



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
Instituto de Relações Internacionais

O Regime Internacional das Indicações Geográficas: Um Processo em Desenvolvimento

GABRIELA COELHO DA COSTA

Trabalho de conclusão de curso de Relações Internacionais apresentado para o Instituto de Relações Internacionais da Universidade de Brasília, apresentado como requisito parcial para a obtenção do título de Especialista em Relações Internacionais

Orientador:

PROF. DR. EIITI SATO

BRASÍLIA

2010

FICHA CATALOGRÁFICA

Costa, Gabriela Coelho da

O Regime Internacional das Indicações Geográficas: Um Processo em Desenvolvimento/ Gabriela Coelho da Costa; Orientador: Eiiti Sato – Brasília, 2010.

54 páginas

Trabalho de Conclusão de Curso. Instituto de Relações Internacionais / Universidade de Brasília. Curso de Especialização em Relações Internacionais. 1.Indicação geográfica. 2. Regimes internacionais. 3. Comércio internacional

*Às pessoas mais importantes de minha vida:
meus pais e irmã, que em tudo me apóiam e que são
grandes responsáveis por mais esta vitória.*

AGRADECIMENTOS

Ao meu orientador, o Prof. Dr. Eiiti Sato que, sempre com muita dedicação, atenção e disponibilidade, foi fundamental para o desenvolvimento deste trabalho.

Ao Prof. Luiz Otávio Pimentel – professor de Direito da Propriedade Intelectual da Universidade Federal de Santa Catarina – pela disponibilidade e grande ajuda na pesquisa bibliográfica.

Aos meus pais e a minha irmã pelo apoio incondicional.

Aos amigos e namorado pelo carinho de todos os dias.

RESUMO

O presente trabalho de pesquisa tem como objetivo apresentar o processo em curso de formação de um regime internacional referente às indicações geográficas e apresentar algumas possíveis explicações do porquê os interesses internacionais estão convergindo para esta área. O tema será abordado expondo a importância que ele possui nos dias de hoje, os benefícios trazidos pelo reconhecimento de uma indicação geográfica e como a questão tem sido tratada, tanto em alguns países selecionados quanto em organizações internacionais.

ABSTRACT

The present essay focuses on the process of establishing an international regime of geographical indications for products traded in world markets. The essay also presents some explanations for the phenomenon of increasing convergence of commercial interests to this issue area. The issue will be presented by analyzing the raising importance of the geographical indications nowadays, the benefits deriving from registering geographical indications, and how the issue has been managed in selected countries as well as in international organizations.

LISTA DE SIGLAS

ADPIC: Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio

APROVALE: Associação dos Produtores do Vale dos Vinhedos

DO: Denominação de origem

IG: Indicações Geográficas

INPI : Instituto Nacional de Propriedade Industrial

IP: Indicação de procedência

MAPA: Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento

OMC: Organização Mundial do Comércio

OMPI: Organização Mundial da Propriedade Intelectual

OSC: Órgão de Solução de Controvérsias

SDC: Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo

TRIPS: Trade-related Aspects of Intellectual Property Rights

UFSC: Universidade Federal de Santa Catarina

WIPO: World Intellectual Property Organization

WTO: World Intellectual Organization

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	08
Capítulo I – O DESENVOLVIMENTO DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS	
1. Histórico das indicações geográficas.....	13
2. O regime internacional das indicações geográficas	17
3. As bases normativas das indicações geográficas	19
Capítulo II – A IMPORTÂNCIA DO ESTUDO DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS	
1. Porque estudar as indicações geográficas	23
2. A importância das indicações geográficas e os ganhos advindos do seu reconhecimento	25
<i>A importância das indicações geográficas</i>	25
<i>Os ganhos advindos do reconhecimento</i>	28
<i>Indicação geográfica, meio ambiente e demografia</i>	33
3. Os problemas e riscos do reconhecimento das indicações geográficas ...	34
Capítulo III – AS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS NOS DIAS DE HOJE	
1. As indicações geográficas no Brasil	38
2. As indicações geográficas na OMC	42
CONCLUSÕES	45
REFERÊNCIAS	52

TABELAS

Tabela I – Principais Vantagens das Indicações Geográficas	32
Tabela II – Resumo das Indicações Geográficas Depositadas no Brasil...	41

INTRODUÇÃO

Nesta introdução são apresentados brevemente aspectos gerais da propriedade intelectual e, mais especificamente, das indicações geográficas. Primeiramente, são feitas considerações sobre a parte conceitual do tema que servirá de base para a discussão das razões e circunstâncias que fizeram com que as indicações ganhassem importância na agenda internacional, estando inclusive presente em tratados internacionais formando, ainda que de maneira embrionária, um verdadeiro regime internacional. Por fim, nesta parte introdutória são apontadas as maneiras pelas quais as indicações geográficas podem trazer benefícios a ponto de os governos procurarem protegê-las juridicamente. Na verdade, esta introdução não deixa de ser uma prévia dos assuntos tratados na monografia de forma que, ao longo dos capítulos seguintes, os argumentos possam ser explorados em mais profundidade de forma mais compreensiva.

A indicação geográfica é um dos temas de que trata a temática da propriedade intelectual. Entende-se por propriedade intelectual, de acordo com a *World Intellectual Property Organization* (WIPO), as criações humanas: invenções, trabalhos literários e artísticos, símbolos, nomes, imagens e *designs* utilizados no comércio. Ainda segundo a WIPO a propriedade intelectual pode ser dividida em duas categorias. A primeira delas diz respeito aos trabalhos literários e artísticos, como filmes, músicas, livros, desenhos, fotografias, etc., e é chamada de *Copyright*. Já a segunda categoria, que é a propriedade industrial, está relacionada a *designs*, marcas, patentes, etc. O objeto de estudo desta monografia, que são as indicações geográficas (IG), também está incluído nesta segunda categoria.¹

As indicações geográficas foram ganhando importância ao longo do tempo, pois tratam da associação da produção a um local específico seja de determinados produtos ou na prestação de algum serviço. O aspecto mais importante é que essa associação que garante a origem de um

¹ Disponível em: www.wipo.int

produto, e a qualidade a ele associado, agrega valor. De acordo com o portal no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) ², o fato de um produto ou serviço ser possuidor de uma indicação geográfica, significa que ela o está identificando como sendo originário de um determinado local que deve apresentar alguma característica ou qualidade que lhe é atribuída particularmente tornando-o conhecido por esse motivo.

A propriedade intelectual está entre os temas comerciais de crescente importância na Organização Mundial do Comércio (OMC). A OMC tratou de normatizar o tema com a criação do Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio, mais conhecido por sua sigla em inglês TRIPS. Esse acordo internacional define as indicações geográficas como indicações que identificam um produto como originário do território de um país membro, ou mesmo de uma região ou localidade desse território, quando determinada qualidade, reputação ou outra característica do produto seja essencialmente atribuída à sua origem geográfica. ³ A OMC cita como exemplo alguns produtos que possuem a nomenclatura associada a sua origem: O Champagne, a Tequila e o Roquefort.

As indicações geográficas são classificadas em duas importantes espécies de acordo com a Lei da Propriedade Industrial vigente no Brasil (Lei nº. 9.279/96):

1) INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA (IP): Apontam um local que é conhecido pela produção de determinado produto, ou pela prestação de determinado serviço, que quando lhe é associada a procedência agrega valor a esse produto ou a esse serviço. Entretanto, a produção ou a prestação do serviço não está diretamente relacionada com os fatores naturais ou humanos do local. Pode-se citar como exemplo a região de Franca no Brasil que é conhecida pela produção de sapatos, mas que não depende de nenhum fator específico do território para produzi-lo.

2) DENOMINAÇÕES DE ORIGEM (DO): Estas são as indicações geográficas que são atribuídas a determinados produtos cujas

² Instituto Nacional de Propriedade Industrial. Disponível em: www.inpi.gov.br

³ Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio, Seção 3, artigo 22.

características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico em que são produzidos, devido a fatores naturais, meteorológicos e humanos. Como exemplo tem-se o presunto de Parma que é produzido na região de Parma, na Itália, cidade que reúne características próprias para fazê-lo. Ou seja, no caso da denominação de origem, o local geográfico deve afetar o resultado final do produto ou a prestação do serviço, de forma identificável e mensurável. Esse impacto será objeto de prova quando formulado um pedido de registro enquadrado nesta espécie ante ao INPI, através de estudos técnicos e científicos, constituindo-se em uma prova mais complexa do que a exigida para as Indicações de Procedência.⁴ Percebe-se, então, que quando se trata de denominação de origem não basta que o produto seja proveniente de determinada região, mas que atenda a alguns requisitos de qualidade estabelecidos pelo INPI.

Depois de esclarecidas as diferenças entre as duas espécies de indicação geográfica, percebe-se a diferença entre notoriedade e ligação do produto com seu meio geográfico. A indicação de procedência está fortemente ligada ao aspecto da notoriedade, ou seja, que este produto tenha adquirido reputação e reconhecimento pela sua fabricação ou produção em função das suas qualidades que serão reconhecidas pelos consumidores. Têm-se como exemplos o doce de Pelotas e o vinho do Porto. Não existe um tempo determinado nem um limite geográfico mínimo para que um produto adquira notoriedade, entretanto, a história do reconhecimento pelo público, bem como uma grande dimensão geográfica são de grande importância para a aquisição da indicação de procedência. Com relação à denominação de origem, não é obrigatório que haja notoriedade, mas que o meio geográfico seja o responsável por alguma das características do produto. O que se percebe, então, é que esta denominação se refere à qualidade, a notoriedade pode vir em seguida.

Para solicitar o reconhecimento de uma indicação geográfica junto ao INPI essa indicação precisa estar consagrada pelo seu uso e por um comprovado renome que deve ser consequência das características

⁴ Instituto Nacional de Propriedade Industrial. Disponível em: www.inpi.gov.br

qualitativas do produto, determinadas por dois tipos de fatores: os naturais, cujo papel precisa ser preponderante, como o clima, solo, etc., e os relacionados à interação do homem, cuja influência pode ser de maior ou menor importância.⁵

É importante ressaltar que a lei não restringe o uso do nome de determinado local às indicações geográficas, ou seja, o registro de uma indicação não resulta em direito de propriedade sobre o nome geográfico a partir de então. Esse registro só indica uma identidade de um produto ou serviço. Um exemplo comumente citado é a utilização do nome “Computadores do Piauí” como indicação de procedência geográfica. Este é insuscetível de registro como marca, pois caracteriza a propriedade sobre o nome geográfico. Também não existe grande notoriedade do Estado do Piauí na fabricação desse tipo de equipamento. Já “Computadores Piauí” é uma marca de fantasia registrável. Além disso, também existem outras limitações para as indicações geográficas, como por exemplo, quando o nome houver caído em uso comum, não mais poderá ser objeto de um pedido de indicação. O queijo-prato exemplifica esta situação, pois é fabricado em todo o mundo e não somente na região de Prato na Itália.⁶

As indicações geográficas, como será possível ver durante o trabalho, trazem inúmeros benefícios para os países que as possuem e por isso são um tema cada vez mais presente nos foros internacionais onde se discutem questões de comércio. Entretanto, para que seu aproveitamento seja possível faz-se necessária uma proteção jurídica efetiva tanto dos direitos dos titulares destas indicações, quanto dos direitos dos consumidores. Neste sentido, têm ocorrido negociações multilaterais visando ao estabelecimento de um sistema internacional de registro das indicações. Como estas apresentam potencialidades

⁵ Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), Rio Grande do Sul. Disponível em: www.sebrae-rs.com.br

⁶ BARROS, Carla E. Caldas. *Manual de Direito da Propriedade Intelectual*. Evocati, 2007, p.379-380.

econômicas, parece de grande relevância que o Brasil participe ativamente dessas negociações.⁷

Após esta introdução é possível situar o leitor acerca dos conceitos básicos de propriedade intelectual e indicação geográfica. Além disso, ficam mais claros os temas que serão debatidos ao longo deste trabalho e também como e porque as indicações geográficas apresentam de forma embrionária as características de um regime internacional uma vez que os benefícios por elas trazidos tendem a fortalecer a convergência de interesses.

