

INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS

INTRODUÇÃO A PESQUISA



UnB

Autorização concedida ao Repositório Institucional da Universidade de Brasília pelos autores, em agosto de 2019, para disponibilizar, no site repositorio.unb.br, o livro indicações Geográficas nas seguintes condições: disponível sob Licença Creative Commons 4.0, que permite copiar, distribuir e transmitir o trabalho, desde que seja citado o autor e licenciante. E não permite o uso para fins comerciais nem a adaptação desta



INDICAÇÕES
GEOGRÁFICAS

INTRODUÇÃO A PESQUISA

CURSO DE MESTRADO
UnB

Organizador:

ALESSANDRO AVENI

BRASÍLIA
2019

REFERÊNCIA

Aveni Alessandro (org.) Indicações Geográficas. Brasília: Faculdade de Tecnologia, Centro de Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico da Universidade de Brasília - CDT/UnB, 2019. 121 p. (Indicações Geográficas). Disponível em: <<http://repositorio.unb.br>>.



Reitora

Márcia Abrahão Moura

Vice-reitor

Enrique Huelva Unternbäumen

Decanato de Administração (DAF)

Decana: Maria Lucita dos Santos

Decanato de Assuntos Comunitários (DAC)

Decano: André Luiz Teixeira Reis

Decanato de Ensino de Graduação (DEG)

Decano: Sérgio Antônio Andrade de Freitas

Decanato de Extensão (DEX)

Decano: Olgamir Amancia Ferreira

Decanato de Pesquisa e Pós-Graduação (DPG)

Decana: Helena Eri Shimizu

Decanato de Pesquisa e Inovação (DPI)

Decana: Maria Emília Machado Telles Walter

Decanato de Gestão de Pessoas (DGP)

Decano: Carlos Vieira Mota

**Decanato de Planejamento, Orçamento e
Avaliação Institucional (DPO)**

Decana: Denise Imbroisi

Faculdade de Ciência da Informação (FCI)

Diretora: Elmira Luzia Melo Soares Simeão

Vice_diretora: Fernanda de Souza Monteiro



Diretora

Marileusa D. Chiarello

Vice-Diretora

Sônia Marise Salles Carvalho

Coordenação técnica do projeto

Alessandro Aveni

Projeto gráfico e diagramação

Roberto Cassemiro Alves

Autores

Carolina Roberte de Oliveira

Cíntia Ximenes

Regina Marques

Cláudio Rodrigues Tavares

Estela A. Ribeiro

Luiz Carlos Rebelatto dos Santos

Sânia Léa Alves Rocha Lopes

Pedro Anísio de Camargo Alves

Priscilla Marmentini

Ângelo Magalhães Junior

Claudina Costa

Lúcia de Assunção

Carla Frade de Paula Castro

Karla da Costa Cartaxo Melo

I61 Indicações geográficas : introdução a pesquisa / Alessandro Aveni, organizador. – Brasília : Universidade de Brasília, Centro de Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico, 2019. 121 p. : il.

Modo de acesso: World Wide Web:

<<http://repositorio.unb.br>>.

Inclui bibliografia.

ISBN 978-85-61700-15-7.

1. Propriedade intelectual. 2. Indicações geográficas. I. Universidade de Brasília. Centro de Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico. 2. Aveni, Alessandro (org.).

CDU 001

ÍNDICE

	INTRODUÇÃO	08
1	MARCO LEGAL INTERNACIONAL.....	10
2	POTENCIAL DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA DO MEL NA RIDE	30
3	DIAGNÓSTICO PRELIMINAR DO POTENCIAL DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA (IG) DO MORANGO DE BRAZLÂNDIA NO DISTRITO FEDERAL	50
4	IMPLEMENTAÇÃO DE SIGNOS DISTINTIVOS PARA AS PEDRAS DE PIRENÓPOLIS: MARCA OU INDICAÇÃO GEOGRÁFICA	64
5	PL DE GEMAS E JOIAS NA REGIÃO METROPOLITANA DO DF	78
6	O PAPEL DA EMBRAPA UVA E VINHO NA ESTRUTURAÇÃO DE INDICAÇÕES GEO- GRÁFICAS PARA VINHOS E ESPUMANTES BRASILEIROS	94
	NOTAS FINAIS	119

1

MARCO LEGAL INTERNACIONAL DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS E SUAS INTERPRETAÇÕES

Alessandro Aveni, Bacharel em Administração, Mestre em Geografia pela Universidade de Brasília-UnB, Doutor em Ciências Políticas pela Universidade Statale de Milano, Doutor em Administração pela Universidade Cormerciale Luigi Bocconi di Milano ambas na Itália, Especialista em Estratégia Empresarial pela Fundação Getúlio Vargas – FGV. Entre outros cargos entre 1980 e 2005 foi Gerente de Desenvolvimento da Rede Comercial e de Planejamento e Controle na Royal Dutch Shell/Itália. Foi pesquisador no Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA. Desde 2005 lecionou na Universidade Estadual de Goiás – UEG, no curso de Administração Pública da Faculdade Processus e outras Universidades privadas, , leciona na UNB a partir de 2005, na Face departamento de Administração, no departamento de Geografia e atualmente é Professor Visitante no Centro de Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico – CDT/UnB, onde atua também na Pós-Graduação no Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação – PRONIT/UnB.

