como as IG -, podem proteger os produtos brasileiros, de forma que a proporcionar a maioria dos benefícios proporcionados pelas IG e citado no presente trabalho, são a marca coletiva e a marca de certificação.

A seguir faremos uma breve análise da marca de certificação, por consideramos este um instituto muito promissor e viável na proteção e valorização dos produtos nacionais.

#### 4.2.1.1 – a marca de certificação

A proteção de um produto pela marca de certificação é uma alternativa de proteção dos produtos brasileiros positivada no artigo 148 da Lei 9279/96. A definição deste instituto encontra-se positivado na LPI em seu artigo 123, II, que define marca de certificação como *“aquela usada para atestar a conformidade de um produto ou serviço com determinadas normas ou especificações técnicas, notadamente, quanto à qualidade, natureza, matéria, utilizado e metodologia empregada.”* No Brasil as marcas de certificação são concedidas pelo INPI

O instituto foi uma inovação da LPI, mas em outros países como a Austrália, Estados Unidos, Inglaterra, Quênia e Suíça a proteção à marca de certificação já é conferida há muito tempo.<sup>186</sup>

Nos Estados Unidos as indicações geográficas são protegidas por marcas de certificação, como a “NAPA VALEY RESERVE”, para vinhos e vinhos espumantes<sup>187</sup> e REAL CALIFORNIA CHEESE, para queijos. O reconhecimento como indicação geográfica é concedido desde que seja comprovado que a indicação geográfica vem sendo utilizada como marca de certificação para indicar a origem dos produtos. Outros requisitos não são exigidos para o registro. Nos EUA a proteção das IG está assegurada dentre outras formas pelos princípios que reprimem a concorrência desleal.<sup>188</sup>

Os Estados Unidos conseguiram adequar a sua realidade e promover uma proteção razoável e adequada para a suas IG.

O documentário “MONDOVINO”<sup>189</sup>, demonstra o motivo das IG americanas serem protegidas primeiramente como marca de certificação.

As regiões vinícolas são grandes latifúndios, a produção dos vinhos passa por evoluído processo industrial e é produzido em larga escala. Estas características, à princípio não se encaixam nas exigências e escopos das IG. Entretanto, algumas regiões dos EUA conseguiram comprovar que são capazes de produzir vinhos em larga escala e mesmo as-

<sup>186</sup> Siemens Bigler & Ipanema Moreira. *Comentários à lei de propriedade industrial e correlatos*. Rio de Janeiro, São Paulo:Renovar, 2005, p. 299.

<sup>187</sup> Esta indicação geográfica, juntamente com a indicação geográfica VALE DOS VINHEDOS, do Brasil, foram,,em fevereiro de 2007, as primeiras indicações geográficas estrangeiras reconhecidas pela União Europeia. Este reconhecimento representa uma grande avanço e incentivo para a proteção das indicações geográficas do país e como conseqüência, valorizou enormemente os vinhos do Vale dos Vinhedos que são exportados em sua maioria para a Europa, mas estão começando a circular pelo mundo inteiro.

<sup>188</sup> BORBA, Ana Lúcia de Souza. Estudio de las indicaciones geográficas BORDA, Ana Lucía. Estudio de las Indicaciones Geográficas, Marcas de Certificación y las Marcas Colectivas – su protección en Brasil e importancia en el contexto internacional, p. 25 Disponível em: [http://www.dannemann.com.br/files/ASB\\_Indicaciones\\_Geograficas.pdf](http://www.dannemann.com.br/files/ASB_Indicaciones_Geograficas.pdf) - Acesso em 10/02/2007..

<sup>189</sup> Distribuído pela Lumière. Filme de 2004, dirigido por Jonathan Nossiter, maiores informações no site: <http://adorocinema.cidadeinternet.com.br/filmes/mondovino/mondovino.htm>. Acesso em 22/02/2007.

sim manter padrões de qualidade e outras características que poderiam vir a se encaixar, pelo menos no escopo de proteção de uma indicação de procedência.