⁷ LOCATELLI, Liliana. *Indicações geográficas e desenvolvimento econômico*. In: BARRAL, Welber & PIMENTEL, Luiz Otávio (Org.) *Propriedade Intelectual e desenvolvimento*. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2006. p. 235.

CAPÍTULO I

O desenvolvimento das indicações geográficas

1. HISTÓRICO DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS

Uma visão histórica, ainda que de forma resumida, é de grande relevância para este trabalho, uma vez que esclarece a origem das indicações geográficas e de como sua valorização se deu no quadro mais geral das economias nacionais. Neste histórico será abordado não apenas as origens das indicações, mas também os sinais distintivos, as primeiras disputas e o crescente interesse dos governos para o reconhecimento de indicações geográficas e os primeiros movimentos neste sentido dentro do Brasil.

A importância dada à indicação de origem de determinado produto não é uma questão recente, ela é utilizada desde a antiguidade. No século IV a.C., os homens já procuravam produtos de determinadas regiões em função de sua qualidade, como os gregos que prezavam os vinhos de Corinto e de Rodes.⁸ Na Grécia as indicações também foram essenciais para destacar a qualidade do vinho procedente da ilha de Tasso. Na Roma Antiga também os produtos eram distinguidos e os generais recebiam vinhos com as devidas indicações da região de proveniência. O historiador J. J. Benítez relata o seguinte diálogo: “que há nessa jarra? – perguntou de repente o centurião. Graças aos céus, José de Arimatéia se adiantou: - É vinho das bodegas subterrâneas de Gabaon. Sei que o governador Pilatos aprecia.”⁹

As indicações geográficas, na forma como são conhecidas hoje, tiveram seu nascedouro na Europa, mais especificamente na França, quando os produtores de vinho das regiões de Bourgogne e Bordeaux receberam um convite para serem fornecedores oficiais em uma exposição internacional realizada em Paris. Com o intuito de garantir que somente os vinhos originários dessas regiões seriam fornecidos, os produtores classificaram os produtos com os nomes dos respectivos lugares caracterizando, dessa

⁸ BARROS, Carla Eugenia Caldas. *Manual de Direito da Propriedade Intelectual*. Evocati, 2007. p. 378

⁹ BENÍTEZ, J.J. *Cavalo de tróia 1: Jerusalém*. São Paulo: Planeta do Brasil, 2008. p. 268.

forma, as indicações geográficas como requisito associado a um produto, dando-lhe especificidade. Depois disso, outras regiões seguiram os mesmos passos, criando mecanismos para proteger seus vinhos com o intuito de combater as falsificações e dando valor às suas características. A partir de então, foram instituídas normas com o intuito de regulamentar as indicações geográficas, relacionando as particularidades do local com a produção e criando o conceito de Terroir.¹⁰

Essa noção de indicação geográfica surgiu de forma gradativa, quando produtores e consumidores passaram a perceber os sabores ou qualidades peculiares de alguns produtos que provinham de determinados locais. Ou seja, qualidades – nem melhores nem piores, mas típicas, diferenciadas – jamais encontradas em produtos equivalentes feitos em outro local.¹¹

Para diferenciar a origem dos produtos foram criados os sinais distintivos, pois durante muito tempo se confundiu as marcas com as indicações geográficas. As marcas têm seu nascedouro na Idade Média, quando eram utilizadas para distinguir os produtos fabricados por um grêmio de uma cidade em relação ao de outra cidade, tendo em vista que os níveis de qualidade não eram os mesmos para os grêmios das diferentes regiões. Alguns elaboravam produtos de maior qualidade que outros ganhando notoriedade. Esses grêmios possuíam estatutos que detalhavam as fases e operações da produção, fixando as normas que seus associados deveriam cumprir para fabricar os produtos. Como existiam diferenças de produção entre eles, surgiram duas diferentes marcas: a do fabricante e a do grêmio a que este pertencia.¹²

Quando a origem de um produto influi de alguma maneira em seu resultado diferenciando-o dos demais produtos, passa a existir, então, um sinal distintivo. Alguns princípios norteiam esses sinais: o princípio da *disponibilidade*, ou seja, um sinal deve estar disponível para ser apropriado, não se reconhece propriedade sobre um sinal que já pertence à outra

¹⁰ Expressão usada para designar um produto próprio de uma área limitada. BRUCH, Kelly Lissandra. Consultora jurídica do Instituto Brasileiro do Vinho. *Uma breve introdução à implementação das indicações geográficas no Brasil*.

¹¹ PIMENTEL, Luiz Otávio (Org.). *Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio*. Módulo II, indicação geográfica. Brasília: MAPA; Florianópolis: EaD/UFSC, 2009, p. 33.

¹² *Ibidem*, p. 35.

pessoa; o princípio da *anterioridade* diz que o primeiro requerente de um determinado sinal é quem deve ter exclusividade sobre ele; o princípio da *territorialidade* estabelece que alguns direitos sobre sinais devem ser reduzidos a determinado país onde a proteção foi requerida; o princípio da *especialidade* diz que “a exclusividade de um sinal se esgota nas fronteiras do gênero de atividades que ele designa”; por fim, o princípio da *notoriedade* se refere à capacidade do consumidor de reconhecer determinado signo como integrante de uma categoria de produtos.

Na metade do século XIX a Europa, que vivia um período de crescimento econômico e sócio-cultural, pode comprovar que o controle do vinho, sua principal bebida, era assunto de alta relevância. A indicação das regiões de procedência de seus vinhos lhes agregava valor, atribuía reputação e identidade própria e os tornava mais valiosos.¹³ Ao longo do século XX, com a expansão da globalização, tornou-se cada vez mais visível que produtos de maior qualidade começaram a ser oferecidos aos consumidores, estes, por sua vez, foram se tornando mais exigentes na escolha dos produtos a serem consumidos. Em relação a outros produtos, as indicações geográficas também foram importantes como no antigo Egito que adotava a prática de marcar a origem dos ladrilhos e das pedras utilizados para construir as pirâmides.

Muitas das indicações geográficas utilizadas atualmente remontam ao século XIII.¹⁴ Uma das primeiras disputas por indicação geográfica ocorreu quando os espanhóis quiseram rotular seus vinhos com a indicação de Champagne, nome que já era dado aos espumantes produzidos na região de Champagne na França. Depois deste pioneiro litígio, outros vários produtos entraram na lista para obter indicações. Foi o caso da Tequila, reivindicada pelo México, quando os sul-africanos se interessaram em fabricar a bebida, e mais recentemente a disputa pelo Pisco, no Peru.

Os registros históricos mostram que a primeira intervenção estatal para adquirir a proteção de uma indicação geográfica ocorreu em Portugal, no ano de 1756. Os produtores de Vinho do Porto procuraram o Marquês de

¹³ MACHADO, Alexandre. Ex-examinador de marcas do INPI. *As indicações Geográficas*. Artigo disponível em afmachado@leonardos.com.br

¹⁴ UNIÓN EUROPEA. *Por qué son importantes para nosotros las indicaciones geográficas?* 30 de julho de 2003.

Pombal demandando providências uma vez que outros vinhos estavam recebendo a denominação de “Porto”, exatamente porque os produzidos nessa região haviam ganhado notoriedade internacional. Com a falta de confiabilidade gerada, as exportações para a Inglaterra diminuíram e o preço do vinho caiu. As medidas tomadas pelo Marquês de Pombal, como a delimitação da região produtora, a descrição exata do produto e seu registro, já mostravam parte do procedimento necessário para proteger as indicações. Assim, pode-se considerar ter sido esta a primeira denominação de origem formalmente protegida.¹⁵

No Brasil, a primeira indicação geográfica reconhecida foi o Vale dos Vinhedos que obteve do INPI uma indicação de procedência, o que pode ter contribuído significativamente para o desenvolvimento da economia da região. Algumas características peculiares, como a forte colonização européia, as uvas bem selecionadas e a mão-de-obra portadora de tradição familiar, fizeram com que o Vale ganhasse prestígio na produção de vinhos finos de qualidade. O pedido de reconhecimento junto ao INPI foi protocolado em 1997, porém a indicação de procedência foi concedida somente em 2002, com a titularidade da APROVALE (Associação dos Produtores do Vale dos Vinhedos).¹⁶

Percebe-se, então que o tema das indicações geográficas não é recente, ele nos remete ao passado longínquo, porém, ainda assim, é um tema pouco valorizado e estudado. No Brasil a prática é recente, sendo pequeno o número de indicações geográficas solicitadas quando comparadas com a quantidade de produtos que se tem no País com potencial de benefício dessa prerrogativa. Já em outros países, principalmente aqueles onde mais cedo se valorizou a origem dos produtos, pode-se perceber a importância dada aos bens que possuem indicações reconhecidas.

¹⁵ PIMENTEL, Luiz Otávio (Org.). *Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio*. Módulo II, indicação geográfica. Brasília: MAPA; Florianópolis: EaD/UFSC, 2009, p. 36.

¹⁶ LOCATELLI, Liliansa. *Indicações geográficas e desenvolvimento econômico*. In: BARRAL, Welber & PIMENTEL, Luiz Otávio (Org.) *Propriedade Intelectual e desenvolvimento*. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2006. p. 238.

2. O REGIME INTERNACIONAL DE COMÉRCIO E INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS

Este item trata do regime de comércio internacional no âmbito do qual se desenvolvem os mecanismos de proteção de direitos derivados do reconhecimento de que a origem geográfica dos produtos pode agregar valor e certos privilégios. De início vale relembrar o conceito de regime internacional proposto por autores como Stephen Krasner e Robert Keohane e, em seguida, cabe explicar porque as indicações geográficas são incluídas como parte do regime internacional de comércio.

O conceito de regimes internacionais começou a ser utilizado pelos estudiosos de relações internacionais a partir dos anos 1980 e, em um encontro de acadêmicos respeitados da comunidade científica, estabeleceu-se que o conceito de Stephen Krasner¹⁷ seria a principal referência entre os teóricos deste campo.¹⁸

Os regimes são definidos como um conjunto de princípios, normas, regras e procedimentos de tomada de decisão, implícitos ou explícitos, ao redor dos quais as expectativas dos atores convergem em uma dada área das relações internacionais. Os princípios são crenças sobre fatos, causalidades e retitude. As normas são padrões de comportamento definidos em termos de direitos e de obrigações. As regras são prescrições ou proscricções específicas para a ação. Os procedimentos de tomada de decisão são práticas para formular e implementar a ação coletiva.¹⁹

O conceito serve para operacionalizar o fato de que embora persista a condição anárquica no meio internacional há um crescente número de práticas já traduzidas em normas e regras que orientam muitas das ações e comportamentos dos atores no contexto internacional. Além disso, também foi importante para o campo de relações internacionais na medida em que propiciou o estabelecimento de sub-áreas facilitando a construção de análises uma vez que as explicações oferecidas pelas diferentes vertentes

¹⁷ Stephen D. Krasner (1942) é professor de Relações Internacionais na Universidade de Stanford e foi

diretor de planejamento do Departamento de Estado dos Estados Unidos.

¹⁸ ROCHA, Antonio Jorge Ramalho da. *Relações internacionais do Brasil: temas e agendas*, v. 2 / OLIVEIRA, Henrique Altemani e LESSA, Antônio Carlos (Org). – São Paulo: Saraiva, 2006, p. 87.

