

CURSO DE DIREITO

Rafael Berté

**INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS: O CAMINHO PARA O DESENVOLVIMENTO DAS
PEQUENAS REGIÕES**

Santa Cruz do Sul
2017

Rafael Berté

**INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS: O CAMINHO PARA O DESENVOLVIMENTO DAS
PEQUENAS REGIÕES**

Trabalho de Conclusão de Curso, modalidade monografia, apresentado ao Curso de Direito da Universidade de Santa Cruz do Sul, UNISC, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Direito.

Prof. Ms. Elia Denise Hammes
Orientadora

Santa Cruz do Sul
2017

TERMO DE ENCAMINHAMENTO DO TRABALHO DE CURSO PARA A BANCA

Com o objetivo de atender o disposto nos Artigos 20, 21, 22 e 23 e seus incisos, do Regulamento do Trabalho de Curso do Curso de Direito da Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC – considero o Trabalho de Curso, modalidade monografia, do acadêmico Rafael Berté adequado para ser inserido na pauta semestral de apresentações de TCs do Curso de Direito.

Santa Cruz do Sul, 23 de novembro de 2017.

Prof. Ms. Elia Denise Hammes
Orientador

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus por me dar a oportunidade, força e coragem, para nunca desistir e lutar para buscar meus objetivos e sonhos.

Agradeço aos meus pais, Eloir Berté e Silene da Costa Berté, pelo apoio e pelos ensinamentos dados. Mesmo distante, são minha base e proteção.

Agradeço aos meus irmãos, Pâmela, Marina e Cristian Berté, pela amizade, pelo companheirismo e por torcerem pelo meu sucesso.

Agradeço aos meus colegas e amigos do trabalho, especialmente as coordenadoras de meu setor, pelo apoio recebido e pelas palavras de perseverança.

Agradeço minha orientadora, Elia Denise Hammes pela paciência, pela compreensão e pela sabedoria repassada a mim.

Agradeço meus parentes e amigos, pela compreensão e por estarem ao meu lado, nas horas boas e ruins.

Por fim, agradeço minha esposa Simone Berté, a pessoa imprescindível nesta caminhada. Sempre meu lado, seu apoio foi fundamental para a conquista deste objetivo tão sonhado e buscado durante grande parte de nossas vidas.

Enfim, a todos que de uma maneira ou outra me apoiaram nesta jornada, o meu muito obrigado.

RESUMO

O presente trabalho monográfico trata do tema “indicações geográficas: o caminho do desenvolvimento das pequenas regiões”. Pretende-se, à luz da literatura recente e relevante a propósito da situação em tela, analisar, discutir e apresentar os principais aspectos teóricos que envolvem essa problemática. Para tanto, este trabalho será desenvolvido utilizando o método hermenêutico, sendo realizada uma análise através de critérios objetivos, buscando-se interpretar o contexto histórico e contemporâneo, além do próprio texto legal sobre o tema. No que se refere à técnica utilizada na elaboração do presente trabalho, será a de pesquisa bibliográfica, que consiste na leitura e revisão do material existente sobre o assunto, especialmente, livros, monografias, artigos, base de dados e outros estudos científicos, assim como, buscas na rede mundial de computadores, permitindo uma ampla pesquisa e estudo. Partindo-se do pressuposto de que as indicações geográficas possuem uma legislação recente no âmbito nacional e de pouca divulgação em nossa sociedade, este trabalho objetiva o leitor a conhecer e desvendar suas características, aplicação através da legislação vigente, de casos concretos e do sucesso no reconhecimento das regiões brasileiras por possuírem capacidade de oferecer serviços e produtos diferenciados ligados exclusivamente ao local e as pessoas. Diante disso, as indicações geográficas apresentam-se como um modelo de desenvolvimento que contempla a todos da região protegida e torna-se um caminho para o progresso do campo e da cidade.

Palavras-chave: indicações geográficas; desenvolvimento; pequenas regiões.

ABSTRACT

This monographic work deals with the theme "geographical indications: the way of development of small regions". It is intended, in the light of the recent and relevant literature on the situation in view, to analyze, discuss and present the main theoretical aspects that involve this problem. To do so, this work will be developed using the hermeneutical method, and an analysis through objective criteria, seeking to interpret the historical and contemporary context, as well as the legal text on the subject. With regard to the technique used in the preparation of the present work, it will be the bibliographical research, which consists of reading and reviewing existing material on the subject, especially books, monographs, articles, database and other scientific studies, as well as, searches the world wide web, allowing extensive research and study. Based on the assumption that the geographical indications have a recent legislation in the national scope and of little diffusion in our society, this work aims the reader to know and to unveil its characteristics, application through the current legislation, concrete cases and the success in the recognition of the Brazilian regions because they have the capacity to offer differentiated services and products linked exclusively to the place and the people. Given this, the geographical indications are presented as a development model that contemplates all of the protected region and becomes a way for the progress of the countryside and the city.

Keywords: geographical indications; development; small regions

LISTA DE ABREVIATURAS

ABAPI	Associação Brasileira dos agentes da Propriedade Industrial
ADPIC	Acordo sobre os Aspectos dos Direitos da Propriedade Intelectual Relacionadas ao Comercio
APROVALE	Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos
CF	Constituição Federal
CUP	Convenção da União de Paris
DO	Denominação de Origem
GRU	Guia de Recolhimento da União
IBRAC	Instituto Brasileiro da Cachaça
IG	Indicação Geográfica
INMETRO	Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia
INPI	Instituto Nacional da Propriedade Industrial
IP	Indicação de Procedência
LPI	Lei da Propriedade Industrial
MAPA	Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
OMC	Organização Mundial do Comércio
OMPI	Organização Mundial da Propriedade Intelectual
ONUBR	Organização das Nações Unidas Brasil
PCT	Tratado de Cooperação em Matéria de Patentes
SUFRAMA	Superintendência da Zona Franca de Manaus
UPOV	União para a Proteção de Obtenções Vegetais

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	08
2	PROPRIEDADE INTELECTUAL.....	10
2.1	A amplitude da Propriedade Intelectual.....	11
2.2	O direito autoral.....	14
2.3	As demais proteções adotadas no Brasil.....	19
3	A PROPRIEDADE INDUSTRIAL.....	21
3.1	O marco normativo da propriedade industrial.....	23
3.2	As patentes de invenção e modelo de utilidade.....	26
3.3	O desenho industrial.....	29
3.4	A marca.....	31
3.5	A repressão à concorrência desleal.....	35
4	A INDICAÇÃO GEOGRÁFICA.....	39
4.1	A indicação geográfica no Brasil.....	43
4.1.1	Indicação de procedência.....	47
4.1.2	Denominação de origem.....	49
4.2	Procedimento para concessão de uma indicação geográfica.....	51
4.3	O caso da indicação geográfica da cachaça do Brasil.....	53
5	CONCLUSÃO.....	55
	REFERÊNCIAS	57

1 INTRODUÇÃO

O instituto Indicação Geográfica é um ramo da Propriedade Intelectual relacionado ao desenvolvimento das pequenas regiões no Brasil. Neste sentido, se busca desvendar quais os atrativos peculiares de cada região e o que é necessário, no âmbito jurídico e econômico, para que cada local que possua um produto ou serviço diferenciado atinja a sua valorização.

Neste contexto, o trabalho procura apontar e buscar soluções para que as regiões que possuem capacidade de ser uma IG encontrem maior facilidade e menor burocracia na sua certificação. Noutro ponto, verifica-se que se há conflito de normas referente às leis estrangeiras sobre o tema.

Diante disso, as indicações Geográficas, que são considerados modelos de desenvolvimento e valorização regional, contemplam produtos e serviços diferenciados devidos exclusivamente das condições do espaço e da interferência humana, em todo o território nacional. Para obter este reconhecimento, existe um longo e exaustivo processo.

O desenvolvido deste trabalho torna-se de suma importância por que o Brasil possui uma extensão continental de terras e, nas inúmeras microrregiões, existem produtos e serviços que se diferenciam pela qualidade e excepcionalidade.

Este trabalho monográfico será desenvolvido utilizando o método hermenêutico, sendo realizada uma análise através de critérios objetivos, buscando-se interpretar o contexto histórico e contemporâneo, além do próprio texto legal sobre o tema.

Desta forma, o primeiro capítulo deste trabalho tem como objetivo examinar a evolução e a proteção da propriedade intelectual nos âmbitos nacional e mundial. Adiante, o estudo concentra-se no direito autoral, ramo da propriedade intelectual de extrema importância e que possui legislação específica. Por fim, o capítulo analisa as demais proteções relacionadas à propriedade intelectual vigentes na legislação brasileira.

O segundo capítulo têm por objetivo o estudo da evolução da propriedade industrial e sua importância para a propriedade intelectual. Além de seu contexto histórico, o capítulo examina os institutos da propriedade industrial, que são patentes, desenho industrial e as marcas, e suas formas de registro junto à legislação vigente. Ademais, o capítulo apresenta o marco normativo da propriedade industrial no Brasil e a repressão à concorrência desleal.

Finalmente, o terceiro capítulo estuda o objetivo do trabalho: as indicações geográficas. Neste espaço, é mostrada a importância deste instituto, bem como a sua relevância no desenvolvimento social, as suas subdivisões e as condições para a concessão de seu registro. Estuda-se a lei vigente no país e procura examinar os aspectos positivos e negativos do instituto. Por fim, se tem uma atenção especial à indicação geográfica “cachaça do Brasil”, por possuir uma proteção diferenciada e compreendida em todo o território nacional.

2 A PROPRIEDADE INTELECTUAL

O presente estudo visa apresentar o tema de Indicações Geográficas-IGs como de grande significado dentro do campo Propriedade Intelectual. As IGs são modelos de desenvolvimento das pequenas e médias regiões, e serão tratadas neste Trabalho de Conclusão do Curso.

O tema propriedade intelectual está diretamente ligada ao cotidiano das pessoas. Todos os dias, em todo o mundo, pessoas estão se beneficiando da propriedade intelectual. Conforme Aurélio (2017), a palavra propriedade significa o direito pela qual alguma coisa pertence a alguém. O mesmo dicionário refere-se a intelectual, como à inteligência, espiritualidade, capacidade de compreender e inventar. Neste sentido, propriedade intelectual refere-se a criações de espírito humano. (2016, www.inpi.gov.br)

Quando ouvimos uma musica no caminho para o trabalho, a propriedade intelectual está protegida através do Direito do Autor. O mesmo ocorre quando uma embalagem plástica possui uma forma peculiar, está protegida pelo Desenho Industrial. Estas proteções visam à segurança jurídica aos autores e inventores dando a propriedade de seus atos inventivos.

Esta preocupação quanto à proteção de propriedade deu-se através do tempo e da evolução da humanidade. Antes de Cristo, já existia uma preocupação com o valor imaterial dos bens. Segundo Porto (2007), através de esculturas e pinturas, os artistas gregos modificaram o estilo de suas vidas, percebendo que o valor de seus trabalhos estava além do mundo material. Na Roma Antiga havia uma preocupação clara e sensível sobre os bens materiais. Esta preocupação perdura nos tempos de hoje, conforme o Art. 1269, do Código Civil “Aquele que, trabalhando em matéria-prima em parte alheia, obtiver espécie nova, desta será proprietário, se não se puder restituir à forma anterior”.