Os Estados Unidos começam protegendo seus produtos através da marca de certificação e depois evoluem para o reconhecimento da região com o IG, caso fique comprovado que a indicação geográfica vem sendo utilizada como marca de certificação para indicar a origem do produto e não somente para certificar padrões de produção, conformidade etc.

A marca de certificação visa atestar a conformidade de determinado produto ou serviço, com especificações particulares, exigidas ou estabelecidas por uma entidade, como uma cooperativa de produtores ou uma associação. Esta certificação serve como uma garantia de padrão e qualidade do produto. Requisitos mínimos de qualidade, de informações, de técnicas utilizadas no cultivo e na fabricação dos produtos, que são exigidos aos produtores, para que os mesmos consigam que a entidade titular da marca de certificação lhes permitam identificar seus produtos com aquela marca de certificação<sup>190</sup>.

As diferenças e as vantagens da marca de certificação se encontram na não vinculação desta marca à requisitos como origem comum, notoriedade dos produtos ou características naturais e humanas de uma região. Essa desvinculação facilita a proteção de produtos de lugares ainda não conhecidos e de uma forma mais simples da proteção conferida pelas IG.

Nos casos das APLs por exemplo, regiões produtoras ainda não conhecidas, mas muito promissoras na fabricação de determinados produtos poderiam ter os mesmos protegidos, diferenciados, valorizados e divulgados pela marca de certificação.

Associações regionais poderiam ser criadas com a ajuda dos produtores daquela região e de empresários e entidades interessadas no desenvolvimento daquele local. Essas

---

<sup>190</sup> Siemens Bigler & Ipanema Moreira. *Comentários à lei de propriedade industrial e correlatos*. Rio de Janeiro, São Paulo:Renovar, 2005, p. 299.

associações poderiam pleitear a marca certificada do produto oriundo daquela região e concederem aos produtores locais, caso estes se enquadrasse nas exigências mínimas de qualidade e fabricação para a certificação daqueles produtos. Seria uma alternativa para as regiões ainda desconhecidas.

Regiões ainda despreparadas para uma proteção mais complexa, poderiam optar pela proteção primária da marca coletiva, que só exige que os titulares das marcas sejam de uma mesma entidade, que produzam um mesmo produto ou prestem um mesmo serviço.

As características jurídicas da marca de certificação diferem das das IG por vários aspectos. Em primeiro lugar, ao contrário das IG, tais marcas não pertencem a uma coletividade e sim à uma entidade, organização, associação, que controla os produtos ou serviços e estabelece normas de fabricação e padrões de qualidade.<sup>191</sup>

A marca de certificação, como conclui Alberto de Almeida<sup>192</sup> é

“um sinal apostado pelo seu proprietário, ou com a autorização deste, em produtos e serviços de outras pessoas (potencialmente, muitas), competindo-lhe controlar e certificar esses produtos ou serviços, quanto a sua origem, qualidade, matéria, modo de fabrico, ou outras características.”

Este autor também ressalta que a marca de certificação também desempenha a função derivada de concentração de clientela, quando aplicada em conjunto com a marca de produto e serviço dos produtores de uma mesma região ou de regiões distintas.<sup>193</sup>

A marca de certificação também é um instrumento eficaz para a criação de um vínculo de confiança e preferência entre o consumidor e determinado produto ou serviço, entre vários produtos ou serviços do mesmo tipo. Isso é possível uma vez que os consumidores encontrarão no produto com a certificação a garantia de qualidade e todas as informações que precisam sobre o produto.

---

<sup>191</sup> ALMEIDA, op. cit. P 350-360.

<sup>192</sup> Ibidem p. 364.

<sup>193</sup> Ibidem p 365.

Caso os consumidores se sintam lesados com algum produto que não corresponda ao que lhe foi certificado, este consumidor poderá cobrar do certificador os prejuízos sofridos.