¹⁹ KRASNER, Stephen. (ed.). *International Regimes*. Ithaca, NY: Cornell University Press, 1983.

teóricas têm dificuldade para explicar fenômenos tão diversos quanto a construção de sistemas internacionais de defesa e a existência de uma entidade como a OMC. O conceito de regimes possui um lado objetivo da realidade, que diz respeito às regras internacionais ou às instituições que organizam as relações internacionais; e um outro lado intersubjetivo, ou seja, que diz respeito à subjetividade inerente a cada agente.²⁰

Robert Keohane²¹ apresenta uma idéia complementar à de Krasner e diz que há um conceito restrito, onde o regime define-se por regras explícitas em geral acordadas por governos em conferências internacionais formais; e um conceito amplo, onde se concentra atenção menos na institucionalização formal e mais nos modelos de comportamento cooperativo da política mundial.²²

Percebe-se que a questão das indicações geográficas é uma das sub-áreas que pode ser analisada à luz do conceito de regimes internacionais. De acordo com o conceito de Krasner, os regimes são um conjunto de padrões de conduta e instituições que, na verdade, tornam menos aleatório o processo de tomada de decisões dos atores internacionais. As indicações geográficas já possuem, como será abordado ao longo do trabalho, base normativa significativa que as regulamenta e as protege. Além disso, as indicações geográficas foram objeto de discussão quando da discussão de acordos internacionais de comércio, notadamente do TRIPS, e continuam participando das agendas de preocupação de diversos países diante de outras Convenções Internacionais. Não apenas o que estabelece a Carta da OMC, mas também os dispositivos constantes nesses acordos devem ser observados pelos países que as ratificaram. Por esse motivo, de acordo com o conceito de Krasner, formam um regime internacional ainda que muitas vezes esse regime se apresente relativamente difuso e nem sempre suficientemente vinculante para fazer com que as decisões dos atores sejam efetivamente convergentes.

²⁰ ROCHA, Antonio Jorge Ramalho da. *Relações internacionais do Brasil: temas e agendas*, v. 2 / OLIVEIRA, Henrique Altemani e LESSA, Antônio Carlos (Org). – São Paulo: Saraiva, 2006, p. 87.

²¹ Robert Keohane (1941) é cientista político e professor de Relações Internacionais na Princeton University.

²² Disponível em: www.portaleducacao.com.br

De qualquer modo, é possível considerar que existe um regime internacional de comércio traduzido no conjunto de normas, regras e instituições que, em larga medida orienta as transações comerciais no mundo de hoje. As indicações geográficas constituem uma pequena fração desse regime, uma vez que afeta um número relativamente pequeno de produtos, mas cria direitos e estabelece exceções e privilégios a seus titulares que, dessa forma, podem mover-se em espaço diferenciado dentro do comércio internacional. Assim, é possível afirmar que as indicações geográficas agregam um novo espaço dentro do espaço mais geral do regime de comércio internacional.

3. AS BASES NORMATIVAS DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS

Neste item serão tratadas as bases normativas do processo de normatização das indicações geográficas, mostrando não apenas sua importância e seu estágio de institucionalização, mas também o fato de que o recurso da indicação geográfica não deve ser confundido com protecionismo. Mesmo sendo um tema ainda pouco abordado e um recurso pouco utilizado como parte da política comercial dos países, as indicações geográficas já possuem sustentação normativa internacional resultante de grandes convenções. Neste item, também serão mostradas as principais diferenças existentes no quadro normativo dos países, a falta de um sistema de registro internacional e o risco das utilizações indevidas das indicações geográficas.

Em diversos países foram adotadas disposições legais com o intuito de disciplinar e proteger as indicações geográficas. Essas disposições têm por finalidade, por um lado, proteger os produtores contra as utilizações abusivas das indicações por parte de produtores cuja competência ainda não foi objeto de teste pelo mercado ou pelos padrões de qualidade dos produtores tradicionais e, por outro lado, também objetiva proteger os consumidores contra o engano que para estes constitui a venda de um produto sem qualidade ou com denominações e rótulos susceptíveis de os induzirem ao erro sobre a qualidade do produto. Entretanto, apesar dos esforços de alguns países para regulamentar esta proteção, o resultado que se tem hoje ainda é limitado, uma vez que continua existindo uma grande

dispersão do uso de nomes geográficos para designar os produtos. Cada país estabelece seu direito segundo as suas necessidades e caracteriza-se por instituições próprias que nem sempre são homogêneas. Por esse motivo, torna-se necessária a tentativa de harmonização internacional do direito sobre os nomes geográficos e seu confronto com os regulamentos nacionais.²³

Com o exame do direito comparado pode-se concluir que a proteção do registro das indicações geográficas vigora em inúmeros ordenamentos jurídicos, no entanto, é o exame das convenções internacionais que permite melhor apreciar o grau de proteção.²⁴ Esta proteção internacional não é recente, três grandes convenções foram criadas com o objetivo de proteger os sinais distintivos e de reprimir as falsas indicações. A primeira convenção de grande importância para as indicações geográficas ocorreu ainda no século XIX, em 1883, sendo ratificada pelo Brasil somente em 1975. A Convenção da União de Paris promete proteger de forma eficaz a propriedade industrial, incluindo as denominações de origem e as indicações de procedência ou de proveniência. Menos de uma década depois da primeira convenção, foi assinado o Acordo de Madri, em 1891, relativo à repressão das falsas indicações de proveniência de mercadorias. Esse acordo também contou com a adesão brasileira, em 1896. Entretanto, foi com o Acordo de Lisboa que um real sistema de amparo às indicações foi estabelecido. Esse acordo teve por objeto assegurar de maneira precisa a proteção de todas as denominações de origem.

A fim de aperfeiçoar esse sistema, foi previsto o registro das denominações de origem junto ao Escritório Internacional para a Proteção da Propriedade Intelectual. Entretanto, tal acordo, apesar de inovar na tutela das indicações geográficas por criar um sistema de registro internacional, perdeu relevância no cenário internacional, considerando que contou somente com 20 países que aderiram a esta normativa. Cumpre ressaltar que todos os acordos internacionais específicos sobre as indicações geográficas foram ratificados por poucos Estados, o que não permitiu uma ampla e adequada

²³ ALMEIDA, Alberto Francisco R. de. *Direito industrial*. Vol. I. Coimbra: Almedina, 2001, p. 8.

²⁴ LOUREIRO, Luiz Guilherme de A.V. *A lei de propriedade industrial comentada*. S. Paulo: LEJUS, 1999, p. 314.

proteção das mesmas. Este problema foi praticamente sanado com o advento do TRIPS. Além de ser ratificado por um grande número de países, o TRIPS prevê um elaborado sistema de solução de controvérsias e a imposição de sanções econômicas o que pode assegurar maior capacidade vinculante.²⁵ No âmbito jurídico brasileiro, a Lei 9.279, sancionada em maio de 1996 pelo então presidente Fernando Henrique Cardoso, regula os direitos e as obrigações relativas à propriedade industrial.

Dentre os institutos mais discutidos atualmente nos foros internacionais de propriedade intelectual estão as indicações geográficas. Sua regulamentação jurídica internacional ainda é incipiente, considerando que em alguns países tais indicações não são sequer protegidas, com a exceção da Europa onde as indicações geográficas são, há muito tempo, apropriadamente defendidas. A principal intenção na proteção jurídica dessas indicações é regulamentar o uso de nomes, ou marcas de produtos, ou serviços, relacionados especificamente à região em que estes são produzidos ou oferecidos, ou ainda à qualidade resultante essencialmente do fato de serem produzidos nessas regiões.²⁶

A utilização indevida das indicações geográficas constitui uma ameaça ao direito de informação do consumidor e também pode proporcionar a eventual prática de concorrência desleal. A utilização indevida da notoriedade de um nome pode prejudicar os reais titulares dos direitos relativos a esse nome, desestimulando investimentos no setor, pois seus titulares não poderão usufruir dos benefícios econômicos das indicações. Cita-se como exemplo o caso do café Antigua, produzido na região de Antigua, na Guatemala. São produzidos, em média, seis milhões de libras de café autêntico por ano, contudo, no mundo todo, vendem-se cerca de cinquenta milhões de libras de café com essa mesma denominação.²⁷

Para que a adoção das indicações geográficas possa gerar retornos econômicos ao país faz-se necessária uma proteção jurídica efetiva. A falta

²⁵ LOUREIRO, Luiz Guilherme de A.V. *A lei de propriedade industrial comentada*. São Paulo: LEJUS, 1999, p. 315-316.

²⁶ LOCATELLI, Liliana. *Indicações geográficas e desenvolvimento econômico*. In: BARRAL, Welber & PIMENTEL, Luiz Otávio (Org.) *Propriedade Intelectual e desenvolvimento*. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2006. p. 235.

²⁷ *Ibidem*, p. 236.

de regulamentação tem levado, inclusive, alguns Estados a legislarem acerca da definição das indicações geográficas, não obstante se trate de matéria de competência da União. Ademais, deve-se observar a falta de compatibilidade do TRIPS com a legislação brasileira no que se refere a questões específicas. A proteção jurídica nacional deve estar ordenada de acordo com um marco jurídico internacional efetivo e compatível.²⁸

A forte proteção das indicações geográficas por alguns países pode vir a mascarar uma intenção verdadeiramente protecionista e este constitui uma preocupação presente tanto entre os responsáveis pela política comercial dos países quanto da administração de entidades como a OMC. Dessa forma, é preciso que o País esteja amparado juridicamente e bem preparado para defender os interesses nacionais nas negociações, tal como fazem outras nações, afastando assim a possibilidade do emprego indevido do recurso das indicações geográficas. É igualmente necessário que o Brasil fomente o processo de reconhecimento de indicações geográficas nacionais, para que possa usufruir dos benefícios de uma proteção mais efetiva no plano internacional. Nesse contexto deve-se, por exemplo, atentar para as negociações no âmbito do Mercosul de maneira que o processo de reconhecimento de indicações brasileiras possa contar com a proteção no âmbito do bloco constituindo, assim, um mercado promissor para os produtos brasileiros com elevado padrão de qualidade.²⁹

Este sub-capítulo serviu para mostrar a importância de se proteger juridicamente as indicações geográficas, não só no âmbito nacional como no internacional e, ao mesmo tempo, a necessidade de se realizar um registro de todos os países interessados no tema. Além disso, também serviu para fornecer uma breve noção de quão diferentes são os estágios de normatização dos vários países e de como alguns problemas advindos do uso indevido das indicações geográficas podem ser encaminhados.

²⁸ Ibidem, p. 240 e 241.

²⁹ Ibidem, p. 248.

CAPÍTULO II

A importância do estudo das indicações geográficas

1. PORQUE ESTUDAR AS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS

Nesta parte do trabalho serão discutidos alguns motivos de se estudar e realizar pesquisas no campo das indicações geográficas. Serão mostrados alguns benefícios, como a individualização do produto que obtém o reconhecimento e sua valorização. Além disso, serão analisados os interesses econômicos tanto de setores diretamente ligados à produção quanto da rede de distribuidores e outros setores indiretamente ligados a produtos protegidos por indicação geográfica. Por fim, serão examinados alguns esforços brasileiros para a valorização das indicações geográficas nacionais de tal forma que possam ser confrontados com os instrumentos utilizados por outros países que se encontram em níveis mais avançados na matéria, como é o caso da França.

Para o Brasil, o tema das indicações geográficas é atual e significativamente estratégico, afinal, com o crescimento das exportações e com as demandas cada vez mais exigentes do consumidor nacional torna-se imprescindível a adoção de ferramentas para ganhar e ampliar os mercados. Como se verá mais adiante, as indicações geográficas muito contribuem para isso, acrescentando um diferencial competitivo a alguns produtos e serviços nacionais. Esse diferencial garante credibilidade ao produto, pois a indicação geográfica obtida só poderá ser utilizada pelos membros da localidade que produzem ou prestam o serviço. Quando um produto obtém uma indicação geográfica, ele tende a ocupar uma posição de destaque tanto no comércio nacional como no internacional, pois a individualização em larga medida representa o reconhecimento da existência de certos atributos de qualidade. Além disso, gera um direito para quem produz, fazendo com que o empresário, seu estabelecimento comercial e seus produtos possam ser diferenciados dos demais.