De acordo com Barbosa (2003), em 1967, a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) foi criada com objetivo proteger a Propriedade Intelectual. Através da Convenção da OMPI foi definido que Propriedade Intelectual é a soma dos direitos relativos às obras literárias, artísticas e científicas, às interpretações dos artistas intérpretes e às execuções dos artistas executantes, aos fonogramas e às emissões de radiodifusão, às invenções em todos os domínios da atividade humana, às descobertas científicas, aos desenhos e modelos industriais, às marcas industriais, comerciais e de serviço, bem como às firmas comerciais e

denominações comerciais, à proteção contra a concorrência desleal e todos os outros direitos inerentes à atividade intelectual nos domínios industrial, científico, literário e artístico.

Segundo as Nações Unidas do Brasil (ONUBR), a OMPI, com sede em Genebra, possui a incumbência de se dedicar à atualização e proposição de padrões internacionais de proteção às criações intelectuais em âmbito mundial. O Tratado de Cooperação em Matéria de Patentes (PCT) inicialmente criado em 19 de junho de 1970 com o objetivo de constituir os estados participantes uma cooperação em matéria de depósito, pesquisa e exame de pedidos de proteção de patente; o Convênio Internacional para a Proteção de Obtenções Vegetais (UPOV) de 02 de dezembro de 1961, que no Brasil está legislado pelo Decreto nº 3.109 de 30 de junho de 1999; e o Protocolo de Madrid de 1891, sobre o registro internacional de marcas, são exemplos da atuação da OMPI.

De acordo com a ONUBR (2017), a OMPI possui algumas funções específicas. Tais como: estimular a proteção da Propriedade Intelectual em todo mundo através da cooperação entre os Estados; estabelecer e estimular a atividade intelectual criadora e facilitar a transmissão de tecnologia relativa à Propriedade Industrial para países em desenvolvimento, como o Brasil, por exemplo; também incentivar a negociação de novos tratados internacionais e a modernização das legislações nacionais.

No âmbito nacional, em 2009 foi criado o escritório da OMPI na Brasil na cidade do Rio de Janeiro. De acordo com a ONUBR (2017), a criação deste escritório tem como objetivo colocar a OMPI mais perto das regiões interessadas em Propriedade Intelectual e promover novos enfoques e formas de interação e vinculação entre o setor produtivo e os usuários do sistema de Propriedade Intelectual.

2.1 A amplitude da propriedade intelectual

Durante o período de colônia, o Brasil sofreu muitas restrições de Portugal, referente a qualquer desenvolvimento de indústria ou lavoura produzidos na Europa. De acordo com a Associação Brasileira dos Agentes da Propriedade Industrial-ABAPI (1998),

tratava-se de medida estratégica dentro da lógica do sistema colonial mercantilista estabelecido e foi adotada de forma generalizada pelas metrópoles europeias. A restrição permitia a formação de monopólios

comerciais que asseguravam a transferência das riquezas das colônias para as metrópoles. As restrições culminaram com o Alvará da rainha Dona Maria I, de 1785, que proibia drasticamente as fábricas, indústrias e manufaturas na Colônia. Com a vinda da Família Real e a consequente transferência do centro de decisões do Império Colonial Português para o Brasil, em 1808, a questão das patentes se colocou de imediato.⁴ Ainda naquele ano foi revogado o Alvará de 1785.⁵ No ano seguinte, através de outro Alvará, foram adotadas diversas medidas voltadas para o desenvolvimento industrial: isenção de direitos à importação de matérias-primas, isenção de direitos à exportação de produtos manufaturados e, entre outras, a concessão de privilégios aos inventores e introdutores de novas máquinas, que teriam o direito exclusivo de explorar a invenção por catorze anos. (ABAPI,1998, p.16)

De acordo com Barbosa (2003), a primeira lei de patentes aplicável ao Estado Brasileiro foi no ano de 1809 por D. João VI. Conforme o mesmo autor, possivelmente este Alvará Régio foi o primeiro Plano de Desenvolvimento Econômico do país e colocou o Brasil entre uma das quatro nações pioneiras a legislar sobre a propriedade intelectual.

Entre algumas medidas do Alvará de 1809, criou-se proteção aos inventos e incentivos ao desenvolvimento da tecnologia estatal dando privilégio exclusivo aos inventores e introdutores de qualquer tipo de máquina que ajudasse com a evolução da sociedade local. Neste sentido, este decreto buscava o desenvolvimento coletivo através dos inventos individuais

sendo muito conveniente que os inventores e introdutores de alguma nova máquina e invenção nas artes gozem do privilégio exclusivo, além do direito que possam ter ao favor pecuniário, que sou servido estabelecer em benefício da indústria e das artes, ordeno que todas as pessoas que estiverem neste caso apresentem o plano de seu novo invento à Real Junta do Comércio; e que esta, reconhecendo-lhe a verdade e fundamento dele, lhes conceda o privilégio exclusivo por quatorze anos, ficando obrigadas a fabricá-lo depois, para que, no fim desse prazo, toda a Nação goze do fruto dessa invenção. Ordeno, outrossim, que se faça uma exata revisão dos que se acham atualmente concedidos, fazendo-se público na forma acima determinada e revogando-se todas as que por falsa alegação ou sem bem fundadas razões obtiveram semelhantes concessões. (BARBOSA, 2003, p 14)

Segundo Barbosa (2003), as leis que substituíram o Alvará de 1809, tiveram uma relação entre a inventiva nacional e o capital estrangeiro. Sob a uma lei de 28 de agosto de 1830, apenas o inventor nacional obtinha deferimento de patente. Se caso ficasse provado o mesmo invento no exterior, a concessão brasileira seria nula. Aqueles que se estabelecessem no Brasil com tecnologias novas para o país, a lei previa uma espécie de subsídio.

Segundo a ABAPI (1998), a primeira patente registrada e com o amparo do Alvará Régio de 1809, foi uma máquina de descascar café, de Luiz Louvain e Simão

Clothe, requerido junto a Real Junta do Comercio, pelo período de cinco anos.

Mesmo que as legislações de 1809 e 1830 tinham como objetivo o desenvolvimento da industrialização no Brasil, os resultados obtidos, não foram os esperados. Consoante a ABAPI (1998), a evolução da industrialização no Brasil, deu-se na década de 1840, especialmente através da polemica Tarifa Alves Branco. Segundo o ministro da fazenda, Alves Branco, as tarifas alfandegárias foram diminuídas visando o desenvolvimento da indústria nacional. Este método era frequentemente utilizado na Europa. Segundo a obra, com esta tarifa a industrialização continuou modesta e através do café, foi aos poucos se desenvolvendo.

Embora tivesse curta duração, a Tarifa Alves Branco deu origem a pequenas manufaturas, sem maior importância no contexto econômico do país. A indústria continuou bem modesta até o início da República. Foi a agricultura do café que estimulou a industrialização brasileira no século XIX. Primeiro foram produtos ligados à sua manipulação: descaroçadoras, manufaturas de sacos etc. Mais tarde, com o decorrente aumento da população e a urbanização, surgiram estimulantes mercados para as indústrias de tecidos e alimentos. Os registros de patentes concedidas no período confirmam esse quadro. A maior parte deles estava associada à produção cafeeira e à indústria de roupas e alimentos. Misturavam-se com curiosos inventos, como uma fórmula química que prometia eliminar o potencial explosivo do querosene. (ABAPI, 1998, pag. 21).

Conforme ABAPI (1998), países como Itália, Alemanha e Japão, promoviam um neocolonialismo através dos transportes marítimos e remodelavam o mapa-múndi. Novos impérios coloniais se formaram, incluindo o reinado de Dom Pedro II no Brasil. Através do monarca, acordos bilaterais assinados com França, Alemanha, Itália, Estados Unidos, Portugal e Dinamarca, potencializaram a preocupação com as patentes no âmbito internacional. A partir da Convenção de Paris, de 1883, as marcas, patentes e desenhos industriais passaram a ter normas de proteção. Conforme ABAPI (1998), “o Brasil foi o único país da América do Sul signatário do documento original da convenção.” (ABAPI, 1998, p. 23).

De acordo com a Associação, o Brasil presenciou a Convenção de Berna, que tinha como objetivo a proteção aos direitos autorais. Após a convenção, a proteção aos direitos autorais nos países signatários foi automática. Já no início do século XX, as convenções interamericanas foram realizadas com o objetivo de “centralizar o registro de obras literárias e artísticas, patentes, marcas, desenhos e modelos, assegurando a proteção da propriedade intelectual e industrial.” (ABAPI, 1998, p. 24).

Nos dias atuais, a legislação brasileira prevê proteção em todos os campos da

Propriedade Intelectual. No Direito Autoral, a proteção comporta o Direito do Autor, os Direitos Conexos e os Programas de Computador. Na Propriedade Industrial, a proteção se estende a Marca, a Patente, o Desenho Industrial, as Indicações Geográficas e no Segredo Industrial e Repressão a Concorrência Desleal. Na proteção *Sui Generis*, são englobados a Topografia de Circuito Integrado, o Cultivar e o Conhecimento Tradicional.

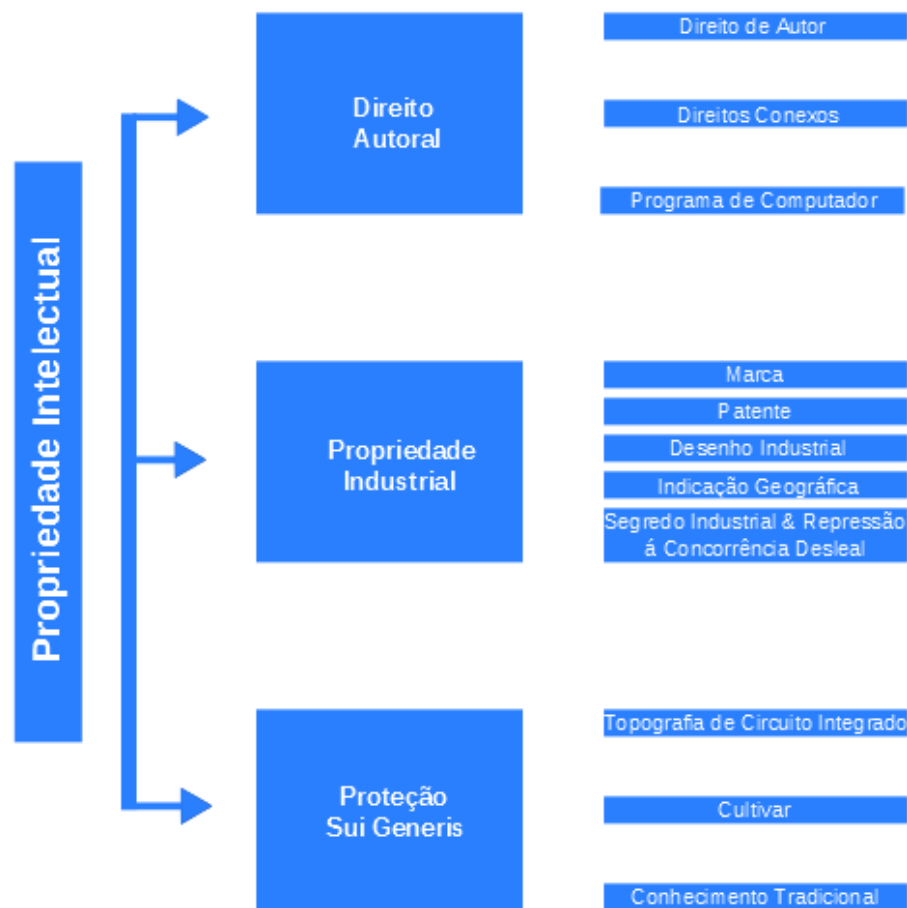


Tabela 1: Fonte: <http://200.201.88.180/nit/index.php/propriedade-intelectual/o-que-e-propriedade-intelectual>

2.2 O direito autoral no Brasil

O direito autoral é um importante campo dentro da Propriedade Intelectual. Segundo o INPI (2016), os direitos de autor tratam sobre a proteção do espírito humano, que são expressões artísticas, literárias e científicas. As proteções incluem os textos, as músicas, obras de arte, como as pinturas e esculturas, e as obras tecnológicas, como por exemplo, os programas de computador e as bases de dados

eletrônicas.