MARCO LEGAL INTERNACIONAL DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS E SUAS INTERPRETAÇÕES

LINHA DO TEMPO DO MARCO LEGAL INTERNACIONAL

A certificação de origem é uma estratégia comercial que tem uma história milenária. Na verdade foi uma primeira forma de proteção para clientes pois certificava a origem em um mundo onde não tinham interações em tempo real como o atual. No Oriente, Egito, Grécia e em Roma o comércio era praticado e disciplinado naturalmente pelo *jus gentium* ou seja seguindo as regras da proveniência geográfica e as populações com suficiente cultura para produzir algo refinado. Esta conformação de direito é ligada a formula *sui generis* que será discutida mais afrente.

Na Grécia Antiga era famosa a produção de vinho e de azeite, em Roma eram célebres os vinhos de Falerno, o mármore de Carrara. Entretanto outros produtos como a ambra e o mel eram importados da Alemanha e Rússia. Em fim no mundo antigo cada lugar tinha sua especialização e qualidade garantida da origem dos bens comercializados.

Na idade média e moderna ficaram famosos produtos de proveniencia de diferentes lugares como os produtos da India e China que chegavam em mercados Europeus situados em cidades especializadas em comércio como Genoa e Veneza e mais tarde Amsterdam e Londres. Antecipando legislações de marcas e certificações de produtos agrícolas, em relação aos vinhos, uma das primeiras leis para indicação de origem geográfica foi introduzida bem antes a revolução industrial, em 1716, em Firenze para estabelecer os territórios de 4 tipos de vinho entre eles o Chianti que tem origens desde a população Etrusca, ou seja, antes da dominação Romana sobre o território. Esta lei tinha como complemento um conjunto de institutos como a criação de consórcios e controles de produção. Também é citado na literatura o caso o Primeiro-Ministro do Reino de Portugal, Marquês de Pombal que no ano 1756 por meio de um Decreto registrou legalmente, o nome “Porto” para vinhos.

A especialização geográfica e o comércio internacional ficaram mais sensíveis com a competição entre nações e com a revolução industrial no século XVIII. O tratado sobre a riqueza das nações de A. Smith é o manifesto dessa nova situação e das mudanças devidas as inovações técnicas e novas maneiras de produzir. A inovação tecnológica e a necessidade de proteger as invenções que estavam transformando a maneira de produzir de artesanal em industrial, trouxe o problema de que o valor da nova tecnologia tinha um valor superior a tecnologia tradicional (artesanal). Isso por que tinha um investimento material e “imaterial” (ou intelectual) embutido na tecnologia. Com a nova tecnologia era possível aumentar o lucro na venda da produção de novos bens devido ao aumento do numero das peças produzidas usando novas combinações de trabalho, tecnologia e capital.

Desde então as leis das diferentes nações sobre a proteção intelectual que inclui a da propriedade industrial e das marcas se tornaram mais comuns criando diferentes conflitos entre protecionistaistas e livre comércio em termos nacionais e internacionais, até 1883 quando foi estabelecida a Convenção de Paris para a Proteção da Propriedade Industrial. Mas já a era industrial estava bem desenvolvida em toda Europa.

Foi então no século XIX com o desenvolvimento de um sistema de tratados internacionais entre maiores potências que se tornou comum regular materias comerciais internacionais. A Convenção da União de Paris-CUP para a proteção da propriedade intelectual, em 1883, assinada por 164 países, entre eles o Brasil incluiu Indicações de Procedência e Apelações (ou Denominações) de Origem como objetos separados de proteção, mas não definiu claramente como comprová-los, assim como não utilizou em sua terminologia o termo Indicação Geográfica que foi cunhado mais afrente.

Entretanto pela proteção de produtos agricolas de alto valor adicionado como os vinhos, foi somente no meio do século XX que houve uma celebração no Acordo de Lisboa, em 31 de Outubro de 1958, para permitir o registro internacional das Denominações de Origem, podendo participar qualquer um dos países signatários da Convenção de Paris (em 1883) sobre propiedade intelectual.

Em 1967 foi criada a World Intellectual Propriety Organization WIPO na ONU - Organização mundial propriedade intelectual OMPI. De acordo com o Artigo 3º da Convenção para o Estabelecimento da Organização Mundial da Propriedade Intelectual, à época de sua criação, em 1967, o principal objetivo da organização é promover a proteção da propriedade intelectual internacionalmente. Atualmente são 184 Estados associados, ou seja, 90% dos países do mundo. A OMPI administra, atualmente, 24 tratados. Os tratados são divididos em três grupos gerais: Proteção de Propriedade Intelectual; Sistema de Proteção Global e; Classificação.