As indicações geográficas também apresentam interesse econômico para os países de uma forma geral, principalmente para aqueles que

produzem produtos como vinhos, queijos, etc., produtos esses fortemente associados a características próprias de uma região e por isso frequentemente alvos de pedidos de registro de indicações geográficas. Em muitos casos produtos como esses podem representar significativo valor para as economias não apenas por aquilo que agrega diretamente à produção e às exportações, mas também porque ajudam a construir imagens do país que, de muitas maneiras, podem influenciar beneficemente o prestígio de toda a produção nacional. A importância dada às indicações geográficas fica ainda mais relevante não só pelo crescente interesse que os consumidores atribuem à origem do produto como sinônimo de qualidade, mas também pelo desenvolvimento que garante ao comércio internacional.³⁰

De acordo com Luiz Loureiro essa valorização dada pelos consumidores às indicações se justifica na medida em que o produto de determinada região apresenta características de qualidade e de originalidade específicas do meio geográfico onde é produzido.³¹ Além desses importantes fatores, obter uma indicação é de grande interesse para os produtores que ficam motivados para produzir bens originais e de qualidade, o que, provavelmente, se converterá em maiores lucros (na medida em que poderão exigir um preço mais alto e conquistar uma parcela maior de consumidores) e em ganho de espaço no mercado nacional e internacional. Os ganhos obtidos podem beneficiar outros setores indiretamente associados ao produto, ou seja, aqueles que não estão relacionados diretamente com o reconhecimento das indicações geográficas, como o turismo e a gastronomia no caso do exemplo dos queijos e vinhos.

É importante enfatizar que, quando há o uso da indicação geográfica de forma fraudulenta, o ato pode ser caracterizado como crime contra a propriedade industrial sendo susceptível de penalidades semelhantes às aquelas aplicadas no caso de violação de direitos de propriedade intelectual como a fabricação de produtos sem a devida licença ou o uso de marca sem a autorização do legítimo proprietário.

³⁰ ALMEIDA, Alberto Francisco R. de. *Direito Industrial*, Vol. I. Coimbra: Almedina, 2001, p. 6.

³¹ LOUREIRO, Luiz Guilherme de A. V. *A lei de propriedade industrial comentada*. S. Paulo: Lejus, 1999.

As tentativas brasileiras de valorização das indicações geográficas ainda são recentes, ao contrário da França que, em 2005, comemorou o centenário da primeira lei que deu as bases para o próprio conceito e origem destas indicações. Efetivamente, somente algumas regiões brasileiras, como a Serra Gaúcha e o Estado de Minas Gerais, realmente começaram a dar o devido valor ao registro de seus produtos com o intuito de obter indicações geográficas. Apesar de tudo, é possível perceber que o interesse por esse recurso de comercialização é crescente.

Ao final deste capítulo, alguns aspectos adicionais das indicações geográficas serão discutidos e de como sua importância poderá crescer ainda mais para um país como o Brasil, sendo fundamental que se desenvolvam as pesquisas sobre o tema, fornecendo bases mais sólidas e melhor elaboradas para novas iniciativas que poderão resultar em expressivos ganhos econômicos e sociais.

2. A IMPORTÂNCIA DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS E OS GANHOS ADVINDOS DO SEU RECONHECIMENTO

A importância das indicações geográficas

Esta parte do trabalho mostra que a importância das indicações geográficas é crescente no mercado globalizado de hoje, pois os produtos advindos de determinadas regiões passam a ter mais prestígio e penetração nos mercados internacionais. Essencialmente, essas indicações exprimem o reconhecimento de um patrimônio agrícola, gastronômico, artesanal e/ou cultural, fazendo com que esses produtos necessitem de uma proteção especial para garantir espaços nos mercados domésticos dos países. Por esse motivo é que essa proteção voltou a ser alvo de diversas discussões no âmbito mundial, como na OMC e na OMPI (Organização Mundial da Propriedade Intelectual).³² Além de mostrar porque as indicações geográficas são importantes, esta parte da monografia também discute porque se criam regimes internacionais sobre o tema, ou seja, porque é

³² PIMENTEL, Luiz Otávio (Org.). Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio. Módulo II, indicação geográfica. Brasília: MAPA; Florianópolis: EaD/UFSC, 2009, p. 37.

importante incluir a questão das indicações geográficas como parte efetiva das expectativas e do comportamento dos atores internacionais.

De acordo com o manual do *Curso de Propriedade Intelectual e Inovação do Agronegócio*, elaborado em parceria entre o Ministério da Agricultura e da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), alguns dos fatores que propiciaram essa re-atualização do tema das indicações geográficas em âmbito internacional foram: as mudanças na regulação dos mercados; o surgimento de mercados de nichos e as mudanças na percepção dos consumidores em relação aos produtos tradicionais.

As novas formas de regulação dos mercados, tanto no plano nacional como na esfera internacional, surgiram do processo de abertura desses mercados e da conseqüente intensificação da circulação das mercadorias. Esses dois fatores implicaram o surgimento de muitas novas práticas comerciais. Alguns países, por exemplo, se aproveitaram deste momento para registrar produtos oriundos de outras regiões, como o caso do Cupuaçu que foi registrado por uma empresa japonesa, o que impedia os produtores brasileiros de utilizarem seu nome. Esse exemplo sustenta como é importante para os países estabelecerem sistemas de proteção do seu patrimônio.

No que concerne ao surgimento de mercados de nichos pode-se dizer que as indicações geográficas estão inseridas nesse movimento internacional de segmentação dos mercados. De acordo com o manual do *Curso de Propriedade Intelectual*, esse movimento favorece a valorização dos recursos territoriais. Um nicho de mercado é um segmento de mercado cujo público tem necessidades de consumo muito particulares, mas ainda pouco ou nada exploradas por empreendedores. Esse tipo de público, na maioria das vezes, é numericamente pequeno e não desperta o interesse das grandes empresas. Um dos melhores exemplos diz respeito aos restaurantes japoneses que, no Brasil dos anos 90, eram apreciados por um público muito restrito na cidade de São Paulo, mas, com o passar dos anos, teve um considerável aumento no número de pessoas apreciadoras dessa particular culinária por todo o país.³³

³³ Disponível em: www.cafépensante.net

Até agora, o mercado soube responder às demandas evidentes. Chegou a hora de identificar, quantificar e atender às demandas latentes, estratificadas pelos diversos níveis de renda e de necessidades sócio-culturais da população. E, talvez, seja o momento de despertar outros nichos de mercado, multiplicando as oportunidades pelas demandas que podem, ainda, ser induzidas.³⁴

Finalmente, é possível constatar que houve uma mudança no gosto dos consumidores que valorizam e procuram cada vez mais os produtos de origem. Uma das explicações para esta mudança é a degradação da confiança nos produtos alimentícios devido às diversas notícias depreciativas que os atingiram, como a doença da vaca louca; a gripe suína; o estigma que se associou às sementes transgênicas; e o elevado uso de hormônios na pecuária e em outros ramos da produção animal. Como uma reação ao ambiente negativo gerado por essas notícias depreciativas, os consumidores passaram a exigir mais garantias sobre a origem dos produtos que consomem e com isso, deixaram de ser considerados agentes passivos – alguns autores falam de *consum'atores*.³⁵

Em resumo, a noção de que o reconhecimento das indicações geográficas é de grande importância para os produtores, vai se associando cada vez mais com a noção de que seus benefícios se expandem também para um crescente número de outros atores. Isso ocorre na medida em que o prestígio de um produto identificado com a região gera ganhos para atividades e serviços que são complementares de muitas formas: valorizando o patrimônio, diversificando a oferta e aumentando as atividades turísticas. Tem-se como exemplo a Serra Gaúcha, onde a forte competição dos vinhos no mercado nacional levou as vinícolas a investirem no desenvolvimento do turismo local ao redor do vinho e da cultura do imigrante italiano. Assim, progrediram numerosas atividades relacionadas com alojamento (hotéis, pousadas), gastronomia (restaurantes, fabricação artesanal de produtos típicos) e celebrações típicas da imigração italiana.³⁶

³⁴ Disponível em: <http://www.urbansystems.com.br/urbanview/mercado/nichos.php>

³⁵ PIMENTEL, Luiz Otávio (Org.). *Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio*. Módulo II, indicação geográfica. Brasília: MAPA; Florianópolis: EaD/UFSC, 2009, p. 40 e 41.

³⁶ *Ibidem*, p. 48.

Os ganhos advindos da adoção das indicações geográficas

Este sub-item apresenta com um pouco mais de detalhe quem seriam os principais beneficiados com o reconhecimento das indicações geográficas em determinadas regiões. É possível visualizar que esse reconhecimento vai além dos ganhos econômicos e que ainda existem inúmeros produtos com potencial de indicações no País. Serão apresentados alguns resultados mais visíveis derivados de registros de indicações geográficas feitos no Brasil e na União Européia.

Um dos interesses mais imediatos no que diz respeito à proteção jurídica das indicações geográficas é quanto à potencialidade desse instituto como instrumento de desenvolvimento econômico. Fomentar a economia local, tornar os produtos nacionais mais competitivos no mercado internacional e gerar empregos, são apenas alguns dos benefícios econômicos que, potencialmente, o reconhecimento das indicações geográficas pode trazer aos países. Entretanto, de acordo com o atual diretor da OMPI, a propriedade intelectual constitui uma ferramenta de desenvolvimento e criação de riqueza, cujo potencial não tem sido explorado plenamente.

Em países desenvolvidos, a indústria relacionada com a propriedade intelectual, caracterizada hoje como bem de alto valor agregado, vem crescendo continuamente em ritmo mais acelerado do que qualquer outro segmento da economia, gerando aumento da oferta de emprego no setor, valorizando a mão-de-obra empregada, que recebe remuneração muito superior às das demais indústrias.³⁷

Por este motivo, é importante saber quem, exatamente, pode se beneficiar com a efetivação de registros de indicações geográficas. Essas indicações são importantes para vários grupos dentro de um mesmo país. Primeiro, para os próprios produtores, pois conferem um valor adicional a seus produtos. Por exemplo, os queijos franceses que possuem uma indicação geográfica são vendidos com uma bonificação de dois euros (€

³⁷ VALÉRIO, M.A.G. *A propriedade intelectual como fator precipitante do desenvolvimento industrial e o Acordo TRIPS*. Jus Navigandi: 2001. Disponível em: <http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=2611>.