## CONCLUSÃO

Seria adequada para o Brasil a criação de um sistema de proteção e controle das indicações geográficas de forma progressiva. Utilizado, inclusive em certos casos a proteção dos produtos por meio das marcas coletivas e de certificação, conforme o caso.

O Brasil não possui nem cultura nem recursos e nem interesse governamental, suficiente para implantar e utilizar um sistema de proteção das IG. nos moldes franceses em que os produtores se reúnem em cooperativas, estas cooperativas criam o regulamento para a adequação das IG, as cooperativas levam o regulamento ao conhecimento e aprovação de uma secretaria especializada neste assunto ligada à um ministério do governo, no caso da França o INAO, e através de decreto o governo concede ao produto o selo com a proteção da DOC.

Por outro lado, o Brasil está percebendo a importância que a adequada proteção das IG brasileiras representam econômica e politicamente para o país, pois este possui inúmeros produtos passíveis de proteção por IG, extremamente cobiçados no exterior e que precisam de uma proteção, seja por que instituto for. Alia-se a isso a necessidade de incentivo aos pequenos produtores necessitam sobreviver nas pequenas comunidades do interior do país. A alternativa viável é tornarem seus produtos mais rentáveis utilizando marketing e outros instrumentos que diferenciem seu trabalho, já que não possuem capacidade produtiva em grande escala para competir com as grandes empresas .

Existe interesse destes produtores em melhorar suas técnicas para crescer economicamente, o que falta para estes produtores é o acesso ao conhecimento, esses produtores precisam aprender como melhorar a qualidade de seus produtos para crescerem economi-

camente. É dever dos governantes e das empresas mais desenvolvidas proporcionarem oportunidade de conhecimento de novas maneiras de agregarem maior valor econômico aos seus produtos.

O ato normativo 075/2000 do INPI, da forma que hoje está redigido e é aplicado, é inconstitucional, pois não atende ao preceituado no artigo 5º XXIX da Constituição Brasileira. Além deste atos conter vícios administrativos que podem ser sanados pelo Próprio INPI.

A constituição parte dos direitos fundamentais dos cidadãos preceitua que a garantia da propriedade dos signos distintivos será assegurada constitucionalmente desde que esta propriedade atenda ao interesse social, e o desenvolvimento tecnológico e econômico do país.

O ato normativo do INPI, no que diz respeito à IP não está em harmonia com o que determina a Constituição nem com o que determina a LPI em seu artigo 2º. O processo e as exigências para reconhecimento legal de uma IP deve ser simplificado para que se torne acessível e adequado à realidades dos produtores nacionais, e visando sempre o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do país. Da forma em que se encontra redigido e por suas exigências não atende às exigências das cláusulas finalísticas constitucionais, pois o que deveria ocorrer: a proteção do maior números de IG brasileiras que atendam o requisito mínimo disposto no artigo 177 da LPI, ou seja o conhecimento da região como centro de extração, produção e fabricação de produtos ou prestação de serviços não está ocorrendo. Este ato exige mais requisitos e formalidades que a própria lei exige e a consequência disto é que a finalidade para o qual ele foi criado não está sendo atingida, ou seja o reconhecimento legal das IG brasileiras. Não estamos defendendo a banalização do

instituto, mas sim a cobrança dos padrões mínimos de requisitos, previsto e definido na LPI para que este instituto continue confiável e respeitável, mas de forma adequada e sempre levando em conta o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do país.

Para um reconhecimento mais rígido existe a espécie da DO. Para o reconhecimento da DO deve ser exigido qualidade, singularidade e controle constante para a manutenção dos padrões estabelecidos por Lei.

As exigências feitas pelo INPI para o reconhecimento da IP *Vale dos Vinhedos e Café do Cerrado* foram muito além do que a Lei exige para o reconhecimento de uma IP. Este alto nível de exigência cria barreiras que impedem que a coletividade de fabricantes de outros produtos consiga o reconhecimento das regiões aonde os produtos são fabricados, produzidos ou extraídos por IP, por ser o procedimento administrativo para este reconhecimento oficial muito caro e complexo, **sem necessidade**.