O marco regulator mais importante para definição atual de Indicações Geográficas foi em 1994 quando foi celebrado o Acordo Relativo aos Aspectos do Direito da Propriedade Intelectual Relacionados com o Comércio (ADPIC), mais conhecido como Acordo TRIPs (do inglês Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights). Trata-se de um tratado Internacional, integrante do conjunto de acordos assinados em 1994 que encerrou a Rodada Uruguai e criou a Organização Mundial do Comércio - OMC

Um aspecto importante é que o TRIPs alterou e simplificou o conceito de IG que traziam os acordos internacionais anteriores (por exemplo acordo de Lisboa). Dentro os direitos previstos no Acordo TRIPs estão as Indicações Geográficas definidas no art.º 22, inciso 1, como “indicações que identifiquem um produto como originário do território de um membro, ou região ou localidade deste território, quando determinada qualidade, reputação ou outra característica do produto seja essencialmente atribuída à sua origem geográfica.”¹

Indicação Geográfica (IG) se concretiza na pratica num certificado que concretiza, no numero de certificado, no logotipo e na documentação em papel, a proteção de um produto local e se configura como industrial. Foi criada para agregar valor a um produto a partir de características de sua origem no territorio, de seu processo de produção, de aspectos históricos e humanos envolvidos, de maneira

1 - A diferencia com o acordo de Lisboa de 1958 é evidente (pois é menos forte a relação com tradição, trabalho e a historia) e aumenta problemas de interpretação.

a imprimir características individualizadas para valorizar nos mercados produtos agrícolas.

Pode-se incluir no marco internacional os acordos bilaterais² sobre IG e vinhos, e, em 28 de junho de 2019, o acordo internacional de comércio EU-MERCOSUR, que concorda em retirar tarifas sobre 91% dos produtos que a União Europeia exporta para o Mercosul num período de 10 anos. Em sentido contrário, serão retiradas tarifas de 92% dos produtos que o Mercosul exporta para a União Europeia num período de 10 anos. Produtos agrícolas brasileiros, como suco de laranja, frutas, café solúvel, peixes, crustáceos e óleos vegetais terão tarifas eliminadas; Exportadores brasileiros também terão acesso preferencial para carnes bovina, suína e de aves, açúcar, etanol, arroz, ovos e mel. Produtos industriais do Brasil serão beneficiadas com a eliminação de 100% nas tarifas de exportação. Produtos europeus terão tarifas de exportação eliminadas para diversos setores, na lista estão veículos e partes, maquinários, produtos químicos e farmacêuticos, vestuário e calçados e tecidos. Chocolates e doces, vinhos e outras bebidas alcoólicas e refrigerantes provenientes da União Europeia terão tarifas eliminadas progressivamente.

Entre os acordos não tarifários o Mercosul vai proteger nomes de 357 produtos europeus como indicações geográficas (tais como presunto de Parma e vinho do Porto) e UE vai reconhecer nomes de produtos tradicionais do Mercosul, como a cachaça brasileira e o vinho de Mendoza (Argentina). Em relação a IG neste acordo é importante sinalizar um problema de assimetria relativa entre as IG Europeias protegidas e a do Mercosul. Esta assimetria se repara na diferencia entre IG de proteção dos produtos locais obtidos com aporte do capital humano e os que são naturais de uma região no Brasil.

2 - São os acordos: EC – Australia Wine Agreement, EC – Canada Agreement, EC – Mexico Agreement, EC – Chile Agreements, EC – South Africa Agreements, EC – US Wine Agreement, EC – China Agreement

Figura 1 – Marco legal internacional das IG

LINHA DO TEMPO - MARCO LEGAL INTERNACIONAL
1883 - Paris Convention on trademarks (176 members)
1958 - Lisbon Agreement on the Protection of Appellations of Origin and their Registration (28 countries)
1989 Madrid Protocol (1989) - WIPO Legal references Treaties
1994 - The WTO Agreement on Trade - Related Aspects of intellectual Property Rights (“TRIPS”)

Fonte: elaboração do autor.

INTERPRETAÇÕES SOBRE IG

As IG identificam um produto como originário do território de um membro da Organização Mundial do Comércio, ou região ou localidade deste território, quando determinada qualidade, reputação ou outra característica do produto seja essencialmente atribuída à sua origem geográfica. O artigo nº. 22 do TRIPS configura então uma proteção genérica, mas não está muito claro em relação a como devem ser protegidos nomes geográficos e processo de produção tradicional.

As diferenças se encontram na proteção relativa à relação entre origem geográfica e os processos de produção que originam os produtos que interessam ao consumidor como na legislação sobre vinhos e álcool que sempre foi negociada separadamente de outros produtos, pois o art. 22 não explica claramente o resultado de um processo de fabricação do vinho e a relação com seu meio ambiente e recursos humanos (métodos de trabalho).

Já a interpretação de IG, de acordo com a WIPO, usada para identificar as IG a divide em Indicação de Procedência - IP e Denominação de Origem - DO. Esta separação é usada por exemplo no Brasil. A primeira (IP) é qualquer expressão ou sinal usado para indicar que um produto ou serviço originado em um país, uma região ou um lugar específico. A Denominação de Origem é um nome geográfico de

um país, região ou lugar específico no qual serve para designar a origem do produto daquele lugar pelas qualidades características que são devidas exclusivamente ou essencialmente do ambiente geográfico, incluindo fatores naturais e/ou humanos ou ambos (WIPO 2008, p., 120).