2,00) em seu preço. Segundo, podem ser importantes para o país de uma forma geral através de suas exportações, pois grande parte desses produtos cujos nomes estão protegidos por indicação geográfica é exportada (80% das exportações de bebidas da União Européia levam a indicação geográfica). Em terceiro lugar, as indicações também são importantes para os consumidores que podem ter a garantia de que os produtos adquiridos são autênticos. Isto ficou claro em uma pesquisa feita em 1999 pela União Européia, quando se mostrou que 40% dos consumidores estariam dispostos a pagar um preço maior em até 10% pelos produtos com garantia de origem. Em quarto lugar, as indicações geográficas são importantes para os países exportadores de frutas naturais, essências e princípios ativos para que estes não precisem se preocupar com o fato de as empresas patentear e venderem seus produtos nacionais. Por último, as indicações, se bem reguladas e praticadas, podem ser de grande importância até mesmo para o avanço do comércio como um todo, fomentando a melhoria da qualidade e a competição.³⁸

Pela longa tradição, as indicações geográficas possuem destacada importância entre os países da União Européia. Comparado à Europa, no Brasil a consciência em relação à valorização das indicações geográficas ainda se encontra em estágios iniciais. Apesar de tudo, já existem no País alguns exemplos de sucesso no uso desse recurso como é o caso do Vale dos Vinhedos, no Rio Grande do Sul. A APROVALE conta hoje com 23 vinícolas localizadas no Vale dos Vinhedos, com uma produção que chegou, em 2003, a 7.687.181 litros de vinhos finos. Levaram o selo, contudo, somente 1.983.525 garrafas, isso porque a APROVALE exerce um rigoroso controle de qualidade, o que tem sido uma credencial de confiabilidade nos produtos originários da região. Os impactos na economia da região já são visíveis. Destacam-se a maior aceitação do produto no mercado interno, a geração de empregos, o incremento da renda da população local, e a valorização imobiliária. Algumas vinícolas também tiveram o aumento da credibilidade junto ao mercado externo, elevando seus índices de exportação, como foi o caso, particularmente notável, dos vinhos

³⁸ UNIÓN EUROPEA. *Por qué son importantes para nosotros las indicaciones geográficas?* 30/julho/de 2003. p.1.

espumantes (classe de vinho semelhante ao “champagne” francês). Além disso, é possível verificar o desenvolvimento de atividades indiretas na região, como o aumento do turismo e o crescente interesse pela gastronomia regional.³⁹

Além desse exitoso exemplo do Vale dos Vinhedos, existem outros casos em que indicações geográficas podem, formalmente, se constituir em sucesso como é o caso da “cachaça de Salinas”. Percebe-se que o reconhecimento dessas indicações, além de gerar impactos positivos no cenário nacional, tem também grande importância em âmbito internacional, principalmente no setor econômico. Além do Brasil, outros países em desenvolvimento também buscaram e continuam buscando reconhecer suas indicações. Tem-se como exemplo o México e a Venezuela.

Na Venezuela pode-se citar o Cacau Chuao, que é produzido em solo com características exclusivas e com um clima marcado por um elevado grau de umidade e fortes chuvas, que criaram condições perfeitas de cultivo para este tipo de cacau. A Venezuela tem um mercado garantido na elaboração de chocolates, inclusive os mercados suíços, fato que influenciou e continua a influenciar positiva e significativamente a situação econômica da região. No mesmo sentido a Tequila é uma denominação de origem formalmente reconhecida no México desde 1977. Impulsionado pelo êxito dessa denominação de origem no que tange ao impacto econômico positivo para o país, o México busca o reconhecimento de outras indicações, tal como o mezcal.⁴⁰

No que diz respeito à União Européia, percebe-se que a região possui três objetivos bem definidos com relação às indicações geográficas. O primeiro deles é o estabelecimento de um registro multilateral das indicações geográficas; o segundo objetivo trata da ampliação da proteção das indicações geográficas; e, finalmente, o terceiro objetivo fala da garantia do acesso ao mercado para os produtos que possuam a indicação geográfica. Essa preocupação ocorre pelo grande número de registros de indicações na União Européia (por volta de 4800 indicações geográficas registradas). Por

³⁹ LOCATELLI, Liliansa. *Indicações geográficas e desenvolvimento econômico*. In: BARRAL, Welber & PIMENTEL, Luiz Otávio (Org.) *Propriedade Intelectual e desenvolvimento*. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2006.p. 238.

⁴⁰ *Ibidem*, p. 240.

exemplo, na França, suas 593 indicações geográficas produzem 19 bilhões de euros e representam a atividade de 138.000 empresas agrícolas. Da mesma forma, na Itália, suas 420 indicações geográficas geraram 12 bilhões de euros e dão trabalho a mais ou menos 300.000 pessoas. Percebe-se, então, que as indicações geográficas são fundamentais para as exportações da EU. Com efeito, dos 5,4 bilhões de euros de exportações de bebidas alcoólicas, nada menos do que 3,5 bilhões pertencem àquelas que possuem indicações geográficas.⁴¹

Observa-se assim, a partir de casos concretos, tanto no Brasil como no exterior, que o reconhecimento e a proteção jurídica das indicações geográficas podem efetivamente instrumentalizar o desenvolvimento econômico. Assim, com uma proteção jurídica efetiva e fomentando o processo de reconhecimento de indicações nacionais, por meio de políticas públicas voltadas ao setor, o Brasil poderá se utilizar deste instituto da propriedade intelectual como um hábil instrumento de desenvolvimento econômico, como já o fazem diversos outros países.⁴²

Apesar de gerar ganhos em vários setores, o registro de uma indicação geográfica, por si só, não garante *a priori* um sucesso comercial determinado. A tabela a seguir mostra os principais benefícios obtidos na Europa e em outros países em desenvolvimento. Percebe-se pelo quadro resumido apresentado na tabela que o reconhecimento das indicações geográficas gera inúmeros benefícios que atingem não somente os produtores, mas também os consumidores, exportadores e são de alta relevância para o bom funcionamento do livre comércio. No que diz respeito aos países em desenvolvimento possivelmente os benefícios podem representar ganhos importantes na difusão de produtos típicos e na agregação de valor a produtos exportados em *natura*. Com as informações apresentadas a respeito da experiência da União Européia é possível

⁴¹ UNIÓN EUROPEA. Por qué son importantes para nosotros las indicaciones geográficas? 30 de julho de 2003. p. 2 e 3.

⁴² LOCATELLI, Liliansa. *Indicações geográficas e desenvolvimento econômico*. In: BARRAL, Welber e PIMENTEL, Luiz Otávio (Org.) *Propriedade Intelectual e desenvolvimento*. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2006.p. 240.

perceber que o Brasil ainda possui produtos com grande potencial de reconhecimento de indicação geográfica e que deve aproveitar os benefícios que poderão ser por ele gerados.

Tabela I - Principais Vantagens das Indicações Geográficas
Gera satisfação ao produtor , que vê seus produtos comercializados no mercado com a indicação, valorizando o território e o conhecimento local;
Facilita a presença de produtos típicos no mercado , que sentirão menos concorrência com outros produtores de preço e qualidade inferiores;
Contribui para preservar a diversificação da produção agrícola , e suas particularidades e a personalidade dos produtos, que se constituem num patrimônio de cada região e país;
Aumenta o valor agregado dos produtos , sendo que o ciclo de transformação se dá na própria zona de produção;
Estimula a melhoria qualitativa dos produtos , já que são submetidos a controles de produção e elaboração;
Aumenta a participação no ciclo de comercialização dos produtos e estimula a elevação do seu nível técnico;
Permite ao consumidor identificar perfeitamente o produto nos métodos de produção, fabricação e elaboração do produto, em termos de identidade e de tipicidade da região “ <i>terroir</i> ”;
Melhora e torna mais estável a demanda do produto , pois cria uma confiança do consumidor que, sob a etiqueta da indicação geográfica, espera encontrar um produto de qualidade e com características determinadas;
Estimula investimentos na própria zona de produção (novos plantios, melhorias tecnológicas no campo e na agroindústria);
Melhora a comercialização dos produtos, facilitando o acesso ao mercado através de uma identificação especial (Indicação Geográfica ou Denominação de Origem - DO);
Gera ganhos de confiança junto ao consumidor quanto à autenticidade dos produtos, pela ação dos conselhos reguladores que seriam criados e da autodisciplina que exigem;
Promove produtos típicos;
Facilita o combate à fraude , o contrabando, contrafação e as usurpações;
Favorece as exportações e protege os produtos contra a concorrência desleal externa.

* FONTE: SILVA (2009) ⁴³

⁴³ SILVA (2009), apud PIMENTEL, Luiz Otávio (Org.). *Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio*. Módulo II, indicação geográfica. Brasília: MAPA; Florianópolis: EaD/UFSC, 2009, p. 44

Indicação geográfica, meio-ambiente e demografia

Um aspecto que tem ganhado importância na atualidade são os possíveis efeitos ambientais decorrentes da produção e do consumo dos produtos de qualquer natureza. Nesse aspecto as indicações geográficas podem ser mais um valioso instrumento na melhoria dos padrões de produção e seus efeitos sobre o meio ambiente, bem como auxiliar nos esforços postos na sua preservação. O que se percebe é que, além do indiscutível valor econômico que podem agregar aos produtos, as indicações geográficas também permitem associar requisitos ambientais que podem aumentar consideravelmente a aplicabilidade de cláusulas ambientais. Isso porque a qualidade relacionada à indicação geográfica não diz respeito somente ao produto em si, mas também, inevitavelmente, se associa à valorização de comunidades locais e à idéia de que a manutenção das condições vigentes de preservação dos recursos naturais da região constitui um verdadeiro ativo. Por outro lado, além da possível criação de regras para a valorização do meio ambiente, os interessados em obter uma indicação geográfica geralmente se apresentam dispostos a discutir os problemas ambientais regionais que possam existir e a se comprometerem com a preservação dos recursos naturais.⁴⁴

Na prática, um exemplo que se tem dos esforços brasileiros em proteger o meio ambiente é a parceria feita entre a *BirdLife International*⁴⁵ e os produtores da APROPAMPA para a preservação dos *habitats* dos pássaros da região. A *BirdLife* busca parceiros que acredita serem capazes de utilizar o meio ambiente de maneira sustentável. Ao permitir salvaguardar as variedades vegetais, animais e o meio ambiente, as indicações geográficas ganham um papel fundamental na proteção da biodiversidade.

Além disso, as indicações geográficas também podem trazer um significativo impacto demográfico positivo para muitas regiões, sobretudo nos países menos desenvolvidas, ao estimular diferentes setores como o turismo

⁴⁴ PIMENTEL, Luiz Otávio (Org.). *Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio*. Módulo II, indicação geográfica. Brasília: MAPA; Florianópolis: EaD/UFSC, 2009, p 50.

⁴⁵ Organização internacional que busca proteger os *habitats* dos pássaros. A *BirdLife International* foi fundada em 1922 com o nome de *International Council for Bird Preservation*, tem sede em Cambridge (U.K.) e forma hoje uma rede que se espalha por mais de 100 países.

e ao aumentar as taxas de emprego locais. Com efeito, como as indicações geográficas possuem indiscutível valor econômico para a região onde se encontram, elas assumem significativo papel no que diz respeito à potencialização do desenvolvimento sustentável em regiões rurais, muitas vezes carentes, auxiliando na preservação das tradições dessas populações. Logo, é possível presumir que o reconhecimento de indicações geográficas com seus direitos decorrentes, fortalece a capacidade econômica local capaz de fixar populações em suas zonas de origens, combatendo o fenômeno da emigração populacional para centros urbanos já incapazes de oferecer empregos e condições de vida minimamente saudáveis.⁴⁶

Os objetivos favoráveis de uma Indicação Geográfica são de promover comercialmente as empresas, agregar valor ao produto, desenvolver regionalmente o local, garantir a autenticidade do produto e preservar a diversidade e o meio ambiente.⁴⁷

Percebe-se então que, a preocupação em obter o reconhecimento de uma indicação geográfica, direta ou indiretamente, pode fazer com que os produtores se interessem pela preservação do meio ambiente. Nesse sentido parece razoável pensar que tanto os governos federal e local, quanto as empresas e as entidades da sociedade civil, cada qual a seu modo, deveriam incluir em suas formas de ação meios de estimular o emprego do recurso da indicação geográfica. Especialmente em países de larga extensão e variedade regional essa percepção se afigura importante.

3. PROBLEMAS E RISCOS DO RECONHECIMENTO DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS

Obter o reconhecimento de uma indicação geográfica pode trazer inúmeros benefícios para setores diversos como já apresentado anteriormente. Nesta parte do trabalho serão analisadas as principais dificuldades encontradas pelos produtores para realizar o registro de sua indicação. Alguns desses problemas são: ter pouco capital disponível; a falta

⁴⁶ FÓRUM SOBRE INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS E DENOMINAÇÕES DE ORIGEM. Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). Lisboa, 30-31 de outubro de 2008.