No Brasil, os direitos autorais e conexos são regidos pela Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, conforme seu artigo primeiro: “Art 1º Essa Lei regula os direitos autorais, entendendo-se sob esta denominação os direitos de autor e os que lhes são conexos.”.

Em relação à Constituição Federal, os direitos autorais estão expressamente mencionados no Art. 5º, incisos XXVII e XXVIII:

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

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

XXVIII - são assegurados, nos termos da lei:

- a) a proteção às participações individuais em obras coletivas e à reprodução da imagem e voz humanas, inclusive nas atividades desportivas;
- b) o direito de fiscalização do aproveitamento econômico das obras que criarem ou de que participarem aos criadores, aos intérpretes e às respectivas representações sindicais e associativas.

Para Ferreira (1997), no inciso XXVII, do Art. 5º da CF, a propriedade protegida é imaterial. No momento que um autor publica a sua obra, trazendo para o público a sua criação, há ligação de dupla natureza. A primeira é de ordem moral, de ser reconhecido o direito personalíssimo do autor. A segunda é em relação à integridade da obra que não pode ser alterada ou modificada sem o expresso consentimento do autor.

Segundo Ferreira (1997), estes direitos são intransmissíveis. Conforme o autor poderá haver os direitos transmissíveis no momento da venda da obra à editora, por exemplo, ou através do *causas mortis*, quando o autor transfere o direito da obra por meio de testamento. De acordo com o artigo 41 da Lei nº 9.610/98, os direitos patrimoniais do autor perduram por setenta anos contados do 1º de janeiro do ano subsequente do seu falecimento, caindo à obra em domínio público.

O inciso XXVIII, do Art. 5º da CF, protege às participações individuais em obras coletivas e divide-se em alínea “a” e “b”. Em relação à alínea “a”, Ferreira (1997) explica que em muitas obras existe o envolvimento e a participação de mais pessoas. No campo científico, as longas pesquisas envolvem mais de um cientista e existe uma conjugação de esforços que devem receber a proteção individual para

cada trabalho realizado. Na alínea “b”, Ferreira (1997) salienta que além de criar, o artista possui o direito de fiscalizar a sua obra. De acordo com o autor,

não basta que o artista, seja ele cantor, músico, ator de teatro ou de televisão, tenha direitos sobre a reprodução de suas obras ou participações. É necessário que se lhes dê o direito de fiscalizar as reproduções que são feitas, pessoalmente ou através de suas representações sindicais ou associativas. Estas terão melhores condições para fazê-lo, pois os artistas estarão ocupados em outros trabalhos, enquanto seus trabalhos anteriores são explorados comercialmente em benefício de alguns e em prejuízo de seus criadores e intérpretes. (FERREIRA, 1997. p. 255)

A primeira convenção internacional sobre direitos autorais é a Convenção de Berna de 1886 e elenca em seu Art. 2º as proteções relacionadas ao direito do autor sobre as obras literárias e artísticas,

os termos ‘obras literárias e artísticas’ abrangem todas as produções do domínio literário, científico e artístico, qualquer que seja o modo ou a forma de expressão, tais como livros, brochuras e outros escritos; as conferências, alocuções, sermões e outras obras da mesma natureza; as obras dramáticas ou dramático-musicais; as obras coreográficas e as pantomimas; as composições musicais, com ou sem palavras; as obras cinematográficas e as expressas por processo análogo ao da cinematografia; as obras de desenho, de pintura, de arquitetura, de escultura, de gravura e de litografia; as obras fotográficas e as expressas por um processo análogo ao da fotografia; as obras de arte aplicada; as ilustrações e os mapas geográficos; os projetos, esboços e obras plásticas relativos à geografia, à topografia, à arquitetura ou às ciências.

O Art. 7º da Lei dos Direitos Autorais no Brasil traz em seus treze incisos quais obras intelectuais são protegidas pela criação do espírito, expressas por qualquer meio ou fixadas por qualquer suporte, tangível ou intangível, conhecido ou que se irá inventar no futuro,

I - os textos de obras literárias, artísticas ou científicas; II - as conferências, alocuções, sermões e outras obras da mesma natureza; III - as obras dramáticas e dramático-musicais; IV - as obras coreográficas e pantomímicas, cuja execução cênica se fixe por escrito ou por outra qualquer forma; V - as composições musicais, tenham ou não letra; VI - as obras audiovisuais, sonorizadas ou não, inclusive as cinematográficas; VII - as obras fotográficas e as produzidas por qualquer processo análogo ao da fotografia; VIII - as obras de desenho, pintura, gravura, escultura, litografia e arte cinética; IX - as ilustrações, cartas geográficas e outras obras da mesma natureza; X - os projetos, esboços e obras plásticas concernentes à geografia, engenharia, topografia, arquitetura, paisagismo, cenografia e ciência; XI - as adaptações, traduções e outras transformações de obras originais, apresentadas como criação intelectual nova; XII - os programas de computador; XIII - as coletâneas ou compilações, antologias, enciclopédias, dicionários, bases de dados e outras obras, que, por sua seleção, organização ou disposição de seu conteúdo, constituam uma criação intelectual.

O direito autoral protege as expressões concretas e não as ideias. Para o INPI (2016), enquanto a ideia não se concretiza não há proteção. Como por exemplo, um autor que imagina uma bela história de amor entre dois jovens. Enquanto esta ideia não estiver concretizada através de uma sinopse, de um texto ou de um roteiro, qualquer autor pode imaginar a mesma história e colocá-la sob proteção.

Conforme Art. 8º da Lei dos Direitos Autorais, além das ideias, não são objetos de proteção dos direitos autorais: os procedimentos normativos, sistemas, métodos, projetos ou conceitos matemáticos como tais; os esquemas, planos ou regras para realizar atos mentais, jogos ou negócios; os formulários em branco para serem preenchidos por qualquer tipo de informação, científica ou não, e suas instruções; os textos de tratados ou convenções, leis, decretos, regulamentos, decisões judiciais e demais atos oficiais; as informações de uso comum tais como calendários, agendas, cadastros ou legendas; os nomes e títulos isolados; o aproveitamento industrial ou comercial das ideias contidas nas obras.

A obra literária para ser protegida deve ser original. De acordo com o INPI (2016), o sentido exato deste requisito varia de um país para outro, e, em muitos casos, é determinado através de decisões judiciais. Conforme o INPI (2016), nos países onde se tem por tradição o direito não escrito (*commom law*), muito pouco se exige além de que a obra não seja cópia de outra obra. Nos países com tradição no direito civil, os requisitos para aquisição do direito são mais rígidos e que a obra obrigatoriamente tenha que levar a marca da personalidade do autor e mínimo de criatividade.

O autor da obra possui dois direitos cobertos pelo direito do autor: o direito patrimonial e o direito moral. Segundo o INPI (2016), os direitos patrimoniais permitem ao titular do direito extrair o benefício financeiro em virtude da utilização e reprodução de sua obra por terceiros. Em alguns casos, a redução pode ser feita sem o pagamento de *royalties* e ofensa ao direito do autor. O uso de uma obra para fins exclusivamente didáticos é um exemplo. Logo, os direitos morais permitem ao autor adotar certas medidas para preservar o vínculo pessoal existente entre ele e a obra. Como por exemplo, a menção do autor de uma obra para seu reconhecimento. De acordo com o INPI,

os direitos morais incluem também o direito de respeito à integridade da obra, ou seja, o direito de se opor à deformação, à mutilação ou utilização da obra dentro de contextos suscetíveis de prejudicar a honra e a reputação literária e artística do autor. O autor pode, por exemplo, se opor à utilização de sua obra num contexto pornográfico, se a obra não for, por natureza,

pornográfica. Pode ainda se opor a uma deformação da obra que afete sua integridade cultural ou artística. (2016, www.inpi.gov.br)

No Brasil, os direitos morais do autor estão expressamente identificados no Art. 24 da Lei dos Direitos Autorais.

Em relação à proteção da obra, segundo a Convenção de Berna e a legislação brasileira, não existem formalidades a cumprir. Segundo o INPI (2017), a obra está protegida pelo simples fato do autor tê-la criado. Contudo, conforme algumas legislações internas, a obra deverá ser fixada antes de ser protegida.

Os Direitos Conexos são direitos semelhantes ao Direito Autoral e também estão protegidos pela Lei nº 9.610/98. Todos os Direitos Conexos são oriundos de uma obra protegida pelo Direito Autoral e de algum modo, andam associados.

Segundo o INPI (2016), o objetivo dos Direitos Conexos é proteger os interesses jurídicos de certas pessoas, físicas ou jurídicas, que contribuem para tornar as obras acessíveis ao público e que acrescentam criatividade e habilidade técnica ou organizacional no processo de tornar uma obra conhecida ao público.

De acordo com o INPI (2016),

os direitos conexos oferecem o mesmo tipo de exclusividade que o direito autoral, mas, se não cobrem as obras propriamente ditas, em contrapartida, intervêm sempre na obra, e estão geralmente associados com sua comunicação ao público. (2016, www.inpi.gov.br)

Na legislação atual, existem três categorias de beneficiários dos direitos conexos. Conforme o INPI (2016), as categorias são: os artistas intérpretes ou executantes que possuem o direito de impedir a gravação, radiodifusão e comunicação ao público e a comunicação ao público e o direito de impedir a reprodução de fixações de suas interpretações, sem o seu consentimento; os produtores de fonogramas tem o direito de autorizar ou impedir a reprodução direta e indireta, a importação e distribuição de seus fonogramas e as cópias, e o direito de comunicação ao público em locais coletivos; e as empresas de radiodifusão tem o direito de autorizar ou impedir a retransmissão, gravação e a reprodução de suas emissões.

No Brasil, o prazo de proteção dos Direitos Conexos é de setenta anos, “contados a partir de 1º de janeiro do ano subsequente, à fixação, para os fonogramas; à transmissão, para as emissões das empresas de radiodifusão; e à

execução e representação pública, para os demais casos”, conforme o Art. 96 da Lei dos Direitos Autorais.

Outro campo protegido pelos Direitos Autorais são os programas de computador na forma de obra literária. De acordo com o INPI (2016), esta especificação consta no Art. 10 do Acordo sobre os Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio- TRIPS, que cita: “Programas de computador, em código fonte ou objeto, serão protegidos como obras literárias pela Convenção de Berna (1971)”.

No Brasil, a proteção dos programas de computador é estabelecida pela Lei dos Direitos Autorais, e também em uma lei específica de número 9.609/98, conhecida como Lei do Software. Conforme o INPI (2016), através do Decreto nº 2.556 de 20 de abril de 1998, foi estabelecido ao INPI, à competência para a aplicação da Lei do Software, pois o instituto possui competência na área de Propriedade Industrial.

Outra forma de proteção dos programas de computador é através de Indicações Geográficas. Neste caso, a região deverá ser conhecida pelo desenvolvimento de tecnologias de informação ou produtos associados.

De acordo com a Lei 9.609/98, o prazo de validade do direito é estipulado em 50 anos a partir da sua publicação ou criação e é o titular que autoriza derivações do programa.