Teoricamente a definição da WIPO deveria esclarecer o art. 22 do TRIPS. Porém as diferenças de interpretação do art. 22 em várias nações no uso da IG, são causas de problemas interpretativos. Em particular o WIPO reconhece serviços como IG e também diferencia IG somente em duas tipologias confundindo certificação com sinal e marca. A nosso ver a WIPO deveria reformular as orientações sobre IG, pois ela é simplesmente o repositório da propriedade intelectual. O problema é que não há concordância em termos de interpretação sobre a primazia entre tratados e portarias ou interpretações de agências operacionais da ONU como a WIPO.

As interpretações de IG são relativas ao como é a legislação nos diferentes blocos comerciais. Por exemplo o bloco Europeu, considera que existem três características essenciais numa IG que devem existir contemporaneamente: a) deve ser um produto (em algum lugar o serviço), b) os produtos são originários de uma localidade ou lugar específico, c) os produtos têm características ou qualidade que são estritamente ligadas ao nome geográfico e originadas no lugar. Para a legislação da União Europeia existem as certificações: DOP – IGP – ETG. O certificado DOP em inglês PDO é o certificado concedido quando o produto tem características e qualidades originadas na região de produção e deve ser processado e preparado exclusivamente na mesma região. IGP ou PGI em inglês é o certificado da preparação ou do processo na região, mas não necessariamente com todas as características e qualidade originadas na mesma região geográfica.

Tendo em vista o consumidor o que deve ser garantido é o processo de produção típico regional. Então na Europa há uma certificação de IG que não existe nos TRIPS, e no Brasil. Esta é a certificação de Especialidade Tradicional Garantida ETG que designa e identifica um produto ou gênero alimentício produzido a partir de matérias-primas ou ingredientes utilizados ou resultado de produção, transformação ou composição tradicional.

Em relação a diferentes interpretações da certificação IG, se a legislação dos países tiver um amparo *suis generis*³ como entre Europa e Brasil não é difícil registrar e proteger legalmente a IG, pois o nome e as características são únicos. Assim tudo o que não é igual a certificação registrada não pode ter o mesmo nome comercial. Nos países onde há uma proteção amparada a legislação de marca e marca coletiva porém há problemas. O custo para proteção é mais alto para proteção, pois esta não se relaciona somente da certificação ou da propriedade da marca.

Por exemplo, com a prática que permite ao primeiro se registrar e ter proteção de marcas, os produtores de IG, quando entrar no mercado, podem encontrar marcas parecidas a certificação IG dos próprios países. Nesse caso ou entram em acordo ou devem pedir cancelar da marca concorrente registrada anteriormente. Sempre em relação a este problema tem o fato que a em algum caso a certificação é protegida se é utilizada no mercado. Ou seja, a certificação obtida em um país não vale em todo o mundo sem registro nos sistemas nacionais. Se não for pode acontecer de novo o problema de competir com o primeiro a registrar e usar.

Sempre em relação a proteção de marcas outro problema nasce quando o nome do produto é considerado comum e não específico de origem. Para entender o uso de Xerox para fotocopia no Brasil. Também pode existir problema na proteção de nomes compostos. Também não sempre é protegida a IG se usar palavras como estilo, método, ou colocar nome local acompanhando o nome do produto estrangeiro (por exemplo Californian Champanhe, Permesão Argentino etc.)

Há também diferentes interpretações internas aos blocos e sobre diferenças de IG como DOP e IGP, por exemplo, na EU, onde há certificações diferentes para vinhos e produção tradicional. Por exemplo isso acontece no Brasil onde nas IG inclui-se não somente produtos, mas também serviços, criando assim uma diferença regional que não sempre é amparada a todos os acordos internacionais.

3 - É uma expressão em latim que significa «de seu próprio gênero» ou «único em sua espécie». Muita utilizada no Direito, ela indica algo que é particular, peculiar, único.

Entre os problemas de interpretação interna é útil mostrar o caso Brasileiro. Em relação a legislação típica nacional por exemplo, de acordo com Matos e La Rovere (2017) há no Brasil também diferentes interpretações das instituições como Sebrae, MAPA, que discordam do INPI. Em algum sentido como lugar de produção e processo relacionado a qualidade pelo consumidor, se encontram interpretações até invertidas a respeito a interpretação Europeia pois no Brasil se valoriza mais a IP (a maioria das IG no Brasil é IP) quando na Europa se valoriza mais DO e se criam certificações multiplas. Isso implica também uma assimetria nas negociações entre IG entre blocos.