⁴⁷ Indicação Geográfica. SEBRAE-SP. Disponível em:
http://www.sebraesp.com.br/empresas_rede/aceso_mercados/indicacao_geografica

de proteção adequada às indicações geográficas; a proibição do reconhecimento em determinados casos e alguns riscos regionais, como a sobre-exploração das terras.

Primeiramente, uma das dificuldades encontradas com relação ao reconhecimento de uma indicação geográfica diz respeito à disponibilidade de capital para sua proteção. Na grande maioria das vezes, as marcas que possuem potencial para obter o reconhecimento das indicações geográficas são marcas coletivas, ou seja, pertencem a vários pequenos produtores de determinada região. O problema neste caso é que, geralmente, esses produtores não dispõem de recursos financeiros suficientes para conduzir processos custosos ou registrar seus próprios nomes. Na Índia, este é tido como um dos principais problemas, pois a maior parte dos produtores trabalha em pequenas unidades de produção, geralmente em zonas rurais, e convencê-los a se organizarem em associações para apresentar o pedido do registro das indicações não é uma tarefa simples.⁴⁸

O desenvolvimento de estratégias de mercado apropriadas, em particular no que diz respeito às exportações, envolveria obter proteção para as indicações geográficas nos principais mercados mundiais. Neste ponto, novamente, os pequenos produtores encontram-se em desvantagem, já que não possuem recursos para contratar consultoria jurídica que avalie os sistemas legais de indicações dos mercados consumidores de seus produtos. Também, carecem de poder econômico para influenciar os mercados destinatários de forma a criar demanda.⁴⁹

Além dessa dificuldade, há também a falta de proteção adequada às indicações geográficas já registradas, ou seja, as normas da OMC, por si só, não garantem a proteção necessária a essas indicações. Os recursos são escassos inclusive para construir mecanismos de proteção a direitos elementares e, dessa forma, a defesa de direitos oriundos de registros de patentes ou de indicações geográficas permanece igualmente problemática.

⁴⁸ JAMES, T.C. *Proteção de indicações geográficas: a experiência indiana*. International Centre for Trade and Sustainable Development. Outubro de 2009.

⁴⁹ *Ibidem*.

Esse problema pode vir a ser ainda mais grave no caso de produtos como o chá ou arroz – produtos típicos de países em desenvolvimento – do que nos casos das bebidas alcoólicas, geralmente refinadas e associadas ao consumo de estratos sociais melhor situados na escala de rendimentos. Com a falta de harmonização entre as regras internacionais e nacionais, muitos países possuem suas proteções internas igualmente deficitárias, o que dificulta fatores como a definição de padrões e mecanismos de inspeção para garantir a qualidade dos produtos.

Um terceiro ponto de grande relevância são as cláusulas relativas aos direitos adquiridos e erros do passado. Em primeiro lugar, as normas da OMC foram elaboradas de tal maneira que as indicações geográficas comunitárias que foram registradas como marcas comerciais em países terceiros não podem entrar na justiça. Além disso, as indicações que foram convertidas em genéricas em países terceiros ou que foram utilizadas de boa fé durante dez anos antes da entrada em vigor do acordo ADPIC (ou TRIPS) não podem ser objetos de proteção. Na prática, essa situação prejudica as exportações e a promoção do produto, pois a reputação da indicação geográfica fica desprotegida, a ponto de não valer a pena tentar a entrada nesses mercados.

Além desses problemas encontrados no reconhecimento das indicações geográficas, existem também riscos potenciais em sua implementação. Em certas situações, o sucesso econômico de um produto pode gerar alguns efeitos negativos em uma produção específica ou em uma região. Um exemplo são os sistemas agrícolas tradicionais de produção de mandioca para a farinha de Cruzeiro do Sul, no Acre, pois não se sabe se eles serão capazes de responder ao crescimento da demanda relacionada ao reconhecimento do produto. Esse aumento de demanda pode induzir a uma sobre-exploração das terras arenosas e pouco férteis dessa região da Amazônia, estimulando, indiretamente, o desmatamento de novas áreas para o plantio de mandioca.⁵⁰

Um segundo risco que pode ser encontrado pelo beneficiário do reconhecimento da indicação geográfica, diz respeito à falta de um sistema

⁵⁰ PIMENTEL, Luiz Otávio (Org.). *Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio*. Módulo II, indicação geográfica. Brasília: MAPA; Florianópolis: EaD/UFSC, 2009, p. 51.

de registro internacional. Isso faz com que produtos que já possuem uma indicação geográfica reconhecida em determinada região devam ser vendidos com nomes diferentes em outros países. Por isso a grande necessidade de se proteger as indicações geográficas internacionalmente.

Estes são alguns problemas mais comumente encontrados, principalmente pelos produtores no processo de registro das indicações geográficas e também após tê-lo realizado. Desta forma, é possível, já neste momento do trabalho, ponderar que promover iniciativas no sentido de incentivar o registro de indicações geográficas não é tão simples, apesar do reconhecimento de sua importância e do potencial de ganhos que pode ser auferido pela disseminação das indicações geográficas como parte de políticas de fomento ao desenvolvimento das sociedades.

CAPÍTULO III

As indicações geográficas nos dias de hoje

1. AS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS NO BRASIL

Constitui ponto de grande relevância ter-se uma visão, ainda que apenas panorâmica, da situação das indicações geográficas no Brasil, pois possibilita um comparativo com o que se passa em outros países e, de certa forma, avaliar que possibilidades de desenvolvimento podem ser consideradas para uma eventual política de estímulo ao uso de indicações geográficas pelos agentes econômicos brasileiros. Nesta parte tratar-se-á da maneira como ocorre a regulamentação das indicações no País, as tentativas de compatibilizá-la com os acordos internacionais bem como os requisitos estabelecidos pelo INPI para o reconhecimento das indicações geográficas. Tendo esses elementos como referenciais será feita também uma breve análise acerca da situação das indicações já depositadas nacionalmente.

A regulamentação da propriedade intelectual não é questão recente no Brasil, tanto é que o Decreto 16.254, uma das primeiras normas brasileiras legislando sobre a matéria data de 1923. Hoje, a propriedade intelectual é tratada pela lei 9.279 que incorpora com as cláusulas contidas nos acordos de Paris e de Madrid envolvendo tanto produtos quanto serviços. Essa lei protege as indicações geográficas já reconhecidas e registradas junto ao INPI e prevê sanções para indicações geográficas falsas ou que possam induzir o consumidor ao erro. Como existem algumas assimetrias entre a legislação brasileira vigente e o acordo TRIPS, já existem iniciativas em curso no sentido de alterar a legislação nacional e compatibilizá-la com o acordo TRIPS, assim como no sentido de atualizar aspectos da atividade econômica que ainda não foram incorporados pela legislação corrente sobre direitos e obrigações dos agentes econômicos.

No Brasil, já se dissemina a consciência de que é necessário incluir nas políticas de promoção ao desenvolvimento mecanismos de proteção dos privilégios de origem no setor agrícola e também iniciativas voltadas para a harmonização e mesmo de coordenação dos diferentes programas existentes que visam ao desenvolvimento do uso das indicações geográficas. O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) dispõe de

uma Secretaria (Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo – SDC) cujo objetivo é ajudar a formular políticas direcionadas ao desenvolvimento do agronegócio. A Portaria 85, de 2006, criou uma coordenação para o planejamento e fomento de programas especificamente relacionados às indicações geográficas dos produtos agropecuários brasileiros, oficializando a participação do MAPA nas questões que dizem respeito a essas indicações.⁵¹

Além disso, como já mencionado anteriormente, o INPI é a instituição que pode, legalmente, estabelecer as condições e exigências para registrar as indicações geográficas no Brasil. De acordo com o *Curso de Propriedade Intelectual e Inovação do Agronegócio*,⁵² existem outros programas de políticas públicas apoiadas por alguns ministérios, como é o caso do movimento *Slow Food*.⁵³ O Brasil também possui parcerias com outros países, como é o caso do programa de cooperação técnica entre Brasil e França criado em 2007 para desenvolver atividades de valorização de produtos, recursos, serviços, cultura e tradição, considerando as indicações geográficas um fator com elevado potencial para influenciar o desenvolvimento rural e a preservação do meio ambiente.

De acordo com a Resolução INPI 75/2000⁵⁴, que é a resolução que regulamenta no Brasil o registro das denominações de origem e das indicações de procedência, é preciso que sejam cumpridos alguns requisitos para que o reconhecimento das indicações seja efetivado. Dentre esses requisitos cabe destacar os seguintes: a) os produtores devem ser representados por associações para solicitar o reconhecimento; b) o pedido deve ser restrito a apenas um nome geográfico; c) o produto deve ser minuciosamente descrito; d) deve conter regulamento de uso do produto protegido; e) deve-se delimitar a área geográfica. Esses requisitos se aplicam a todos os tipos de indicação geográfica, entretanto, o INPI estabelece alguns requisitos específicos para as indicações de procedência e para as denominações de origem.

⁵¹ PIMENTEL, Luiz Otávio (Org.). *Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio*. Módulo II, indicação geográfica. Brasília: MAPA; Florianópolis: EaD/UFSC, 2009, p. 54.

⁵² *Ibidem*.

⁵³ Movimento internacional, sem fins lucrativos, que responde aos efeitos do Fast Food.

⁵⁴ Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/menu-esquerdo/indicacao/legislacao-1>

Quanto aos pedidos de reconhecimento no Brasil de indicação geográfica já reconhecida em outro país estrangeiro, a análise não exige a observância dos requisitos descritos desde que o pedido em tramitação já seja reconhecido em organismos internacionais apropriados (OMPI) ou em seu próprio país de origem quando o Brasil já tem convênio nesse sentido.⁵⁵ Em resumo, valendo tanto para produtores nacionais quanto estrangeiros, os produtores que desejam o reconhecimento, seja de uma denominação de origem ou de uma indicação de procedência, devem identificar seu produto e os diferenciais que ele possui em relação a similares produzidos em outras localidades; devem dispor de associação de produtores que tenha meios de garantir a qualidade dos produtos; devem delimitar a área geográfica de proteção; devem elaborar um regulamento de uso da indicação geográfica; e, talvez o mais importante, devem assegurar a continuidade da indicação geográfica após o registro. A existência de organização formada pelos produtores tem um papel essencial não apenas no sentido de promover e difundir a indicação geográfica, mas deve também agir como interlocutor entre os produtores e outros atores locais, preservar a indicação reconhecida e garantir as qualidades que, na essência, serviram de fundamento para justificar o privilégio da indicação geográfica.

Quando a indicação geográfica é obtida, é de grande relevância compreender que os direitos e benefícios decorrentes pertencem a toda a coletividade da região e que a titularidade está ligada ao fator geográfico. Como a indicação geográfica se caracteriza por ser um bem privado, não público, ela passa a ser propriedade de toda a coletividade que, em última instância, fez com que esse bem ganhasse qualidade e notoriedade. Entretanto, a venda do produto portador de uma indicação geográfica pode ser feita tanto individualmente, como coletivamente – razão porque, geralmente, requer a formação de uma cooperativa. A comercialização por meio de cooperativa faz-se particularmente necessária em mercados com alta demanda durante todo o ano, o que permite que tenha economias de escala e custos mais baixos de produção. Obviamente, é possível coexistir as duas formas de comercialização para o mesmo produto, ou seja,

⁵⁵ PIMENTEL, Luiz Otávio (Org.). *Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio*. Módulo II, indicação geográfica. Brasília: MAPA; Florianópolis: EaD/UFSC, 2009, p. 118 e 119.

comercializa-se tanto individualmente, como por meio de cooperativas, o que torna o mercado ainda mais segmentado e faz com que o consumidor possa se deparar com preços variados. De acordo com Bruch⁵⁶ o resumo das indicações geográficas depositadas no Brasil são resumidas na Tabela II.