2.3 As demais proteções adotadas pelo Brasil

No Brasil, as obras literárias, artísticas e científicas são protegidas pelo Direito do Autor. Em relação aos programas de computadores, além da Lei de Direitos Autorais, existe a Lei nº 9.609/98 que protege com exclusividade os programas de computadores. As interpretações dos artistas intérpretes e as execuções dos artistas executantes, aos fonogramas e as emissões de radiodifusão são protegidas pelos Direitos Conexos.

As invenções em todos os domínios da atividade humana, às descobertas científicas, aos desenhos e modelos industriais, às marcas industriais, comerciais e de serviço, bem como às firmas comerciais e denominações comerciais, à proteção contra a concorrência desleal e todos os outros direitos inerentes à atividade intelectual nos domínios industriais estão protegidas pela Lei de Propriedade Industrial-LPI (Lei nº 9.279/96).

Os Direitos *sui generis* fazem parte da Propriedade Intelectual, mas não são considerados Direitos do Autor ou Propriedade Industrial. Nesta modalidade aparecem a Proteção de Novas Variedades de Plantas, a Topografia de Circuito Integrado, os Conhecimentos Tradicionais e as Manifestações Folclóricas.

Alguns instrumentos não aparecem protegidos pela Propriedade Industrial, mas possuem grande utilização na sociedade e no meio comercial. São eles: o *know how*, que é o conhecimento não codificado; o Segredo de Negócio é o que faz a empresa se desenvolver e o que faz a diferenciação dela em relação às outras empresas; e o Tempo de Liderança sobre os competidores, que é a capacidade de investimento e tecnologia utilizada em relação aos concorrentes.

Em relação às marcas, até o ano de 1875, não havia nenhuma legislação sobre o tema. Em 1945, foi criado o primeiro Código de Propriedade Industrial, Decreto Lei nº 7.903/45. Este código representou um grande avanço regulando marcas, patentes e concorrência desleal.

A Lei nº 9.279/96, que é a Lei da Propriedade Industrial terá um destaque no segundo capítulo e será tema de estudo específico.

3 A PROPRIEDADE INDUSTRIAL

A partir da evolução das tecnologias, houve uma gama de produtos e serviços comercializados e adquiridos por toda a parte do mundo. A partir desta propriedade sobre os produtos, passou-se a reconhecer os direitos de exclusividade referentes à ideia de sua reprodução. De acordo com Barbosa (2003), o segmento da Propriedade Intelectual que atinge diretamente o interesse da indústria e do comércio, como por exemplo, as marcas e patentes, chama-se Propriedade Industrial.

A Propriedade Industrial garante aos autores de inventos a sua devida proteção. A garantia faz com que o inventor solicite junto ao Estado exclusividade no emprego e o resultado final de suas tecnologias investidas.

No Brasil, a Lei nº 9.279/1996-Lei da Propriedade Industrial-LPI, foi criada com o intuito de proteger as patentes, marcas indicações geográficas, desenhos industriais e averbação de contratos e franquias. O Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) que é uma Autarquia Federal, ligado ao Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços tem a finalidade de conceder os direitos ligados a Propriedade Industrial. Além do INPI, fazem parte no Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços, a Superintendência da Zona Franca de Manaus-SUFRAMA, e o Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia- INMETRO.

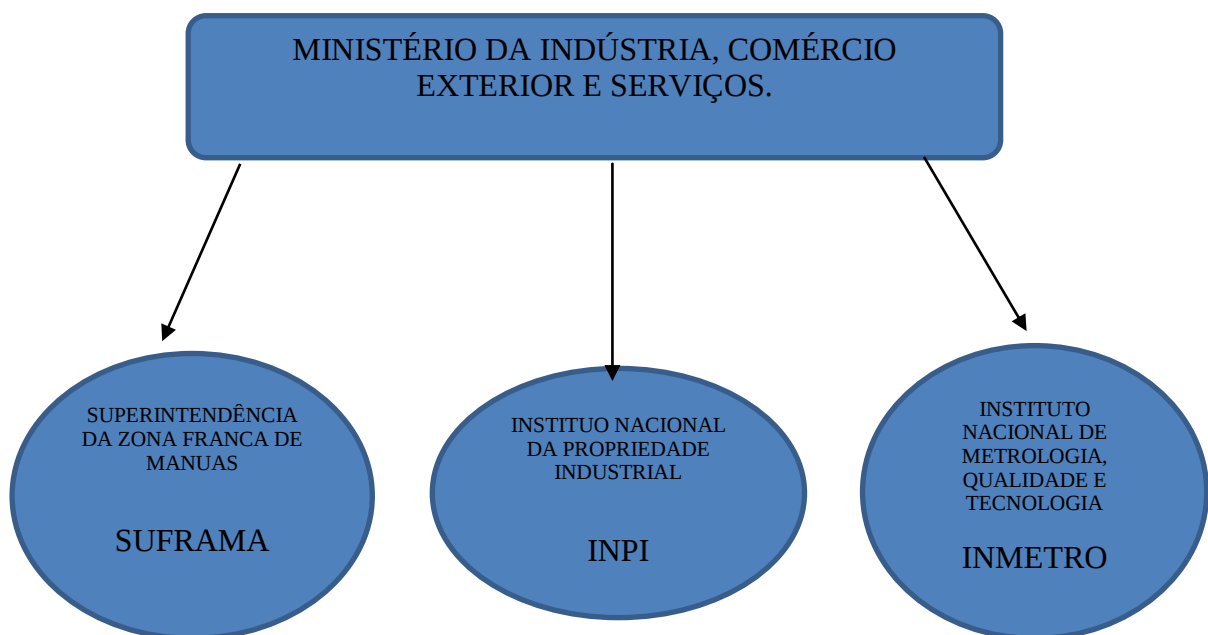


Figura 2: Entidades ligadas ao Ministério da Indústria, Comercio Exterior e Serviços. Fonte: figura elaborada pelo autor sobre dados extraídos do Ministério da Indústria, Comercio Exterior e Serviços.

Além de suas atribuições, o INPI concede os direitos a mais dois tipos de registro que não são ligados à Propriedade Industrial. São eles: o registro de programas de computador, sob a Lei nº 9.609/1998, e o registro de topografia de circuito integrado, sob Lei nº 11.484/2007.

De acordo com Machado e Freitas (2016), o Brasil foi um dos primeiros países do mundo a ratificar a Convenção de Paris para a Proteção da Propriedade Industrial (CUP), o mais antigo acordo econômico internacional sobre o tema, que nos dias de hoje é composto por 174 países. Segundo Machado, e Freitas (2016), apesar deste pioneirismo nacional, o sistema não é utilizado adequadamente por duas razões: a primeira indica que o tratamento dado à matéria de Propriedade Industrial é isolado e difere do contexto de esforços ligados ao desenvolvimento industrial e tecnológico; a segunda aponta a ausência de cultura de proteção individual e a falta de incentivos nos cursos de graduação e pós-graduação sobre o tema.

A partir do ano 2000, houve uma busca de desenvolvimento através da inovação. Conforme Machado, e Freitas (2016), passaram a existir políticas públicas com incentivo sobre a importância do tema e instrumentos para fomentar o desenvolvimento. A promulgação de leis e a articulação de políticas públicas deu suporte a uma nova fase no âmbito Propriedade Industrial.

Segundo Machado, e Freitas (2016), o INPI assumiu um papel importante no cenário nacional para aperfeiçoar o desenvolvimento de políticas públicas ligadas a indústria e a tecnologia. A reestrutura da carreira do corpo técnico dentro do instituto tornou-se atrativa e aumentou o quadro de funcionários de 570 em 2004 a 924 em 2016. Apesar do aumento considerável no corpo técnico ainda existem acúmulo de pedidos de marcas e patentes no aguardo de exames. Segundo as autoras, no ano de 2016 havia 193 examinadores de patentes para mais de 200.000 pedidos e que faz, dependendo da área tecnológica, registro levar uma média de 11 anos para a concessão. Uma das soluções encontradas do Instituto foi informatizar os sistemas de exames para acelerar o processo e apressar o registro.

Com a criação da Academia de Propriedade Intelectual em 2006, o INPI instituiu áreas voltadas à pesquisa e educação criando cursos de capacitação para fomentar o conhecimento ao tema.

Conforme Machado, e Freitas (2016), muitas ações foram tomadas no sentido de fortalecer o INPI. A valorização dos servidores que atuam no instituto, por meio

de melhorias na carreira e no salário com a qualificação da mão-de-obra, bem como a reestruturação organizacional e a informatização dos serviços para dar celeridade ao processo de registro, deram um *upgrade* ao Instituto. Segundo as próprias autoras, a Academia do INPI foi fundamental para aumento expressivo de depósitos oriundos de Instituições de ensino e pesquisa do país. Além disso, os cursos a distancia oferecidos pela academia são atrativos e possuem procura superior que a demanda.

3.1 O marco normativo da propriedade industrial

De acordo com Vido (2015), o primeiro ato de proteção à invenção no Brasil ocorreu em 1809, quando D. João VI, concedeu alvará reconhecendo o direito do inventor, concedendo a exclusividade de exploração por quatorze anos.

Segundo Vido (2015), a primeira Constituição Federal Brasileira a versar sobre a proteção da propriedade industrial foi a do ano de 1824. De acordo com a autora, a Constituição de 1824 teve suma importância para o avanço da propriedade industrial no Brasil. Mesmo pregando certo absolutismo, pois manteve a escravidão e poderes absolutos ao imperador, a Constituição garantiu muitos direitos individuais.

A Constituição de 1934 garantiu o privilegio das invenções e a proteção das marcas. De acordo com Vido (2015), o Presidente Getúlio Vargas revogou a Constituição de 1934, outorgando a de 1937, sendo conhecida como “polaca”, por ser inspirada na Constituição Polonesa. Dentre as características, estava a diminuição dos direitos fundamentais e não havendo previsão constitucional sobre a propriedade industrial.

A Constituição Federal de 1988 trouxe uma nova proteção do campo propriedade intelectual. O artigo 5º, inciso XXIX remete as seguintes proteções:

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

A busca pela proteção aos inventos e criações industriais, a propriedade da marca, aos nomes de empresas e a outros signos distintivos tem como objetivo a segurança jurídica necessária pelo esforço individual ou coletivo da descoberta de

determinado produto, serviço ou local geográfico com característica peculiar para obtenção de um produto com qualidade diferenciada. Em relação aos signos distintivos, houve uma preocupação expressa na lei deixando explícito o interesse público na proteção deste instituto.

De acordo com Ferreira (1997), o inciso XXIX não fez distinção entre brasileiros os estrangeiros, residentes ou apenas de passagem para o Brasil. Não existe distinção entre a nacionalidade dos inventores.

Segundo Ferreira (1997), a legislação prevê invenção tudo o que pode ser passível de direito da propriedade industrial. Existem invenções patenteáveis e outras não.

Os signos distintivos possuem a finalidade de diferenciar os demais concorrentes, o produto ou serviço oferecido. Estes nomes mágicos, trazido por Barbosa (2003), estabelecem um valor concorrencial preciso e exclusivo dos demais concorrentes.

Em cada marca de produto ou serviço, ou nome de empresa, ou *appellation d'origine*, ou indicação de procedência, ou título de estabelecimento, há um valor concorrencial preciso, maior ou menor em função de fama, antiguidade, qualidade ou simples investimento em propaganda. Mais e mais, este em prevalência a todo o resto. (BARBOSA, 2003, p. 797).