Para entender: as declarações de origem DO, para os Europeus, tem foco sobretudo na relação do valor adicionado para produtores locais e defesa dos lugares com seus valores historicos. Muitas IG Europeias são relacionadas ao DO porque são mais dificeis de copiar. Deve-se comentar, assim, em relação às questões interpretativas citadas para Matos e La Rovere (2017), que o fator humano é sempre envolvido nas IG, pois não há como eliminar no processo de produção e venda. O que é verdade, entretanto na interpretação brasileira, é a manifesta dificuldade de definir a certificação dos processos tradicionais (a ETG europeia) e quanto estes fatores implicam para a proteção do consumidor. Para Europeus a proteção pelo consumidor se desenvolve entre matéria-prima, processo (moderno ou tradicional) e região de origem.

Na Europa a certificação que define o processo de produção em relação ao meio geográfico pode ser relatada a um processo tradicional local que ainda segue os tempos e usa técnicas e maquinas ou meios tradicionais. Entretanto, como por exemplo, para produção de vinhos, o produtor local, pode usar novas maquinas ou métodos de produção atualizados (coleta, armazém, engarrafamento etc.). Assim há diferentes combinações de produção sendo matéria prima e origem diferente, mas não há diferencia na qualidade protegida e na proteção do consumidor.

COMPARAÇÕES INTERNACIONAIS

UNIÃO EUROPEIA

A União Europeia é o bloco econômico com mais Indicações Geográficas. São mais de três mil indicações (sendo mais de mil somente de vinhos e de alcoólicos). Trata-se, atualmente no mundo, do conglomerado de nações com mais atenção a história e cultura local. É lógico que o movimento seja liderado, entro a união Europeia da Itália e França por suas tradições e características culturais superiores. A proteção local, em geral na Europa, se faz com pactos locais entre a sociedade e a administração pública e da União para obter o máximo resultado em termos de bem estar e com técnicas sofisticadas de marketing local.

Com base os dados da mesma EU foram destinados € 169 milhões para promover seus produtos agrícolas no mundo em 2018, € 27 milhões a mais do que em 2017. De outubro de 2016 a outubro de 2017, as exportações do agronegócio europeu somaram € 137,4 bilhões^{4,5}. Os selos de Ig na Erupa são fundamentalmente três, porém algum país como Italia criaram mais diferenciações nas certificações a saber:

- DOP – (eng. PDO) Denominação de Origem Protegida
- IGP – (eng. IPG) Indicaçõ Geográfica Protegida
- STG – Especialidade Tradicional Garantida

E em algum país como Itália⁶ e a França há a ainda mais denominações como:

- DOC - Denominação de Origem Controlada (protegida)
- DOCG – Denominação de Origem Protegida e Controlada (vinhos)
- IGP – Indicaçõ Geográfica Protegida
- STG – Especialidade Tradicional Garantida

4 - <https://www.euractiv.com/section/economy-jobs/news/mexico-wins-cheese-war-over-europe-in-trade-deal/>

5 - <https://www.tsln.com/news/us-dairy-criticizes-gi-provision-in-eu-mexico-agreement-while-eu-farmers-praise-it/>

6 - Art.29 e art. 31, comma 1, D.Lgs. 19 marzo 1996, n. 198

Além desses reconhecimentos a nível Europeu, em países com mais tradição como Itália e França há a criação de certificados, sobretudo nos vinhos, desde a proteção genérica de produtos (vinhos de França) até os produtos mais exclusivos de uma específica localidade e de uma produtora (vinho de uma vinícola). Se configura assim para um produto como o vinho, além dos selos europeus principais uma certificação que acolhe também a segmentação do mercado interno, sendo que o produto será certificado por vários selos de qualidade e não somente para uma IG.

Figura 2 Certificados básicos de Indicação Geográfica - IG na Europa



Fonte: <http://www.calendarios.info/denominacoes-indicacoes-geograficas/>

Em idioma português os selos são os seguintes: DOP – IGP – ETG. Em relação a legislação pode-se comparar DOP com DO Brasileira e IGP com IP Brasileira. Em relação ao marco legal brasileiro a EU tem três certificações contra duas no Brasil. Se percebe na EU que a estratégia de marca e de proteção da qualidade local tem uma atuação estratégica extremamente especializada em marketing local e de grande impacto comercial. Esta evolução histórica depende do fato que a Europa lidera desde o século XVIII o comércio internacional de marcas de produtos tradicionais e sobretudo vinhos e alcoólicos. Dificilmente outros países poderão competir no futuro se não alcançar os níveis de especialização de promoção local como a europeia.

O foco nas IG é portanto o controle da produção por meio do processo e dos recursos locais por meio da proteção do renome e com isso proteger o consumidor. O renome é ligado a um nome geográfico típico regional que existe em maneira difusa em toda Europa por motivações históricas. Assim a nome geográfico embutido

nos produtos é parte relevante para identificar a origem pois nasce historicamente e deve ser considerado indivisível do nome do produto. Em outras palavras é como se houver um direito de uso sobre o nome geográfico também porque muitos desses nomes não são os atuais usados nas divisões administrativas e estatísticas nacionais, mas são nomes de relevância histórica como por exemplo a região do vinho francês mais famoso: Champagne, ou do queijo suíço: Hemmental. Assim um nome geográfico histórico é de propriedade de quem? Dos que moram na região ou da coletividade nacional? Os Europeus optaram para o local. Obviamente isso pode criar problemas quando o nome histórico é o mesmo usado atualmente como o da cidade histórica de Parma na Itália que produz queijo, presunto, leite e outros produtos protegidos..