Dos dez pedidos depositados no Brasil, seis foram brasileiros e caracterizados como indicação de procedência e quatro foram estrangeiros e caracterizados como denominações de origem. Os quatro pedidos estrangeiros foram: Vinho da Região dos Vinhos Verdes (Portugal), Cognac da região que leva o mesmo nome (França), Coxas de Suínos Frescas de San Daniele (Itália) e Bebidas alcoólicas da região de Franciacorta (Itália). Já os seis pedidos nacionais foram: Café da região do Cerrado Mineiro; Vinho tinto, branco e espumantes do Vale dos Vinhedos; Carne bovina e seus derivados do Pampa Gaúcho; Aguardentes de Paraty; Couro acabado do Vale dos Sinos; e Uvas de mesa e manga do Vale do São Francisco. Dentre os produtos indeferidos se encontram: O presunto de Parma e o queijo Roquefort.⁵⁷ O indeferimento ou o arquivamento ocorrem na falta de documentação mínima exigida pelo INPI.

Tabela II - Resumo das IG depositadas no Brasil

Situação atual	Número	Origem		Espécie	
		Brasil	Estrangeiro	IP	DO
Concedidos	10	6	4	6	4
Deferidos	0	0	0	0	0
Indeferidos	5	2	3	2	3
Arquivados	7	6	1	4	3
Em exigências	2	2	0	2	0
Publicados	1	1	0	1	0

* FONTE: Bruch (2009). Elaborado com base em INPI, 2009

Depois que o pedido da indicação geográfica é deferido, não existe nada no Brasil que trate da sua extinção ou nulidade. Entretanto, cabe à

⁵⁶ Bruch, Kelly. (2009) elaborado com base em INPI, 2009. Disponível em: PIMENTEL, Luiz Otávio (Org.). *Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio*. Módulo II, indicação geográfica. Brasília: MAPA; Florianópolis: EaD/UFSC, 2009, p. 238.

⁵⁷ PIMENTEL, Luiz Otávio (Org.). *Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio*. Módulo II, indicação geográfica. Brasília: MAPA; Florianópolis: EaD/UFSC, 2009, p. 239.

associação detentora da indicação geográfica criar estratégias para a promoção desta indicação e atingir seu público alvo.

Não se prevê qualquer verificação periódica da continuidade do uso deste sinal distintivo ou a possibilidade de um terceiro interessado requerer sua caducidade por falta de uso, como se dá com as marcas. Também não é prevista a vigência ou a renovação do registro, tratando-se desta forma de uma titularidade *ad eternum* – todavia este é um fato comum entre as IG de todo o mundo, pois, em regra, não há prazo de vigência nem previsão de renovação.⁵⁸

Os fatos mostram, portanto que, no Brasil, já existem iniciativas estruturadas de proteção às indicações geográficas no setor agrícola e até mesmo uma convergência de diferentes programas favoráveis ao seu desenvolvimento. Institucionalmente as exigências feitas pelo INPI para o reconhecimento de indicações geográficas dentro do País, tanto para produtos nacionais quanto para estrangeiras, oferecem boa base de garantia de segurança. O que parece importante destacar é o fato de as indicações geográficas geram essencialmente direitos coletivos e não individuais, o que explica porque é tão importante a formação de cooperativas.

2. AS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS NO ÂMBITO DA OMC

É fácil perceber, a partir do que foi apresentado, porque a Organização Mundial do Comércio (OMC) se reveste de grande relevância para as indicações geográficas. É no âmbito da OMC que, na esfera internacional, os direitos gerados pelas indicações geográficas encontram respaldo e podem se beneficiar dos mercados internacionais cada vez mais integrados. Esta parte da monografia trata da autoridade do acordo TRIPS a respeito do tema e das regras que devem ser respeitadas por todos os países-membros da Organização.

No contexto da OMC o que se tem a respeito das indicações geográficas é o Acordo Relativo aos Aspectos do Direito da Propriedade

⁵⁸ Ibidem, p. 243.

Intelectual Relacionados com o Comércio (TRIPS, na sua sigla em inglês), que tem o intuito de estabelecer uma proteção mínima que deve ser respeitada por todos os membros da Organização. Esse acordo passou a ser o principal marco internacional no que concerne a propriedade intelectual – devido à importância que a OMC possui atualmente – influenciando, inclusive, as normativas nacionais. É possível dizer que, em torno desse acordo, um verdadeiro regime internacional de proteção às indicações geográficas vai se formando.

Uma questão de grande relevância abordada neste acordo é a proibição de citação de lugares sugerindo a idéia de origem de produtos que possam induzir o consumidor ao erro. Por exemplo: o nome Castanha do Pará, de acordo com o TRIPS, só pode ser dado às castanhas dessa região. Já com relação às indicações que caíram em desuso ou que não tenham proteção em seu país de origem, o Acordo estabelece que não existe qualquer proteção à essas indicações.

Este Acordo trata diferentemente as bebidas alcoólicas, pois a proteção a essas bebidas é vedada quando não forem originários da região indicada. Como exemplo, tem-se o Champagne, região francesa, que só pode dar nome àqueles produtos desta região. Se a mesma situação acontecer com um outro tipo e produto, um queijo, por exemplo, e se estiver junto com o nome a sua verdadeira origem, afastando o consumidor do erro, torna-se uma situação permitida. Um exemplo seria: “Presunto de Parma da região do Triângulo Mineiro”. Sabe-se então que o presunto não é da região de Parma, apesar de ser deste tipo.

As regras estabelecidas pelo TRIPS, no que diz respeito as IG, não são definitivas, conforme adverte o próprio texto do acordo. O Acordo prevê que novas negociações sejam efetuadas com vistas a estabelecer um sistema de registro das IG de vinhos e bebidas alcoólicas, bem como sobre a possibilidade (ou não) de se ampliar a todos os produtos a proteção especial atribuída aos vinhos e bebidas alcoólicas.⁵⁹

⁵⁹ PIMENTEL, Luiz Otávio (Org.). *Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio*. Módulo II, indicação geográfica. Brasília: MAPA; Florianópolis: EaD/UFSC, 2009, p. 60.

Como já visto anteriormente, entretanto, apesar de existir essa normativa internacional ainda não há um sistema de registro internacional que torne possível a proteção das indicações automaticamente no mercado externo. Conseqüentemente, para que a proteção internacional seja possível, faz-se necessário buscá-la individualmente, em cada país, com exceção da União Européia que prevê a proteção em todo o bloco de uma só vez.

Ao se tornar membro da Organização Mundial do Comércio, o Brasil, automaticamente, assumiu o compromisso de cumprir com essas regras como proteção mínima às indicações geográficas e a propriedade intelectual como um todo. Qualquer um dos membros da organização que descumprir o TRIPS pode ser demandado no Órgão de Solução de Controvérsias (OSC) de modo semelhante ao que ocorre com outras formas de violações previstas nas regras de comércio da OMC. Concluindo, percebe-se que apesar de não haver um registro internacional, existem acordos que devem ser respeitados. O mais importante atualmente, principalmente pela sua abrangência internacional, é o TRIPS, cujas regras devem ser obedecidas pelos países-membros da OMC.

CONCLUSÕES

Esta monografia buscou avaliar alguns elementos que podem indicar em que medida o regime internacional de comércio tem condições de contemplar a questão das indicações geográficas, qual seria a importância da convergência dos interesses internacionais sobre este assunto e também como se situa o Brasil nesse quadro. Assim, procurou-se averiguar as principais raízes históricas bem como algumas experiências levadas a efeito no Brasil e em outros países, notadamente a França.

O primeiro capítulo desta pesquisa procurou relatar o nascedouro das indicações geográficas, descrevendo sua história desde o século IV a.C., passando por Bourgogne e Bordeaux, e chegando a primeira indicação reconhecida no Brasil. Em um segundo momento, foram discutidos os recursos oferecidos pela teoria que facilitam o entendimento da idéia de que os regimes internacionais na área do comércio têm evoluído e, em vários aspectos, sugerem que o tema das indicações geográficas tenderá a ganhar importância. Foi feita apresentação conceitual e mostrou-se que as indicações geográficas hoje já se caracterizam como um “quase-regime” para onde os interesses internacionais convergem. Ainda nesse capítulo, um subitem tratou das bases normativas atuais das indicações, mostrando a importância de as proteger juridicamente inclusive porque internacionalmente há muitas iniciativas em curso no sentido de se compatibilizar os instrumentos jurídicos que versam sobre o assunto.

No segundo capítulo do trabalho, houve a preocupação de mostrar qual seria realmente a importância de se estudar o tema das indicações geográficas e explicar porque os interesses internacionais convergem para ele. Nesse sentido foram discutidas algumas lacunas existentes, tanto no Brasil, como em outros países, com relação a estudos desenvolvidos nesta área e o quanto é cada vez mais importante para os países investirem na promoção do interesse pelas indicações geográficas. Uma das partes mais

importantes apresentadas pelo trabalho tratado neste capítulo é o da relevância das indicações onde ficam evidentes que os benefícios não existem somente para os produtores, mas para outras áreas da região que obtém o reconhecimento da indicação geográfica. Após esta apresentação, discutiu-se também os ganhos advindos da valorização do uso das indicações geográficas como parte de políticas comerciais, ficando evidente que os benefícios ocorrem principalmente na área econômica, mas não se restringem a essa área. Os dados mostram que a região que pode se beneficiar de indicações geográficas há também um potencial de dinamização da economia local com geração de empregos, valorização de diferentes setores e pode produzir ganhos extras à economia do país como um todo por meio das exportações. Ainda neste capítulo, outros aspectos inerentes às indicações geográficas foram apresentados. O primeiro deles é com relação ao meio ambiente, mostrando o importante papel e impacto que as indicações possuem neste domínio. O segundo a questão da demografia e a importância de se obter um desenvolvimento sustentável. Por fim, e com o intuito de facilitar a realização de um comparativo entre custos e benefícios, apresentou-se também alguns problemas e custos no momento de se obter o reconhecimento de uma indicação geográfica e após realizá-lo.

O terceiro, e último, capítulo mostrou como as indicações geográficas são tratadas no Brasil e na Organização Mundial do Comércio. No âmbito nacional, foram apresentadas as leis e normas que o regulam no País e pela análise do trabalho feito no INPI. Nesse sentido, uma tabela foi apresentada neste item para mostrar os pedidos de reconhecimento nacionais e internacionais recebidos e quais deles foram aceitos pelo Instituto até recentemente. Já com relação à OMC mostrou-se a relevância do acordo TRIPS para o mundo e a importância de se realizarem encontros multilaterais para discutir o tema das indicações geográficas. Por fim, mostrou-se em diversas partes deste trabalho a necessidade de se constituir um registro internacional das indicações, facilitando assim o reconhecimento internacional das mesmas.

O conjunto dos elementos compilados ao longo do trabalho sugere algumas considerações a respeito da crescente importância das indicações geográficas dentro do comércio internacional. Nas diferentes áreas das

relações internacionais é possível perceber que quando fica perceptível que um tema começa a atrair a atenção internacional e, sobre ele, geram-se discussões multilaterais podendo assim dar início à formação de regimes internacionais.

No começo do trabalho, foi apresentado o conceito de regimes elaborado por Krasner, conceito este que foi adotado por grande parte dos estudiosos das relações internacionais e que presume a existência de um processo contínuo de aparecimento, mudança e, em certos casos desaparecimento de regimes. Nesse sentido é que uma conclusão possível é que existe um processo de incorporação das indicações geográficas como parte do regime de comércio internacional e, quem sabe, em futuro próximo até mesmo um regime específico para as indicações geográficas com princípios, normas e instituições orientando as ações de produtores, importadores e autoridades nacionais e internacionais sobre a questão. No início, as discussões multilaterais no âmbito da Organização Mundial do Comércio tratavam da propriedade industrial de maneira superficial e restrita, com o passar do tempo, ficou claro para os países membros da Organização que era preciso que houvesse uma regulamentação mais específica sobre o assunto. Foi criado, então, o acordo TRIPS, que apesar de não tratar especificamente acerca das indicações geográficas, já as menciona em seu texto e ajuda a direcionar as discussões internacionais.