Segundo Barbosa (2003), os direitos de clientela são os mais flagrantes nos signos distintivos. A situação alcançada pela empresa ou pela região protegida depende da produção de coisas e serviços capazes de satisfazer as necessidades econômicas e também que o público alvo seja capaz de identificar o produto ou o serviço.

De acordo com o inciso X, do artigo 124, da LPI, há uma proibição de dualidade de marcas de um só titular para o mesmo produto ou serviço.

O inciso IX, do artigo 124, da mesma lei, indica que não é registrável como marca a indicação geográfica. Neste caso, segundo Barbosa (2003), a imitação é predisposta a causar confusão ou sinal que possa induzir uma indicação geográfica. No inciso X, do mesmo artigo, há uma proibição de registro da marca em relação à falsa indicação de origem, procedência, natureza, qualidade ou utilidade que a marca se destina. Segundo o autor, “a primeira hipótese é típica de colisão de tutelas; a segunda é, também, parte da tutela do consumidor”. (BARBOSA, 2003, p. 724)

Art. 124. Não são registráveis como marca: [...]

IX - indicação geográfica, sua imitação suscetível de causar confusão ou sinal que possa falsamente induzir indicação geográfica;
X - sinal que induza a falsa indicação quanto à origem, procedência, natureza, qualidade ou utilidade do produto ou serviço a que a marca se destina;

Segundo Barbosa (2003), para as atividades econômicas típicas de uma indicação geográfica, conforme os artigos 176 e 177 da Lei nº 9.279/96, os titulares que operam no local demarcado, terão o direito de usar o nome ou a figura que indique a marca, sem a necessidade de colocar a indicação como elemento característico. Em todo o caso, aqueles que são de outras áreas, não terão este privilégio, segundo o princípio da veracidade. Na hipótese do nome geográfico ter se tornado de uso comum, designando produto ou serviço, não será uma indicação geográfica.

As Marcas e as Indicações Geográficas são sinais distintivos, mas possuem características distintas e peculiares. Segundo o INPI, a marca é um sinal distintivo utilizado por pessoa física ou jurídica, para distinguir seus produtos e serviços dos produtos e serviços de seus concorrentes. No Brasil, a principal função das marcas é enfatizar a empresa responsável pela fabricação dos produtos ou serviços. As Indicações Geográficas são utilizadas para indicar que certos produtos ou serviços são oriundos de uma determinada área geográfica. Todos os produtores e prestadores de serviço dessa região podem utilizar esta indicação. A principal função de uma IG é enaltecer e valorizar a região demarcada.

As marcas coletivas, segundo o INPI, “visam identificar produtos ou serviços provenientes de membros de uma determinada entidade e não de uma única fonte comercial” (2016, www.inpi.gov.br), como por exemplo, uma cooperativa ou um sindicato. Segundo Barbosa (2003), a solução da marca coletiva é que o registro pode ser requerido por pessoa designada pelos membros da entidade, na qual poderá exercer atividade distintiva de seus membros, diferente de uma IG, por exemplo.

No Brasil, existem regiões com grande potencial de produzir produtos e serviços que envolvem diretamente fatores humanos e naturais que são exclusivos da terra. Como lembra Porto (2008), mesmo sendo signatário de alguns acordos internacionais, como por exemplo, a Convenção de Paris- CUP de 1883, o Brasil possuía uma carência em relação à proteção destes signos, pois havia uma precariedade no controle e falta de investimento por parte do governo para fiscalizar as chamadas falsas indicações de procedência.

Em 1995, foi criado o Acordo Sobre os Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual relacionado ao Comércio- ADIPIC ou TRIPS. Conforme Porto (2008) este Acordo foi instituído junto a Organização Mundial do Comércio (OMC) com objetivo de estabelecer uma proteção mínima para os países signatários e a partir desta proteção, cada país estabelecer suas normas internas conforme a necessidade. Através do Decreto nº 1355/94, o Brasil aderiu a este tratado. (PORTO, 2008, www.evocati.com.br).

Em 1996, criou-se no Brasil a Lei de Propriedade Industrial- LPI, sob nº 9.279/96 que deu uma proteção ampla sobre o tema Indicações Geográficas (IGs) dividindo-a em Indicação de procedência (IP) e Denominação de Origem (DO). No Brasil, foi a primeira vez que Denominação de Origem foi instituída e legislada. (PORTO, 2008, www.evocati.com.br)

Juntamente com as Indicações Geográficas, a LPI, através de seu Art. 2º, teve por objetivo a concessão de patentes de invenção e de modelo de utilidade, a concessão de registro de desenho industrial, a concessão de registro da marca e a repressão à concorrência desleal. O nome empresarial possui uma lei específica sob nº 8.934/94.

De acordo com Vido (2015), o empresário que possui a titularidade dos bens- patente de invenção e modelo de utilidade ou registro da marca e desenho industrial- tem o direito de explorar o objeto com exclusividade pelo tempo indicado na legislação. Esta garantia dá credibilidade para o investimento do inventor na busca de novas tecnologias.

3.2 As patentes de invenção e modelo de utilidade

Segundo Vido (2015), “é patenteável o que pode ser produzido em serie, ou seja, o que pode ser explorado pela indústria”. (VIDO, 2015, p.111)

De acordo com o INPI (2016), as patentes constituem uma das mais antigas formas de proteção da propriedade intelectual, e seu objetivo é incentivar o desenvolvimento econômico e tecnológico recompensando a criatividade.

Conforme o INPI (2016), a patente é um documento que descreve a invenção e cria uma situação legal na qual a invenção possa ser explorada somente com a autorização do titular da patente. A patente é concedida, mediante solicitação, por órgão governamental e qualquer pessoa física ou jurídica pode depositar um pedido de patente, desde que tenha legitimidade para obtê-la.

No Brasil, a Lei da Propriedade Industrial de 1996 prevê duas naturezas de proteção de patentes: as patentes de invenção e as patentes de modelo de utilidade.

De acordo com o INPI (2016), uma invenção pode ser definida com uma nova solução para um problema técnico específico, dentro de um determinado campo tecnológico, como por exemplo, o telefone. Um modelo de utilidade pode ser definido com uma nova forma ou disposição de um objeto de uso prático ou parte deste, visando melhoria funcional no seu uso ou em sua fabricação, como por exemplo, uma tesoura para canhoto.

Consoante ao INPI (2016), as ideias inovadoras são à base do sucesso das empresas. Mas, as ideias necessitam ser desenvolvidas e é necessário sistema de proteção que garanta o investimento, que em muitos casos, é de elevado valor.

Os benefícios da concessão da patente são inúmeros. Alguns expressamente identificados pelo INPI (2016),

1. confere direitos exclusivos que normalmente permitem que o titular do direito a utilize e explore;
 2. permite o estabelecimento de uma forte posição no mercado, uma vez que concede ao titular direitos de impedir que outras pessoas utilizem comercialmente a sua invenção patenteada, reduzindo a concorrência e marcando posição no mercado;
 3. permite maior rentabilidade do capital investido, pois, sob a proteção destes direitos exclusivos, o titular do direito pode comercializar, licenciar ou ceder a patente de modo a obter um retorno mais elevado sobre o investimento realizado;
 4. recompensa o inventor, estimulando o desenvolvimento de novas invenções, sem que tenha os frutos de sua pesquisa usurpados por terceiros;
 5. garante uma imagem positiva para a sua empresa, pois as patentes são consideradas por investidores, acionistas e parceiros comerciais uma demonstração do alto nível de conhecimentos técnicos, especialização e capacidade tecnológica da empresa. Desta forma, a empresa pode obter recursos financeiros, encontrar parceiros comerciais e aumentar seu valor de mercado;
 6. permite à sociedade o conhecimento de tecnologias que de outra forma estariam protegidas por segredo industrial, tornando-se, deste modo, uma importante fonte de difusão do conhecimento;
 7. estimula os concorrentes a buscarem inovações alternativas para um mesmo problema;
 8. facilita o monitoramento tecnológico e as atividades de pesquisa dos concorrentes, permitindo mapear os setores estratégicos de inovação;
 9. disponibiliza informação técnica bem antes de o produto estar no mercado;
 10. evita a duplicidade de pesquisa e desenvolvimento.
- (2016, www.inpi.gov.br)

Segundo o Art. 8º da Lei nº 9.279/96, são requisitos para o requerimento da patente: a novidade, a atividade inventiva e a aplicação industrial. Para Vido (2015),

o desimpedimento também é um requisito, pois estão expressamente citados no Art. 18 da mesma lei.

De acordo com Vido (2015), “a novidade de uma determinada criação é verificada quando ela não está compreendida no estado da técnica”. (VIDO, 2015, p. 111). O estado da técnica é tudo que é acessível ao público, e segundo Vido (2015), esta patente de criação não ter sido obtida por outra pessoa no Brasil ou no exterior. Para o INPI (2015), os requisitos da novidade de invenção ou modelo de utilidade compreendem nunca haver sido realizada, executada ou usada anteriormente. O critério novidade encontra-se expresso no Art. 11º da LPI.

O segundo requisito para a concessão de um patente é a atividade inventiva, que está no Art. 13º da LPI. De acordo com Vido (2015), esta atividade compreende o esforço humano empregado para chegar ao objeto da patente. Segundo a autora, o objetivo da atividade inventiva é diferencia-lo de uma mera descoberta.

Para o INPI (2016), a invenção deve representar um desenvolvimento suficiente em relação ao estado da técnica anterior da sua realização para que seja considerável patenteável.

Em relação ao modelo de utilidade, o Art. 14 da LPI indica o ato inventivo. Para O INPI (2016), o modelo de utilidade deve apresentar uma melhoria funcional no uso ou na fabricação em relação ao estado da técnica anterior a sua realização para que haja patenteabilidade.

O terceiro critério é a aplicação industrial, apresentado no Art. 15 da LPI. Este requisito é de suma importância para a concessão da patente. Em conformidade com o INPI (2016), a aplicação industrial deve ser suscetível, de alguma forma, para ser aplicada na indústria. Para Vido (2015), “a possibilidade de aplicação industrial significa que a criação pode ser objeto de produção industrial.” (VIDO, 2015, p. 112)

De acordo com o Art. 40º da LPI, o prazo de vigência de uma patente de invenção é de 20 anos, contados do depósito. Para a patente de modelo de utilidade, o prazo é de 15 anos, a partir do depósito. De acordo com Vido (2015), estes prazos não são prorrogados, e após este período de concessão, entram em domínio público.

Conforme o paragrafo único do Art. 40, da LPI, o prazo de vigência de um patente de invenção não pode ser inferior a 10 anos e dos modelos de utilidade não pode ser inferior a 7 anos a partir da concessão. Este prazo, de acordo com Vido (2015), é pelo fato do INPI demorar, em alguns casos, para conceder a patente e isso prejudicaria a proteção do inventor.

O pedido de patente pode ser feito pelo titular, seus herdeiros ou sucessores, conforme Art. 6º da LPI.

De acordo com Vido (2015), é possível que o titular da patente não queira ou não tenha condições de explorá-la. Neste caso, é possível ocorrer uma cessão, onde é feito uma transferência de propriedade, ou uma licença para um terceiro interessado. Na licença, segundo Vido (2015), o titular continua sendo o proprietário, mas permite que um terceiro explore a patente. Esta licença pode ter o caráter voluntário ou compulsório.