EUA

Os EUA por sua vez consideram a IG como marca e não uma certificação específica local separada do sistema de marcas. Isso porque os EUA não diferenciam a IG com base em considerações sociais, históricas e comerciais como um sistema diferente de proteger direitos no mercado. Então as marcas que são ligadas às regiões históricas existem mas têm menor peso que na Europa. Mesmo assim a marca e a IG na EU são diferenciados por diferentes características de duração e defesa por parte do Governo.

A Indicação Geográfica nos EUA não estende a proteção do nome geográfico às organizações por fins comerciais. Não é possível registrar um nome geográfico exclusivo como marca descritiva da origem de um produto. Isso porque se considera que os consumidores podem se confundir com produtos de diferentes localidades, por produtos com função igual. É um sistema que garante que quem se sentir danificado com a certificação pode pedir anulação da IG. Ao contrário da Europa e do Brasil a legislação dos EUA entende que a proteção maior não deve ser concedida à certificação e aos produtores criando monopólios dos nomes geográficos, mas deve garantir a todos os produtores (industriais e artesanais) a mesma proteção em relação ao nome geográfico. Isso se encaixa na lógica de proteção local, antimonopolista e de abertura do comércio

presente na legislação e na política americana de sempre, pelos menos no posicionamento teórico desde o início dos EUA.

Então a IG nos EUA é qualquer nome, símbolo para definir uma parte do bem ou serviço. Existem três tipos de certificação geográfica: 1) regional; 2) bem, modo de fabricação, qualidade, características do bem o serviço; 3) certificação de conformidade, ou marca de certificação (como no Brasil). A certificação geográfica é determinada nos Estados com autorização da administração pública. São considerados dois elementos: primeiro preservar a liberdade de todos na região de usar o nome geográfico, segundo prever abusos o uso ilegal do nome em detrimento de todos os que podem usá-lo. A lógica desse posicionamento é que, em termos gerais uma pessoa física ou uma empresa não consegue garantir que uma marca possa cumprir estas restrições e, portanto ao final somente o governo regional pode controlar e gerenciar o uso do nome geográfico. O governo tem autoridade em prever o uso ilegal do nome da marca.

A diferencia então entre a posição dos Europeus e os Americanos resulta do fato que esses últimos não querem colocar em uma IG a exclusividades do nome geográfico porque este, imbutido em uma certificação de IG é equivalente a uma marca (uma propriedade privada) e não permite mais que todos podem usar o nome e não consegue prever abusos. Segundo esta logica, para os Americanos, os Europeus colocando um nome nome geográfico em uma marca vão inibir para outros o uso do mesmo nome que é patrimonio de todos.

Esta interpretação não falta de lógica. Por exemplo produtos da região de vinhos franceses como Champanhe e produtos de Parma poderiam ter este efeito se tiver marcas por exemplo de produtos não alimentícios da mesam região. Que tal um vestido Champanhe ou um calçado Parmesão? Até hoje não tive conflitos de marca nesses casos, mas teoricamente poderia ter se tudo fosse relativo ao nome geográfico somente. Em suma, a nosso ver, na visão do direito dos EUA a questão é anular a certificação geográfica para preservar direitos de todos sobre o nome da origem geográfica enquanto na Europa a ideia é usar o nome da origem geográfica para preservar os direitos.

CHINA

O terceiro exemplo de grande bloco econômico é a China. Com base no artigo 16 da lei sobre marcas da China (CHINA Trademark Law 2014)⁷ se define a IG como: sinais que identificam o lugar de origem dos bens pelos quais os sinais são usados onde é explicada sua qualidade, reputação ou outras características definidas principalmente para fatores naturais ou culturais de uma região. Entretanto, nessa interpretação, a IG pode ser somente uma marca, simples ou coletiva ou de certificação e deve ser autorizada pela organização IG da região no China Trade Mark Office (CTMO).

Em relação às leis chinesas de marcas coletivas o proprietário da marca coletiva não pode impedir o uso da IG se um produtor produz o bem ou o serviço na mesma região e na mesma forma quando ele não é parte da associação que há registrado a marca coletiva e IG. Ou seja a proteção da IG é fraca a respeito das imitações dos concorrentes.

As IG podem ser registradas na *Administration for Quality, Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ)* que protege produtos de uma particular região geográfica com reputação de qualidade ou outras características relacionadas a fatores naturais e humanos e culturais com o nome da região depois de um exame e uma aprovação. Estes produtos são:

1. produtos cujo cultivo é da região;
2. produtos feitos com partes todos ou parcialmente de materiais de uma região produzidos ou processados com tecnologias em uma região

7 - www.ccpit-patent.com.cn/node/4132 Following the ratification in 2001 of the TRIPs, the People's Republic of China has over time put in place a system of protection of Geographical Indications which embraced both the "sui generis" and the typical trademark-related system, headed by three institutions: State Administration for Industry & Commerce and Trademark Office (SAIC) Administration for Quality, Supervision, Inspection and Quarantine (AQSIQ) Ministry of Agriculture (MoA). Current data confirms that out of 2,790 GIs registered as collective and certification marks, by June 2015, only 83 were foreign, of which 58 European: 33 French, 18 Italian, followed by 3 UK, 2 German and 2 Spanish.