Hoje, percebe-se a movimentação de diversos países, sendo mais acentuada em uns do que em outros, no sentido de criar novas indicações geográficas e valorizar aquelas já existentes, isso porque perceberam que a obtenção de uma indicação geográfica gera diversos benefícios para o país. Estes países levam suas preocupações com relação ao assunto à OMC e, ao mesmo tempo, pressionam para que haja uma normatização mais rígida e mais específica, como seria o caso da criação de um sistema de registro internacional. Sendo assim, a tendência é que as indicações geográficas sejam um tema cada vez mais presente nas agendas das negociações internacionais o que faz supor que é razoável esperar que, com o tempo, também deverá haver uma crescente convergência das expectativas desses atores sobre o assunto, ou seja, é possível supor que existem forças no

sentido da formação de um regime internacional no que diz respeito às indicações geográficas.

O capítulo deste trabalho que tratou da importância das indicações geográficas ofereceu boa parte das explicações para esse interesse, ou seja, a constatação de que existem benefícios trazidos pelo reconhecimento de uma indicação geográfica constitui uma considerável força, principalmente na esfera econômica que impulsiona o interesse pela institucionalização de normas e práticas consolidadas no setor. Com efeito, o reconhecimento da importância de sua origem gera um diferencial para um determinado produto decorrente tanto de sua notoriedade como da ligação do bem com seu meio geográfico, garantindo a ele credibilidade internacional. Essa valorização pode, e normalmente é o que ocorre de fato, ser transferida para o preço deste produto que é cobrado em outros países permitindo a prática de preços mais elevados, produzindo ganhos tanto para os produtores quanto para o país de origem.

Entretanto, é possível perceber o crescente interesse também por parte dos consumidores. Em larga medida, o reconhecimento de uma indicação geográfica garante benefícios também para os consumidores, que passam a cobrar cada vez mais produtos com maior qualidade baseados na inevitável comparação com produtos possuidores de indicações geográficas. Em outras palavras, o interesse é cíclico, ou seja, um país investe em uma indicação geográfica e este produto vai para a prateleira já com esta indicação reconhecida, ainda que tenha um preço maior os consumidores o preferem por sua confiabilidade gerando maiores lucros para os produtores e seu país que, assim, terão maior interesse em investir cada vez mais na exploração do potencial de indicações geográficas.

Por outro lado, fica também evidente que outros setores podem ganhar com estes bens diferenciados, tal como ocorre com o turismo, hotelaria, gastronomia regional, dentre outros em relação ao vinho. Porém, o que parece de destacada relevância para este trabalho é o aspecto internacional, ou seja, a partir do momento que um país possui produtos diferenciados por indicação geográfica ele poderá melhorar e ampliar os padrões de exportação e, da mesma forma que ocorre internamente, poderá

se beneficiar de melhores preços em razão da maior credibilidade nos mercados.

Para ilustrar a idéia de que existe uma preocupação internacional sobre o tema das indicações geográficas e para demonstrar sua importância, pode-se citar alguns casos ocorridos em países como a França e a Espanha.

A província conhecida como Champagne no nordeste da França era tida como uma região pobre e se situava no limite norte da zona climática de produção de uvas, com solos que tinham uma característica de forte acidez. Percebendo que os vinhos brancos do local sofriam uma segunda fermentação depois de engarrafados, foi possível controlar a gaseificação com rolhas especiais e unir a isso o método conhecido como *champenoise* – utilizado até hoje nas famosas casas francesas da região, por garantir uma qualidade superior. Adaptando de forma adequada este método às dificuldades do solo local, foi possível obter a bem sucedida produção que hoje conhecemos e, como conseqüência, impulsionar o crescimento econômico da região. Um outro exemplo também advindo da França é o Cognac que vem da região de mesmo nome situada no oeste do país e é um produto decorrente da destilação do vinho. A França solicitou ao INPI o reconhecimento desta denominação de origem que foi concedido em abril de 2000 gozando no Brasil, portanto, de todos os privilégios decorrentes da identificação desse produto com a região de origem.

Estes são dois exemplos ocorridos na França e cabe destacar que inspiraram a determinação desse país no sentido de articular iniciativas especificamente voltadas para a criação e proteção das indicações geográficas. Assim, a origem da política pública de apoio à promoção de indicações geográficas surgiu na região de Bourgogne, onde os produtores de vinho pressionaram para se verem livres das falsas indicações. Com o passar do tempo, esta política foi sendo aprimorada e hoje destaca os diversos benefícios gerados pelas indicações geográficas e fortalece as iniciativas, que podem ser um instrumento potencial para o desenvolvimento regional, como foi o caso de Champagne e de Cognac.

No caso da Espanha existe uma lei nacional que legisla de forma geral sobre o tema, por esse motivo cada Comunidade Autônoma pode gerir de forma independente, embora sempre respeitando os regulamentos europeus

mais gerais, o que faz com que o controle neste país seja difuso e ocorra de várias maneiras distintas. No ano de 2004 a Espanha já era detentora de 18 denominações de origem protegidas e uma indicação de procedência somente no que diz respeito aos queijos.⁶⁰ Além destes, outros produtos estão na lista das indicações, como o presunto cru Pata Negra, os torrones de Alicante e o açafião da Mancha.

Os Mexicanos, da mesma forma, buscam divulgar a Tequila no exterior e combater as falsas indicações. Este produto é tido no país como um patrimônio nacional e seu Conselho Regulador, localizado em Guadalajara, atua credenciando os empresários que estão aptos a produzir a Tequila e controlando a qualidade do produto. O governo mexicano vem buscando fortemente no exterior seu reconhecimento como indicação geográfica, isso porque através dele será possível incrementar o crescimento econômico e fortalecer o comércio legal.

O Brasil já possui algumas indicações geográficas, como o vinho do Vale dos Vinhedos, o café do Cerrado Mineiro, a carne bovina do Pampa Gaúcho e a cachaça de Paraty. O Decreto 4.062 de 2001 estabeleceu que o vocábulo “cachaça” e o nome geográfico “Brasil” a ser utilizado em cachaças constituem também indicações geográficas no comércio internacional.

Além destes produtos, vários outros em diferentes países já possuem ou estão buscando o reconhecimento internacional das suas indicações geográficas. A Itália, por exemplo, possui produtos como o Presunto de Parma, o queijo Grana Padano e os vinhos de Franciacorta. Em Portugal, o vinho do Porto e o queijo da Serra da Estrela. Na América Latina tem-se o café colombiano, o Pisco no Peru, o café *Blue Mountain* na Jamaica e os charutos cubanos.

O que se pode perceber é que há uma preocupação internacional, envolvendo países das mais diversas posições econômicas, no sentido de fomentar e proteger as indicações geográficas em seu território, o que certamente não ocorreria se os benefícios trazidos não fossem importantes o suficiente. Não se trata de recurso aplicável a qualquer produto e nem mesmo a qualquer país ou região. Com este trabalho, no entanto, foi

⁶⁰ O setor do queijo na Espanha. ICEX, Madrid. Abril, 2004.

possível reunir exemplos de casos e iniciativas que indicam que é possível afirmar que já existe “*no pipeline*” algo como um regime internacional em gestação acerca das indicações geográficas, ou seja, os interesses e as expectativas internacionais começam a se tornar mais claros e tendem a convergir em torno do assunto e isso se dá porque as indicações trazem muitos benefícios para os países que as possuem. Esses benefícios se referem principalmente ao âmbito econômico, mas em muitos casos esses benefícios extrapolam esse âmbito e se estendem para outras esferas como a ambiental e mesmo a cultural. A segunda parte desta conclusão pode ser expressa na forma de uma consequência inevitável, isto é, se a importância desta convergência é cada vez mais reconhecida, é natural que os interesses sejam discutidos e articulados multilateralmente gerando ainda maiores facilidades para os países que buscam alcançar as indicações geográficas para seus produtos. Talvez o fato de os benefícios extrapolarem o âmbito estritamente econômico seja um elemento que reforça ainda mais o potencial de formação de um “regime internacional para as indicações geográficas” pois significa que a amplitude da convergência de interesses e expectativas é grande.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Alberto Francisco Ribeiro de. *Direito industrial*. Volume I. Coimbra: Livraria Almedina, 2001.

BARROS, Carla Eugenia Caldas. *Manual de direito da propriedade intelectual*. 1ª. ed. Aracaju: Evocati Editora, 2007.

BASSO, Maristela. *O Direito Internacional da Propriedade Intelectual*. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2000.

BENÍTEZ, J.J. *Cavalo de tróia 1: Jerusalém*. São Paulo: Planeta do Brasil, 2008

BRUCH, Kelly Lissandra. *Uma breve introdução à implementação das indicações geográficas no Brasi*. Artigo.

CEPALUNI, Gabriel. *Regimes internacionais e o contencioso das patentes para medicamentos: estratégias para países em desenvolvimento*. Contexto Internacional. Rio de Janeiro, vol. 27, no 1, 2005.

FÓRUM SOBRE INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS E DENOMINAÇÕES DE ORIGEM. Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). Lisboa, 30-31 de outubro de 2008.

JAMES, T.C. *Proteção de indicações geográficas: a experiência indiana*. International Centre for Trade and Sustainable Development. Outubro de 2009.

KAPPELER, Camila. *Propriedade intelectual na OMC: resultado das negociações*. Artigo. 27 de junho de 2005.

KRASNER, Stephen. (ed.). *International Regimes*. Ithaca, NY: Cornell University Press, 1983.

LOUREIRO, Luiz Guilherme de A.V. *A lei de propriedade industrial comentada*. São Paulo: LEJUS, 1999.

MACHADO, Alexandre F. *As indicações geográficas*. Artigo disponível em afmachado@leonardos.com.br

PIMENTEL, Luiz Otávio; BARRAL, Welber (Orgs.). *Comércio Internacional e desenvolvimento*. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2006.

PIMENTEL, Luiz Otávio; BARRAL, Welber (Orgs.). *Propriedade intelectual e desenvolvimento*. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2007.

PIMENTEL, Luiz Otávio (Org.). Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio. Módulo II, indicação geográfica. Brasília: MAPA; Florianópolis: EaD/UFSC, 2009.

POLIDO, Fabrício; JR, Edson Beas Rodrigues (Orgs). *Propriedade Intelectual; novos paradigmas internacionais, conflitos e desafios*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

ROCHA, Antonio Jorge Ramalho da. *Relações internacionais do Brasil: temas e agendas*, v. 2 / Henrique Altemani e Antônio Carlos Lessa (Org). – São Paulo: Saraiva, 2006

SANTANA, Denise Marg Alves. *Indicações geográficas no Brasil*. Revista Jurídica Consulex – Ano VII – Número 145 – 31 de janeiro/2003.

SOARES, José Carlos Tinoco. *Lei de patentes, marcas e direitos conexos*. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1997.

TRIPS- Acordo sobre aspectos dos direitos de propriedade intelectual relacionados ao comércio.

UNIÓN EUROPEA. Por qué son importantes para nosotros las indicaciones geográficas? 30 de julho de 2003.

VALÉRIO, M.A.G. *A propriedade intelectual como fator precipitante do desenvolvimento industrial e o acordo TRIPS*. Jus Navigandi: 2001.

Endereços eletrônicos:

www.cafepensante.net
Acesso em: 03/11/2009

www.inpi.gov.br
Acesso em: 03/06/2009

www.wto.org
Acesso em: 03/06/2009

www.wipo.int
Acesso em: 04/06/2009

www.sebresp.com.br
Acesso em: 07/06/2009

www.sebrae-rs.com.br
Acesso em: 07/06/2009

www.mre.gov.br
Acesso em: 20/06/2009

www.urbansystems.com.br
Acesso em: 03/11/2009

www.portaleducacao.com.br
Acesso em 25/02/2010