No caráter voluntário, conforme Vido, “ocorre um acordo de vontades, que será averbado junto ao INPI para que produzam efeitos perante terceiros”. (VIDO, 2015, p. 117)

A licença compulsória encontra-se expressamente no Art. 68 e seguintes da LPI. Esta licença é possível através de decisão administrativa ou judicial. De acordo com Vido (2015), a licença compulsória é possível quando o titular da patente utilizar os direitos decorrentes de forma abusiva, ou por meio do abuso do poder econômico; quando houver dependência de uma patente em relação a outra; ou nos casos de emergência nacional ou interesse público, declarados pelo ato do Poder Executivo Federal.

Conforme Art. 78 da LPI, a proteção da patente extingue-se pelas seguintes razões:

- Art. 78. A patente extingue-se:
- I - pela expiração do prazo de vigência;
 - II - pela renúncia de seu titular, ressalvado o direito de terceiros;
 - III - pela caducidade;
 - IV - pela falta de pagamento da retribuição anual, nos prazos previstos no § 2º do art. 84 e no art. 87;
 - V - pela inobservância do disposto no art. 217.
- Parágrafo único. Extinta a patente, o seu objeto cai em domínio público.

3.3 O desenho industrial

De acordo com o INPI, a LPI protege o desenho industrial pelo registro. A função é proteger o caráter ornamental de objetos ou padrões gráficos a serem aplicados em objetos passíveis de fabricação industrial.

Para Vido, “o desenho industrial é a forma de objetos que, com seus traços e cores, apresentam um resultado visual novo e podem servir de modelo de fabricação industrial”. (VIDO, 2015, p. 118)

A proteção do desenho industrial incentiva o investimento em pesquisa e fomenta o desenvolvimento de novas formas. Diante disso, o INPI destaca que,

não há dúvidas de que a elaboração de formas novas e originais faz com que os produtos industriais tenham um maior apelo visual em relação aos seus concorrentes, representando um acréscimo ao valor comercial, facilitando seu marketing e também a sua comercialização. Por conta disso, a maior justificativa para se proteger o Desenho Industrial é incentivar o investimento em pesquisa e desenvolvimento de formas originais, capazes de gerar inovação. (2016, www.inpi.gov.br)

Os requisitos do desenho industrial são: a novidade, a originalidade, a aplicação e o não impedimento. Em relação à novidade, Vido (2015), salienta que para ser novo, o formato do desenho não pode ser conhecido do público antes do depósito de pedido no Brasil ou no exterior. No requisito originalidade, o Art. 97 da LPI destaca que para ser original, o resultado da configuração visual deve ser distinta em relação aos anteriores. O parágrafo único do mesmo artigo indica que, o resultado visual pode ser obtido decorrente a elementos conhecidos.

A aplicação industrial possui a mesma lógica das patentes de invenção e modelo de utilidade. Para um objeto possuir o registro de desenho industrial, é necessário que o mesmo possa ser experimentado e comercializado pela indústria.

Em relação ao impedimento, o Art. 100º da LPI traz de forma taxativa quais desenhos industriais que não podem ser registrados:

Art. 100. Não é registrável como desenho industrial:

I - o que for contrário à moral e aos bons costumes ou que ofenda a honra ou imagem de pessoas, ou atente contra liberdade de consciência, crença, culto religioso ou ideia e sentimentos dignos de respeito e veneração;

II - a forma necessária comum ou vulgar do objeto ou, ainda, aquela determinada essencialmente por considerações técnicas ou funcionais.

De acordo com o Art. 101º da LPI, o pedido de registro do desenho industrial, estabelecidos pelo INPI, deve conter: o requerimento; o relatório descritivo; as reivindicações; os desenhos ou imagens que configuram o desenho; o campo de aplicação do objeto; e o comprovante de pagamento de retribuição relativa ao depósito.

Conforme o INPI (2016), o registro de desenho industrial é um título de propriedade temporária e possui validade apenas no território nacional. De acordo o Art. 108, da LPI, o prazo de vigência da exclusividade do autor de utilizar o desenho industrial sem que caia em domínio público é de 10 anos, contados na data do

deposito, e prorrogável por até mais três períodos corridos de 5 anos.

Segundo Vido (2015), a extinção da proteção do desenho industrial dá-se pelo decurso do prazo, pelo não pagamento da taxa de retribuição devida ao INPI, pela renúncia do titular e pela ausência de procurador devidamente qualificado e domiciliado no Brasil.

3.4 A marca

Segundo o INPI (2016), as marcas existem desde a Antiguidade. De acordo com Instituto, mais de mil anos antes de Cristo, artesãos indianos gravavam suas assinaturas nas suas criações artísticas para enviar ao Irã. Com o passar dos anos, a marca tornou-se uma ferramenta de diferenciação entre comerciantes e consumidores.

Para o INPI, “a marca é um sinal que individualiza os produtos ou serviços de uma determinada empresa e os distingue dos produtos ou serviços de seus concorrentes”. (2016, www.inpi.gov.br)

De acordo com Vido, a marca “é um sinal visivelmente distintivo que pode servir para identificar produtos, serviços, padrões de qualidade e certificações.” (VIDO, 2015, p. 121)

Conforme Art. 122 da LPI são sujeitos ao registro da marca os sinais distintivos visualmente perceptíveis e que não se encaixam nas proibições legais.

Estes sinais deverão ser distintivos, ou seja, diferentes dos demais que estão no mercado, e não enganosos, se encaixando dentro da legalidade.

Para o INPI, são necessários quatro aspectos para a concessão do registro da marca: a veracidade, liceidade, a distintividade e a disponibilidade.

A veracidade é compreendida pelo seu caráter verdadeiro. Conforme o INPI (2016) é vedado o registro de marcas que são enganosas quanto à origem, natureza, qualidade ou utilidade dos produtos associados ao sinal. Sobre a liceidade, o INPI (2016), considera lícito, a marca que não atenta contra a ordem pública, a moral e os bons costumes. Dentro deste rol de sinais, encaixam-se sinais contendo bandeira, moeda, selos de cunho oficial e de cunho ofensivo. Em relação à distintividade, o INPI (2016), considera que a marca deve ter a capacidade de distinguir de forma clara os produtos e serviços assinalados. A proibição do registro desprovidos desta condição baseia-se no interesse que sinais genéricos ou de uso comum não sejam expropriados pelo patrimônio público. Se tratando se

disponibilidade, o INPI (2016), destaca que para ser disponível, a marca deve possuir novidade relativa, distinguindo-se dos demais sinais. Este quesito é apurado não somente para os casos de reprodução literal, mas também para qualquer alternativa que a marca possa confundir o consumidor ou a concorrência.

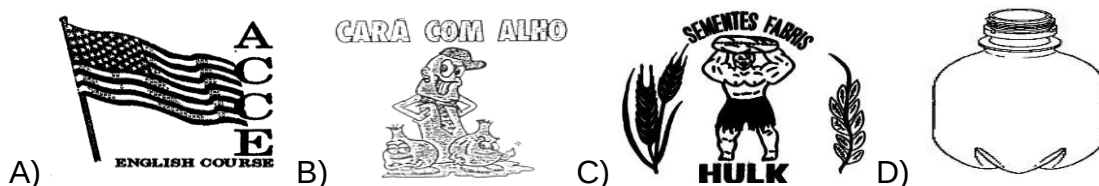


Figura: exemplos de marcas que tiveram o pedido indeferido por não possuir um dos quatro requisitos.

A) Pedido arquivado n.º 818772220, da SELM SOCIEDADE DE ENSINO LINGUÍSTICO DE MACAÉ LTDA., cujo registro foi negado por conter imitação da bandeira dos Estados Unidos. Fonte: (2016, www.inpi.gov.br)

B) Pedido arquivado n.º 820317780, de ALESSANDRO DAMASCENO NOVELLI, cujo registro foi negado por atentar contra a moral e os bons costumes. Fonte: (2016, www.inpi.gov.br)

C) Pedido arquivado n.º 819935824, de FIDENCIO FABIO FABRIS E LEOCRIDES FABRIS, cujo registro foi negado por remeter à obra protegida por direito autoral. Fonte: (2016, www.inpi.gov.br)

D) Registro extinto n.º 820303313, de S.M. JALEEL & COMPANY LIMITED, cujo registro foi anulado por reproduzir objeto protegido por registro de desenho industrial de terceiro. Fonte: (2016, www.inpi.gov.br)

De acordo com o Art. 123º da LPI, as marcas diferenciam-se pela sua natureza. As marcas de produtos e serviços, segundo o INPI (2016), são utilizadas para identificar, produtos e serviços oriundos de uma fonte comercial, diferenciando do demais idênticos ou semelhantes.

As marcas coletivas, segundo o INPI, “visam identificar produtos ou serviços provenientes de membros de uma determinada entidade e não de uma única fonte comercial” (2016, www.inpi.gov.br). Por exemplo, uma cooperativa ou um sindicato. Segundo Barbosa (2003), a solução da marca coletiva é que o registro pode ser requerido por pessoa designada pelos membros da entidade, na qual poderá exercer atividade distintiva de seus membros, diferente de uma Indicação Geográfica, por exemplo. Enquanto as Marcas possuem uma perspectiva voltada a classes individuais, as Indicações Geográficas procuram atender o coletivo da região registrada.

Para o INPI (2016), a marca coletiva distingue os produtos e serviços dos membros de uma associação de origem diversa.

As marcas de certificação, segundo o INPI, não são passíveis de apropriação e são registradas na suposição de que qualquer pessoa que preencha as condições prescritas possa utilizá-las. Segundo Barbosa,

estas são as usadas para atestar a conformidade de um produto ou serviço com determinadas normas ou especificações técnicas, inclusive, e especialmente, quanto à qualidade, natureza, material utilizado e metodologia empregada. (BARBOSA, 2003, p.779)

Segundo Barbosa (2003), na marca de certificação o requisito veracidade atinge o seu ápice. Existe um órgão controlador independente e que garante a satisfação de determinados pressupostos de qualidade dos produtos e serviços. No Brasil, o Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (INMETRO) é o órgão certificador mais conhecido e possui a incumbência de inspetoria e certificação.

Outra categoria das marcas no Brasil são as Marcas de Alto Renome e as Marcas Notoriamente conhecidas. De acordo com INPI (2016), algumas empresas conseguem atingir um sucesso através de seus serviços ou produtos, passando confiança e qualidade ao consumidor, tornando-se tradicionais no mercado. Estas marcas são conhecidas com Marcas de Alto Renome e as Marcas Notoriamente Conhecidas. No âmbito jurídico, existem diferenças destas duas categorias, na qual, iremos verificar no próximo paragrafo.

De acordo com Vido (2015), a “marca de alto renome é aquela conhecida por um numero expressivo de pessoas e em grande parte do território nacional, e exatamente por este conhecimento gera uma atração ao consumidor.” (VIDO, 2015, p. 122).

Segundo o Art. 125º da LPI, a marca de alto renome deverá ser registrada pelo INPI, tendo uma proteção especial em todos os ramos da atividade comercial. Através da resolução INPI 107/2013, as marcas de alto renome possuem proteção especial que abrangem todo o segmento comercial.