Pode-se concluir neste estudo que o sistema jurídico de proteção ao nome geográfico apresenta diferentes níveis de proteção, o que possibilita aos países adequarem a proteção dos seus nomes geográficos à indicação geográfica cujas exigências e benefícios se harmonizem com a condição econômico-cultural do país.

O nome geográfico pode ser protegido desde a proteção mais simples concedida, que é a indicação de proveniência - que protege contra o crime de concorrência desleal e para os fins de proteção aduaneira - até a denominação de origem controlada e a protegida - que requer um nível de exigência altíssima, onde o histórico de um produto é descrito ao extremo, a proteção para a consumidor é garantida pelo governo e o lucro deste produto para quem produz é excelente. A partir da proteção dos nomes geográficos como IG os titulares deste direito passam a ter o direito ao uso exclusivo deste nome, o que não ocorre com as simples indicações de proveniência.



Não esquecendo também a possibilidade de uma proteção inicial por marca coletiva ou de certificação, até estas regiões e seus produtores chegarem a um desenvolvimento cultural, econômico e tecnológico, compatível com as exigências feitas para o reconhecimento destas regiões como IG.

Sabemos que o artigo 124, IX proíbe o registro como marca de indicação geográfica, sua imitação ou sinal que possa falsamente induzir indicação geográfica, mas não encontramos em nossa legislação nada que impeça que uma coletividade proteja seus produtos como marcas de certificação ou coletiva, com o intuito de indicar a verdadeira origem dos produtos e com vista a um possível reconhecimento como IG. Ao contrário, o artigo 181 da LPI afirma que o nome geográfico que não constitua indicação de procedência ou denominação de origem poderá servir de elemento característico d marca para produto ou serviço **desde que não induza a falsa procedência**. Desta forma, estes produtos estariam protegidos contra apropriação indevida, principalmente por outros países como o correu no caso do Cupuaçu e da Cachaça.

Como demonstramos neste estudo esta tática é adotada de forma um pouca diferenciada pelos EUA, de forma a atender os interesses e realiade daquela nação

Outra vantagem de produtos nacionais possuírem alguma proteção que indique a origem, mesmo que a forma de proteção não seja a ideal ou adequada, é a maior possibilidade de a proteção e respeito destes produtos frente aos interesses internacionais, seja através da imposição de acordos ou por meios diversos.

Levando em conta tudo o que foi exposto acima, conclui-se que o Brasil através de um legislação específica, apoio governamental, trabalhos para conscientização dos produtores e dos consumidores, e auxílio destes, pode criar um sistema de proteção e fiscalização das suas indicações geográficas que se adequem com a realidade nacional.

Desta forma o Brasil estaria dando tempo para superar suas dificuldades sem perder a posse e a propriedade de suas indicações geográficas, fonte de imensa riqueza nacional

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Alberto Francisco Ribeiro. *Denominação de origem e marca*. Coimbra: Coimbra, 1999.

ASCENSÃO, José de Oliveira. *Direito Comercial II*. Lisboa: Faculdade de Direito de Lisboa, 1988.

BARBOSA, Denis Borges. *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.

\_\_\_\_\_. *Propriedade intelectual no âmbito do MERCOSUL*. Disponível em <http://www.denisbarbosa.addr.com/pimercosul.doc>. Acesso em 31 de maio de 2005.

\_\_\_\_\_. *Bases Constitucionais da Propriedade Intelectual*. p.25-29. Disponível em <http://denisbarbosa.addr.com/bases2.pdf>. Acesso em 18/02/2007.

BARROS, Ana Flávia Granja & VARELLA, Marcelo Dias. *Indicações geográficas e arranjos produtivos locais*, São Paulo, 2002.

BASSO, Maristela. *O Direito internacional da propriedade intelectual*. Porto Alegre: Livraria do advogado, 2000.