Em relação a IG a China possui uma legislação bastante aberta (no sentido que abre a possíveis imitações de emarcas) que não ressalta a proteção local ou da origem geográfica pois entende a IG principalmente como marca coletiva comercial e de certificação. Assim a proteção é ligada principalmente ao controle sobre produção com métodos e materiais definidos e secundariamente ao território e as tradições locais. Esta ordem parece invertido a respeito a lógica europeia.

Além dessas regras, a negociação da China com outros países, em relação a IG, se faz com trocas iguais ou seja cada marca registrada na China deve ter uma contrapartida no exterior. A localidade fica então sempre uma característica secundária na negociação comercial. Pode-se dizer que a IG na China é reduzida a pura marca e, mesmo incluindo a tradição ou as características da localidade, foca na produção e da defesa do comércio externo aos lugares. A visão comercial Chinesa é interessante pois não visa um monopólio de nomes locais como acontece nos EUA, mas por motivos diferentes. Os EUA querem proteger todos nomes geográficos do uso em produtos, enquanto a China quer desproteger todos nome geográficos deixando-o ligados a produtos para vender em todos os mercados.

Com isso EUA e China com a legislação que privilegia as marcas, se afastam da posição Europeia que tem uma legislação *sui generis*. Separando o nome geográfico da marca coletiva, EUA e China, têm o mesmo efeito, reduzir a IG a marca distintiva evitando o monopólio dos lugares, mas para duas motivações diferentes. Evidentemente os Europeus querem manter o monopólio do nome geográfico dos lugares, sobretudo os históricos, pois a IG nasce historicamente para defender a produção local e o renome ganho no longo do tempo. Isso afeta o comércio impondo nichos protegidos que nem EUA nem China querem, apelando-se a noção econômica de livre comércio. Esta também é chamada da especialização internacional na economia, mas politicamente é a lei da nação economicamente mais forte.

CONCLUSÃO

As IG, e em geral as marcas, são parte de uma estratégia comercial nacional que articula produtores privados, administração local e nacional e protegem produtores locais e consumidores. O sistema de proteção intelectual, e as IG, dependem das culturas comerciais nacionais e são usadas nas negociações internacionais. Se tiver uma estratégia local e nacional para IG esta é usada nos tratados. Então é necessário entender as interpretações de IG em diferentes blocos para não ficar despreparados nas negociações.

A interpretação de IG presente no art. 22 do TRIPs deixa algum espaço de interpretação em relação a maneira de usar o nome geográfico comercialmente. Tendo em vista que a garantia de qualidade e dos controles depende do processo de produção, mas também da matéria prima local isso implica uma diferente proteção pelo consumidor. A relação entre a proteção do consumidor e do nome geográfico mostra as diferentes estratégias e culturas comerciais internacionais relacionadas a produtos locais e seu comércio nacional e internacional.

Pode-se dizer em relação ao Brasil que a dificuldade no desenvolvimento de IG e estratégias comerciais internacionais e as negociações relacionadas não se encontram somente no processo de formalização dos pedidos, como muitos afirmam. Há burocracia também no exterior mesmo sendo ela menor. O cerne, em nosso ver, está em conseguir uma visão geral, uma estratégia comercial global e local, e uma política comercial nacional articulada.

O problema para todas as nações em relação a IG é conseguir reunir a comunidade local em um projeto comum e articular o projeto com um projeto nacional e global. São diferentes níveis de governança a ser articulados. O grande desafio assim é em associar, em liderar, em produzir informações valiosas para o cliente e orientar os produtores com uma política comercial que valorize o local e garanta a qualidade.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

MATOS L. A. I. e LA ROVERE R. L. As diferentes interpretações dos conceitos de indicações geográficas por instituições Brasileiras DRd – **Desenvolvimento Regional em debate** (ISSNe 2237-9029) v. 7, n. 1, p. 4-24, maio 2017.

BRASIL. Lei nº 9.279/1996. Regula direitos e obrigações relativos à Propriedade Industrial, inclusive indicações geográficas. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm. Acesso em 05 de maio de 2018.

BRASIL. Instrução Normativa nº 25/2013 do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI). Estabelece as condições para o Registro das Indicações Geográficas. Disponível em: http://www.inpi.gov.br/legislacao-1/in_25_21_de_agosto_de_2013.pdf. Acesso em 08 de maio de 2018.

UNIÃO EUROPEIA. Guidelines of the European Commission concerning the enforcement by EU customs authorities of intellectual property rights with regard to goods, in particular medicines, in transit through the EU. *Confidencial* Projeto UNESCO - Relatório 2 - Junho de 2017.

WTO. TRIPS Gateway. Disponível em: https://www.wto.org/english/tratop_e/trips_e/trips_e.htm. Acesso em 12 de maio de 2018.