Art. 1º Para efeitos desta Resolução, considera-se de alto renome a marca registrada cujo desempenho em distinguir os produtos ou serviços por ela designados e cuja eficácia simbólica levam-na a extrapolar seu escopo primitivo, exorbitando, assim, o chamado princípio da especialidade, em função de sua distintividade, de seu reconhecimento por ampla parcela do público, da qualidade, reputação e prestígio a ela associados e de sua flagrante capacidade de atrair os consumidores em razão de sua simples presença. §1º O disposto no art. 125 da LPI destina-se a possibilitar a proteção da marca considerada de alto renome contra a tentativa de

terceiros de registrar sinal que a imite ou reproduza, ainda que ausente a afinidade entre os produtos ou serviços aos quais as marcas se destinam, a fim de coibir as hipóteses de diluição de sua capacidade distintiva ou de seu aproveitamento parasitário. §2º O reconhecimento do alto renome de uma determinada marca passa a constituir etapa autônoma e prévia à aplicação da proteção especial acima mencionada, não estando vinculado a qualquer requerimento em sede de defesa. (2017, www.inpi.gov.br)

Para que uma marca de alto renome seja protegida em território nacional, é imprescindível o seu registro junto ao INPI. Abaixo, algumas marcas de alto renome que estão registradas e protegidas no território nacional:



Figura 4: Exemplos de marcas de alto renome registradas e protegidas no Brasil. Fonte: (2016, www.inpi.gov.br)

Por outro lado, a marca notoriamente conhecida possui uma exceção ao princípio da territorialidade. De acordo com Vido (2015), a marca notoriamente conhecida será protegida no Brasil independente do seu registro junto a INPI. Esta exceção à regra dá-se pelo fato da empresa ser conhecida em seu ramo de atividade.

A proteção da marca notoriamente conhecida é protegida pelo Art. 6º da Convenção de Paris e pelo Art. 126 da LPI. O Art. 126 da LPI em seu Paragrafo Primeiro ressalta que as marcas de serviços também estão protegidas por este princípio. No Paragrafo Segundo do mesmo artigo, a lei dá poderes ao INPI de indeferir de ofício o registro da marca que produza ou imite, todo ou em parte, a marca notoriamente conhecida.

Outro ponto de interessante estudo é a divergência que pode acontecer em relação ao nome da marca e no nome empresarial. De acordo com Vido (2015), em alguns casos, o nome empresarial pode confrontar com o que foi registrado como a marca.

Para Bittar, e Filho (2002), este conflito envolve direito de personalidade e direito de propriedade industrial, trazendo delicada interpretação jurídica, buscando respostas nos princípios e regras do direito e nos direitos de personalidade.

Segundo Bittar, e Filho (2002), ambos os institutos possuem regimes próprios e diferenciados. Enquanto a proteção do nome empresarial dá-se pelo registro no

comércio, a marca possui o amparo legal pelo direito da propriedade industrial, sendo o INPI responsável pelo seu registro.

Para Vido, “de acordo com o STJ, no REsp 1.204.488, em confronto entre a marca e o nome empresarial, devem ser observados: a anterioridade do registro, o espaço territorial de proteção e o ramo de atividade abrangido. (VIDO, 2015, p. 129)

De acordo com o estudo apresentado, a marca é um instituto da propriedade intelectual de suma importância. A marca é o cartão de visitas da empresa e através dela, os consumidores valorizam os produtos e serviços oferecidos.

3.5 A repressão à concorrência desleal

A concorrência sadia no âmbito comercial é um dos principais fatores para o desenvolvimento de tecnologias e aprimoramento do mercado. Esta disputa entre os agentes econômicos disponibiliza a melhora de bens e serviços oferecidos.

No tocante propriedade intelectual, de acordo o INPI (2016), existe o estímulo e incentivo à concorrência e inovação.

De acordo com o INPI (2016), ainda assim, podem ocorrerem condutas anticompetitivas nos mercados econômicos, causando prejuízo à livre concorrência entre as empresas do mesmo segmento produtivo. Conforme o Instituto, somente a proteção dos direitos da propriedade não é suficiente para a garantia de boa atuação dos agentes no mercado. Segundo o INPI,

uma enorme variedade de atos de má-fé, tais como a divulgação de informações equivocadas pelo concorrente, criação de confusão e indução ao erro, a propaganda enganosa e a violação de segredo de fábrica, geralmente, não são tratadas pela legislação específica da propriedade industrial. (2016,www.inpi.gov.br)

Para o INPI (2016), a concorrência desleal está relacionada através práticas competitivas de um agente em relação a outro no mesmo segmento produtivo. Neste sentido, a proteção dos concorrentes, a proteção dos consumidores e a proteção da concorrência do interesse público de uma forma geral, estão inclusos no esboço que engloba os aspectos da concorrência desleal.

Portanto, de acordo de acordo com o INPI (2016), a concorrência desleal é a prática industrial ou comercial desonesta e imoral. Estes conceitos devem ser legislados através de lei, pois causam imprecisão ao ser interpretado. Conforme Instituto, o ato de concorrência desleal se materializa, no direito da propriedade

industrial, no momento que um agente utiliza má-fé, do objeto de proteção sem a apropriada autorização de seu titular. De acordo com o INPI, o estudo da concorrência divide-se em público e privado.

Em relação à esfera pública, segundo o INPI (2016), é ocupado pelo direito da concorrência visando tutelar a coletividade e o mercado contra o abuso do poder econômico, impedindo atos que impeçam e dificultam especialmente das grandes empresas, visando a livre concorrência das empresas.

A Lei nº 12.529 de 30 de novembro de 2011, conhecida como Lei da Livre Concorrência, foi criada com objetivo de prevenir e reprimir às infrações contra a ordem econômica, orientada pela liberdade de iniciativa, a livre concorrência, a função social da propriedade a defesa do consumidor e a repressão ao abuso do poder econômico. De acordo com o Parágrafo Único do Art. 1º da Lei, o coletivo é o titular dos bens jurídicos protegidos.

Na esfera constitucional, o Art. 170 da CF/88, assegura a valorização do trabalho humano e a livre iniciativa observando os princípios da livre concorrência e defesa ao consumidor.

No ramo privado, segundo INPI (2016), as normas que reprimem a deslealdade empresarial têm por objetivo conservar a proteção da clientela contra as práticas irregulares cometidas pelos concorrentes.

O inciso V do Art. 2º da LPI protege expressamente os direitos relativos à proteção industrial mediante a repressão à concorrência desleal. Ainda sem definir o significado de concorrência desleal, protege os crimes relacionados à matéria, no Art. 195 da mesma Lei:

Art. 195. Comete crime de concorrência desleal quem:

I - publica, por qualquer meio, falsa afirmação, em detrimento de concorrente, com o fim de obter vantagem;

II - presta ou divulga, acerca de concorrente, falsa informação, com o fim de obter vantagem;

III - emprega meio fraudulento, para desviar, em proveito próprio ou alheio, clientela de outrem;

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

De acordo com o Art. 209 da LPI, ficam ressalvados o direito de haver perdas e danos sofridos pelo empresário prejudicado ao agente que cometeu concorrência desleal.

Segundo o INPI (2016), existem alguns atos comuns que são reconhecidos como concorrência desleal. São eles: causar confusão; induzir ao erro; desacreditar

os concorrentes; divulgar informação sigilosa; tirar vantagem das realizações de terceiro na forma de parasitismo; e a propaganda comparativa.

De acordo com o INPI (2016), o causar confusão gera dúvida na semelhança dos produtos relativos à origem comercial dos produtos e serviços. O objetivo abrange qualquer ato comercial que envolva a marca, sinal, slogan ou qualquer outra indicação distintiva usada por um comerciante.

Causando confusão, o agente procura vender o seu produto ou serviço com fatores que lembram um determinado concorrente comercial. Um restaurante onde a decoração e o mobiliário são quase idênticos ao do restaurante conhecido e concorrente é um exemplo.

Conforme o INPI (2016), a indução ao erro pode ser definida como a criação de uma falsa impressão dos próprios produtos ou serviços. Confiando em uma informação errada, o consumidor pode sofrer prejuízos financeiros e de outras naturezas. Ao concorrente honesto as consequências são irreparáveis, e a perda de clientela é inevitável.

Um anúncio onde uma empresa “A” declara que sua fatia de pão possui menos caloria que seu concorrente “B”, e na realidade a fatia desta empresa “A” é menor que a sua concorrente, é exemplo de indução ao erro.

Em relação a desacreditar os concorrentes, o INPI (2016), define como toda alegação falsa que prejudique um concorrente no seu meio comercial. O objetivo do descredito é tentar atrair clientes usando informações erradas ou indevidas de seus concorrentes. Este descredito geralmente ataca determinado comerciante ao uma categoria específica.

Um exemplo de descredito contra concorrentes é quando um supermercado diz que seu concorrente utiliza de carne sem procedência para atender a demanda de seu açougue.

A respeito da divulgação de informação sigilosa, verifica-se que em muitos casos, os segredos guardados são a fórmula do sucesso da empresa. Para o INPI (2016), em certas situações, algumas pessoas possuem informações exclusivas de domínio da empresa e utilizam de moeda de troca aos concorrentes para obtenção de vantagens. São exemplos de divulgação de informações sigilosas, repassar a lista de clientes ou revelar o segredo industrial ao concorrente.

Sobre o aspecto de tirar vantagem indevida das realizações de terceiro ou parasitismo, revela ao mercado uma forma de imitação ao original, ou em outras palavras, ir à carona de um concorrente. Para o INPI (2016), existem vários tipos de

parasitismo que se apropriam e exploram de forma indevida um concorrente honesto. A marca utilizada de forma similar para produtos e serviços diferentes ou o comerciante que utiliza de forma parecida o slogan os jargões de empresas conhecidas, são exemplos de parasitismo.

E, por ultimo, a publicidade comparativa. Para o INPI (2016), esta pratica pode se apresentar de duas formas distintas: a referência positiva ou negativa ao produto de terceiro. No primeiro ponto, o concorrente desleal alega que o próprio produto é tão bom quanto o do terceiro. Existe uma apropriação indevida do conceito comercial do concorrente que é conhecido com o objetivo de tirar vantagem do mercado. No segundo ponto, o concorrente desleal deprecia a imagem do produto do terceiro com o objetivo de prejudica-lo ao mercado. Em ambos os casos existe o envolvimento de uma referencia a um concorrente que é mencionado pelo nome ou é implicitamente identificável pelo publico.

Nota-se que a concorrência no sentido legal é de suma importância para o estímulo e desenvolvimento de mercados e tecnologias no âmbito da propriedade intelectual. De outro lado, a concorrência que possui o objetivo de ganhar vantagem passando por cima de tudo e de todos deve ser combatida ferozmente.

Examinando todos os institutos da propriedade intelectual é possível constatar o quão são importantes para o desenvolvimento da sociedade. A propriedade intelectual tem por objetivo garantir aos autores o direito necessário para inovar. Diante disso, as Indicações Geográficas, que é instituto da propriedade intelectual e objeto deste estudo, terá um capítulo especialmente dedicado. Conforme o título deste trabalho, as IGs são o caminho para o desenvolvimento das pequenas regiões e serão aprofundadas a seguir.

4 A INDICAÇÃO GEOGRÁFICA

Segundo Porto (2007), desde que o comércio começou a se desenvolver pelas regiões e países do mundo, já havia um movimento de comerciantes que agregavam valor aos produtos por eles vendidos, pois em suas regiões havia diferença de qualidade ligada exclusivamente ao solo, o clima e o modo de fazer. Fatores naturais e humanos traziam identidade aos produtos.

As indicações geográficas sempre estiveram presentes na construção e no desenvolvimento das regiões pelo mundo. Antes de Cristo, regiões eram conhecidas por oferecerem produtos de qualidade e exclusivos da terra, como por exemplo, “o vinho de Falerno ou o mármore de Carrara, cidades que ficaram conhecidas por seus produtos.” (PORTO, 2007, p.17)

O vinho foi o produto que possuiu maior destaque ao longo da trajetória das Indicações Geográficas. Muitos relatos e comprovações históricas mostram que reis, faraós e monges destacavam a qualidade da bebida e a sua origem.