BORDA, Ana Lucía. Estudio de las Indicaciones Geográficas, Marcas de Certificación y las Marcas Colectivas – su protección en Brasil e importancia en el contexto internacional. Disponível em: [http://www.dannemann.com.br/files/ASB\\_Indicaciones\\_Geograficas.pdf](http://www.dannemann.com.br/files/ASB_Indicaciones_Geograficas.pdf) - Acesso em 10/02/2007.

BRANDÃO, Fábio. *A luta agora é para exportar queijo Canastra*. O Globo, Caderno de Economia p. 38. Reportagem do dia 3 de abril de 2005.

BRASIL. Lei n. 9279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. *Presidência da República*, Brasília, DF, 14 de maio de 1996. Disponível em: < <https://www.planalto.gov.br/> > Acesso em 27 novembro 2004.

CARMINATTI, Antonella. A proteção indicações geográficas no TRIPs. *Revista da ABPI*, São Paulo: Prêmio Editorial. n.18, set/out. 1995.

CERQUEIRA, João da Gama. *Tratado da propriedade industrial*: volume II, tomo I, parte II – das marcas e nomes comerciais. Rio de Janeiro: Forense, 1952.

CHADDAD, Fábio, *Denominação de origem controlada: Uma alternativa de adição ao agrobusiness*. Dissertação de mestrado apresentada à Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo. 1996.

CORREA, Carlos. Aperfeiçoando a eficiência econômica e a equidade pela criação de leis de propriedade intelectual. Em *Propriedade Intelectual e desenvolvimento*. São Paulo: Adunear, 2005.

DANNEMAN, Siemens Bigler & Ipanema Moreira. *Comentários à lei de propriedade industrial e correlatos*. Rio de Janeiro, São Paulo:Renovar, 2001.

\_\_\_\_\_. Siemens Bigler & Ipanema Moreira. *Comentários à lei de propriedade industrial e correlatos*. Rio de Janeiro, São Paulo:Renovar, 2005.

DIAFÉRIA, Adriana. *Problemática das invenções envolvendo genes humanos e sua relação com os interesses difusos no âmbito da propriedade industrial*. Tese defendida em 2003. - PUC-SP.

ESPAÑA, Ministerio de agricultura pesca y alimentación. *Aceite de oliva virgenextra de España con denominación de origen*. Espanha,1995.

ESPAÑA, Ministerio de agricultura pesca y alimentación. *Jamones embutidos y salazones con denominación de origen específica*. Espanha,1996.

FRÓES, Carlos Henrique. A Proteção das Indicações Geográficas no Brasil. *Revista da ABPI* n.º 56, Jan/Fev 2002.

GASPARINI, Diógenes. *Direito administrativo*, São Paulo: Saraiva, 1992.

GONÇALVES, Márcio Fabrício Welges, *Indicações Geográficas*. Tese defendida perante a Universidade de Lisboa, 2005

GUIMARÃES, Cláudia Luna. Indicações geográficas no Mercosul. *Revista da ABPI*, São Paulo: Prêmio Editorial, n. 17, jul/ago. 1995.

HANGARD, Daniel. *Symposium on Geographical Indications*. Melbourne – Protection of Trademarks and Geographical Indications in France and in Europe Union , 1995.

INSTITUTION DES APPELLATIONS D'ORIGINE CONTRÔLÉES – INAO. *Historique et genèse de l'appellation d'origine*. Disponível em:< <http://www.inao.gouv.fr/public/home.php>> . Acesso em 15 de maio de 2005.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. *Cerrado mineiro é reconhecido como indicação geográfica*. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br>. Acesso em 28 de maio de 2005.

J. CRETILLA JR. *Comentários à constituição de 1988*, vol VIII . São Paulo: RT, 1988

JEAGGER, Guilherme Pederneiras. *Indicações Geográficas*. Em [http://www.irbr.gov.br/hongkong/propriedade\\_intelectual.asp](http://www.irbr.gov.br/hongkong/propriedade_intelectual.asp). Acesso em 23 de fevereiro de 2006.