WIPO. WIPO Administered Treaties. Disponível em: <http://www.wipo.int/treaties/en/> *Confidencial*. Projeto UNESCO - Relatório 2 - Junho de 2017. Acesso em 12 de maio de 2018.

UNIÃO EUROPEIA. Directive 2006/116/EC of the European Parliament and of the Council of 12 December 2006 on the term of protection of copyright and certain related rights. Disponível em: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX%3A32006L0116>. Acesso em 11 de maio de 2018.

UNIÃO EUROPEIA. Commission notice n° C/2016/4032 on the customs enforcement of Intellectual Property Rights concerning goods brought into the customs territory of the Union without being released for free circulation including goods in transit. Disponível em: [http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:52016XC0705\(02\)](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:52016XC0705(02)). Acesso em 14 de maio de 2018.

UNIÃO EUROPEIA. Commission notice n° 2016/C 244/03 on the customs enforcement of Intellectual Property Rights concerning goods brought into the customs territory of the Union without being released for free circulation including goods in transit. Disponível em: http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.C_.2016.244.01.0004.01.ENG&toc=OJ:C:2016:244:FULL. Acesso em 14 de maio de 2018.

UNIÃO EUROPEIA. Commission Regulation (EC) No 772/2004 on the application of Article 81(3) of the Treaty to categories of technology transfer agreements. Disponível em: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32004R0772&from=EN>. Acesso em 14 de maio de 2018.

UNIÃO EUROPEIA. Directive 2001/29/EC of the European Parliament and of the Council of 22 May 2001 on the harmonisation of certain aspects of copyright and related rights in the information society. Disponível em: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32001L0029:EN:HTML>. Acesso em 14 de maio de 2018.

UNIÃO EUROPEIA. Council Regulation (EC) n° 6/2002 de 12 Dezembro de 2001 relativa aos desenhos industriais on Community designs (estabelece o sistema de obtenção de registro de desenhos industriais desenho da União Europeia, perante a EUIPO). Disponível em: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:32002R0006>. Acesso em 14 de maio de 2018.

UNIÃO EUROPEIA. Directive 98/71/EC of the European Parliament and of the Council of 13 October 1998 on the legal protection of designs. Disponível em: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX%3A31998L0071>. Acesso em 14 de maio de 2018.

UNIÃO EUROPEIA. Directive 2004/48/EC of the European Parliament and of the Council of 29 April 2004 on the enforcement of intellectual property rights. Disponível em: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=O-J:L:2004:195:0016:0025:en:PDF>. Acesso em 14 de maio de 2018.

UNIÃO EUROPEIA. Regulation (EU) No 608/2013 of the European Parliament and of the Council of 12 June 2013 concerning customs enforcement of intellectual property rights and repealing Council Regulation (EC) No 1383/2003. Disponível em: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=O-J:L:2013:181:0015:0034:en:PDF>. Acesso em 14 de maio de 2018.

UNIÃO EUROPEIA. Regulation (EU) no. 1151/2012 of the European Parliament and of the Council of 21 November 2012 on quality schemes for agricultural products and foodstuffs. Disponível em: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2012:343:0001:0029:en:PDF>. Acesso em 14 de maio de 2018.

WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION - WIPO. International Treaties and Conventions on Intellectual Property. WIPO Intellectual Property Handbook: Policy, Law and Use, n. 489(E), 2008.

WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION - WIPO. Development Agenda for WIPO. Disponível em: <http://www.wipo.int/ip-development/en/agenda>. Acesso em 12 de maio de 2018.

WIPO. Joint Recommendation Concerning Provisions on the Protection of Well-Known Marks adopted by the Assembly of the Paris Union for the Protection of Industrial Property and the General Assembly of the WIPO at the Thirty-Fourth Series of Meetings of the Assemblies of the Member. Disponível em: <http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/marks/833/pub833.pdf> . Acesso em 12 de maio de 2018.

WIPO. States of WIPO on 20 to 29 September 1999. Disponível em: <http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/marks/833/pub833.pdf>. Acesso em 12 de maio de 2018.

WIPO. Standing Committee on the Law of Patents. Feasibility study on the disclosure of international nonproprietary names (inn) in patent applications and/or patents. Disponível em: http://www.wipo.int/edocs/mdocs/scp/en/scp_21/scp_21_9.pdf). Acesso em 12 de maio de 2018.

WIPO. Standing Committee on the Law of Patents. Report. Disponível em: http://www.wipo.int/edocs/mdocs/scp/en/scp_21/scp_21_12.pdf

WIPO. Summary Table of Membership of the World Intellectual Property Organization (WIPO) and the Treaties Administered by WIPO, plus UPOV, WTO and UN. Disponível em: <http://www.wipo.int/treaties/en/summary.jsp>. Acesso em 12 de maio de 2018.

WIPO Nice Classification: International Classification of Goods and Services – <http://www.wipo.int/classifications/nivilo/pdf/eng/nice/10engp2.pdf>. Acesso em 08 de maio de 2018.