KNAAK, Roland, *Der Schutz Von geographischen herkunftsangaben im neuen Gesetz*, 1995.

LUNA, Euri Pereira. *Cafés do Brasil e indicações geográficas*. Disponível em: [www.cofeebreak.com.br/ocafezal.asp?SE=8&ID=99](http://www.cofeebreak.com.br/ocafezal.asp?SE=8&ID=99). Acesso em 16 agosto 2004.

MADRID. Acordo de Madrid, de 14 de abril de 1891. Relativo à repressão às indicações de procedência falsas ou enganosas nas mescladuras. *Organização Mundial da Propriedade Intelectual*, Genebra, 1997. Disponível em: <http://www.wipo.int/clea/docs/es/wo/wo032es.htm>. Acesso em 27 novembro 2004.

MARÇAL JUSTEN. *Curso de direito administrativo*. São Paulo: Saraiva, 2005.

MARROCOS. \_Agreement on trade-related aspects of intellectual property rights de 15 de abril de 1994. *World Trade Organization*. Marrakesh, 1994. Disponível em [http://64.233.179.104/search?q=cache:71gY1xGDOuQJ:www.wto.org/english/tratop\\_e/trips\\_e/t\\_agm0\\_e.htm+trips&hl=pt-BR](http://64.233.179.104/search?q=cache:71gY1xGDOuQJ:www.wto.org/english/tratop_e/trips_e/t_agm0_e.htm+trips&hl=pt-BR) > Acesso em 27 novembro 2004.

MAZZILLI, Hugo Nigro, *Interesses difusos em juízo*, São Paulo: RT, 1994,

MIRANDA, Pontes. *Tratado de direito privado*; Tomo XVI - parte especial. 4ª ed, São Paulo: RT, 1983.

PARAGUAY. ministério da Indústria y Comércio. *Compêndios de leyes, decretos, resoluciones y acuerdos del MERCOSUR relativos a "Regimen de origens"*. Assunción, Paraguay, enero de 1999

PARIS. Convenção de Paris, de 20 de março de 1883. Para a proteção da propriedade industrial. *Organização Mundial da Propriedade Intelectual*, Genebra, 1997. Disponível em: <http://www.wipo.int/clea/docs/es/wo/wo020es.htm>. Acesso em 27 novembro 2004.

POLLAUD-DULIAN, Frédéric. *Droit de la propriété industrielle*. Paris: Montchrestien, 1999.

PORTUGAL, Acordo de Lisboa. de 31 de outubro de 1958. Relativo à proteção das denominações de origem e seu registro internacional. *Organização Mundial da Propriedade Intelectual*, Genebra, 1997. Disponível em: <http://www.wipo.int/clea/docs/es/wo/wo012es.htm>. Acesso em 27 novembro 2004.

RANGNEKAR, Dwijen, *Geographical indications*. France: UNCTAD, 2003.

\_\_\_\_\_. *The socio-economics of geographical indications*. France: UNCTAD, 2004.

SEBRAE. *Arranjos produtivos locais*. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/br/cooperecrescer/arranjosprodutivoslocais.asp>. Acesso em 28 de maio de 2005.

SOARES, José Carlos Tinoco,. *Direito da propriedade industrial*, vol II. Rio de Janeiro: RT, 1982.

TONIETTO, Jorge. *Revista da ABPI nº 08/1993* – XIII Seminário da Propriedade Intelectual.

WANGHON, Moisés de Oliveira & COSTA, Cíntia Reis. Indicações geográficas como instrumento de proteção do patrimônio cultural imaterial . *Revista da ABPI*. São Paulo: Prêmio Editorialn.73 nov/dez. 2004.

ZARUR, Fernando. *O brilho do capim dourado*. Disponível em <http://www.brasiloste.com.br/noticia/1182/jalapao-capim-dourado>. Acesso em 26 março de 2005.