Como estes produtos derivados ficaram conhecidos pela sua excelência, algumas regiões distintas que não possuíam estas características, comercializavam produtos de menor qualidade e vendiam como se fosse da região exclusiva, gerando uma concorrência desleal e falsa indicação de procedência. Neste contexto,

o exemplo mais antigo de uso inadequado de evocação de origem é “Porto”, referente a um famoso vinho português. O Marquês de Pombal instituiu, no final dos anos 1700, a Indicação Geográfica “Porto”, por estar sendo utilizada indevidamente por ingleses. (2016, www.inpi.gov.br)

Foi justamente na Europa, após as guerras que abalaram a economia dos Estados, que as indicações geográficas tiveram um grande reconhecimento. De acordo com Porto (2007),

a utilização deste signo distintivo para valorizar e individualizar seus produtos foi a forma que os pequenos produtores, principalmente os franceses, encontraram para recuperar os danos econômicos causados pela guerra. (PORTO, 2007, p.19).

Pecqueur (2009) reforça que produtos e serviços ligados ao espaço territorial, tornam-se fundamentais para o desenvolvimento das pequenas regiões. De acordo com o autor

esse modelo reflete a constituição de uma oferta de bens e serviços que é co-construída pela interação entre fornecedores e consumidores, na qual

esses últimos exercem uma função muito ativa. Pela sua ancoragem territorial, o modelo distingue-se da simples diferenciação pela qualidade ou dos modelos de bens combinados. (PECQUEUR, 2009, p.86)

No âmbito internacional, as indicações geográficas são tuteladas pela Convenção de Paris. Segundo Barbosa (2003), a partir desta União, formou-se no ano de 1891, o Acordo de Madrid sobre a proteção das Indicações de Procedência na qual o Brasil passou a ser signatário. Esta proteção não se estendeu as Denominações de Origem. O Acordo de Madrid de 1981, sobre a repressão sobre as falsas indicações de proveniência, trouxe em seu artigo 1º uma visão de proteção ampla sobre o tema. De acordo com o texto,

1.qualquer produto que contenha uma falsa indicação pela qual um dos países a que se aplica o presente Acordo, ou em um lugar situado por algum deles, seja directa ou indirectamente indicado como país ou lugar de origem será apreendido no acto da importação em cada um dos ditos países.

Em relação ao contexto nacional, o Brasil possui um problema para harmonizar suas leis em relação às leis externas. Se por um lado, para exportar produtos com procedência o Brasil tem que se adequar as leis estrangeiras, por outro, deve priorizar o interesse nacional a fim de desenvolver o país sem gerar prejuízo. Isso gera um conflito de normas. Neste sentido, Porto (2008) traz a seguinte observação:

para entrar na economia internacional e ter seus direitos de PI respeitados pelos outros países, o Brasil precisa respeitar e garantir proteção para os direitos de PI dos outros países. Ao mesmo tempo, a realidade social, econômica e cultural do nosso país é muito diferente da dos outros países. (PORTO, 2007, p. 13)

Conforme Porto (2007), quando o Estado Brasileiro conseguir encontrar esta equidade entre os interesses nacionais e o mercado internacional, o país será mais competitivo e atingirá as metas estabelecidas pela Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI).

Um dos grandes objetivos do reconhecimento de uma IG é a valorização das pequenas localidades, afetando diretamente os pequenos produtos e prestadores de serviços. Facilita os pequenos produtores no sentido de poder lançar ao mercado produtos e serviços confiáveis, fiscalizados e protegidos por lei.

Em muitos casos, os pequenos produtores não estão jurídica, econômica e culturalmente preparados sobre o tema. Segundo Porto (2007), no contexto jurídico, existe uma carestia sobre o conhecimento da lei de proteção, bem como serviços

jurídicos que oriente e facilite o encaminhamento do reconhecimento ao órgão competente, que no Brasil é o Instituto Nacional da Propriedade Industrial- INPI. No campo econômico, há falta de investimentos por parte do governo e pelo setor privado. O longo e exaustivo processo não trás garantias de investimento em curto prazo e em diversos casos, o mercado concorrencial não tem a paciência necessária. No sentido cultural, a mudança de comportamento e hábito é essencial para a concessão de uma IG. As tradições e o modo de fazer devem ser seguidos à risca, valorizando o patrimônio e a historia do local. Ao governo, falta maior divulgação através dos meios de comunicação, facilitação e viabilização no tocante reconhecimento.

As proteções das indicações geográficas se tornaram de suma importância após o processo de globalização e exportação para o mercado exterior. O produto ou serviço protegido oferece a garantia de qualidade necessária e um sentimento de confiança. Os produtores atingem maior lucro aquecendo a economia interna desenvolvendo os setores protegidos pelo instituto.

Nos países em desenvolvimento, com é o caso do Brasil, há um potencial de valorização e exclusividade nos produtos e serviços oferecidos. O grande emblema é o acesso às informações necessárias. Segundo Giovannucci (2008), enquanto na União Europeia as IGs possuem um espaço relevante e incisivo no meio comercial, os países em desenvolvimento representam menos de 10% de todas as IGs reconhecidas no mundo.

Além do acesso as informações necessárias aos países em desenvolvimento para o devido reconhecimento, Mascarenhas, e Wilkinson reportam outros fatores importantes e demonstram que,

apesar desse potencial, há diversos fatores que contribuem para o baixo número de indicações geográficas nesses países, como o desconhecimento da população, inexistência ou insuficiência de aparato legal, falta de infraestrutura institucional voltada para o reconhecimento e registro, inexistência de políticas de suporte ao reconhecimento e manutenção, e a baixa propensão a consumir tais produtos por causa de seus preços diferenciados. (MASCARENHAS; WILKINSON, 2014, pag. 104)

Segundo Mascarenhas, e Wilkinson (2014), os benefícios de uma IG dividem-se em diretos e indiretos. Direto, quando os valores agregados e a proteção relativa ao reconhecimento são atingidos no momento da conquista, mais diretamente ligado ao âmbito comercial. Os indiretos abrangem a cultura, a tradição do local e a preservação do conhecimento ligado ao patrimônio cultural e social do local

protegido.

No mesmo pensamento dos autores, um dos grandes desafios é encontrar uma assimetria entre os produtores e os consumidores de produtos e serviços protegidos por IG. Por parte do produtor, há o conhecimento técnico e o investimento aplicado para que os seus produtos atinjam a excelência e, por consequência, a valorização. O produtor que expõe o seu produto na vitrine do comércio, possui totais condições de garantir a oferta, pois sabe a origem e o modo de fabrico. Por outro lado, existem fatores que influenciam os consumidores a seguir outra linha de raciocínio. O preço diferenciado é uma delas.

A valorização dos produtos protegidos por IG elevam o preço e, consequentemente, a busca por mercados secundários aparece como válvula de escape. Por que pagar um valor “x” em uma espumante, se é possível pagar “y” por uma espumante similar? Existe uma complexidade no assunto, e nos países em desenvolvimento estes fatores ficam ainda mais evidentes.

Outro fator negativo que pode existir em uma IG, são comportamentos oportunistas que põem em xeque os benefícios diretos e indiretos conquistados. Neste sentido, Mascarenhas, e Wilkinson reportam a situação que,

ao mesmo tempo em que contribuem para a geração de valor, as características das indicações geográficas podem levar a alguns efeitos negativos, comportamentos oportunistas ou possibilitar a exclusão de atores setoriais ou territoriais dos benefícios diretos e indiretos. Por ser uma iniciativa coletiva, as indicações geográficas podem dar lugar a incentivos para atitudes que se enquadrariam no dilema dos prisioneiros, ou seja, numa falha da estrutura de controle, e poderia haver a oferta de produtos de baixa qualidade (*lemons*), o que comprometeria a reputação dos produtos da IG como um todo. (MASCARENHAS; WILKINSON, 2014, pag. 106)

De acordo com os próprios autores, por não haverem barreiras para aqueles produtores que são situados na área demarcada, ou naqueles que futuramente possam adquiri-las, existe o risco de ser tirado proveito da reputação sem seguir o regulamento estipulado.

Outro ponto relevante é a forma de criação de mercados sólidos numa IG. Além de todos acessórios de distinção do produto ou serviço, é necessário uma estratégia de divulgação e marketing para que os consumidores compreendam o real significado e os verdadeiros benefícios de uma IG com objetivo de fidelizar produto e consumo.

Nos países desenvolvidos, as políticas públicas fomentam e incentivam as Indicações Geográficas como forma de avanço social, econômico e cultural.

Conforme Mascarenhas, e Wilkinson (2014),

no âmbito dos países desenvolvidos, principalmente da União Europeia (UE), a promoção das indicações geográficas é justificada tanto como política pública de apoio à agricultura, especialmente ao desenvolvimento de regiões marginais, quanto como estratégia de penetração em novos mercados. As políticas públicas que envolvem a promoção das IGs na UE se baseiam na premissa de que há uma relação simbiótica entre proteção de origem e promoção do desenvolvimento local no contexto de um crescente interesse dos consumidores pelos aspectos qualitativos dos alimentos. (MASCARENHAS; WILKINSON, 2014, pag. 107)

Quando os países em desenvolvimento começarem a atingir níveis similares a comunidade europeia, as Indicações Geográficas serão fundamentais para a valorização das pequenas regiões, estimulando a economia, o emprego, a renda e o turismo local. Para isso, governo e sociedade deverão estar alinhados e conscientes que IGs são o caminho para o desenvolvimento.

Conforme Tápias (2006), a reforma administrativa do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento- MAPA, sob Decreto nº 5.351/2005, foi o primeiro passo para a modernização e aparelhamento no Brasil, em relação à busca de novos mercados internos e externos.

4.1 Indicações geográficas no Brasil

Apesar das grandes dificuldades que o Brasil enfrenta em termo de infraestrutura para atender as demandas dos vinte e seis estados e o Distrito Federal, existe por outro lado, uma terra repleta de riquezas.

Conforme Porto (2008), o governo brasileiro começou a perceber que era importante valorizar a propriedade intelectual incentivando as exportações e valorizando os serviços e produtos do país. Apesar de proteção recente quanto às Indicações Geográficas, o país respeita acordos, mesmo que indiretamente, desde a Convenção de Paris, de 1883.

A Convenção da União de Paris – CUP, para a proteção da propriedade industrial, em 20 de março de 1883, levantou a necessidade de se combater as falsas Indicações de Procedência, não versando especificamente sobre a proteção das Indicações Geográficas. (2016, www.inpi.gov.br)

De acordo com Porto (2007), criou-se através do Decreto nº 16.254, no Brasil a primeira legislação sobre propriedade intelectual onde se previa a repressão as falsas indicações de procedência. No ano de 1891, o Brasil aderiu ao protocolo de

Madrid, onde o tema baseava-se exclusivamente a indicações de procedência. Em 1934, foi criado o Departamento Nacional da Propriedade intelectual com objetivo de reprimir as falsas indicações geográficas e a concorrência desleal.

De acordo com o INPI (2016), em 1958, criou-se a Proteção das Denominações de Origem e seu Registro Internacional, configurando um sistema específico de proteção da Indicação Geográfica, no Acordo de Lisboa. Por sua vez, o Brasil não é signatário deste acordo.

Por fim, segundo o INPI (2016), o tratado internacional TRIPS ou ADPIC (em inglês: Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights, em português: Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio), decorrido na Rodada do Uruguai, no âmbito das negociações da Organização Mundial do Comércio, definiu o conceito atual da IG. De acordo com o artigo 22.1 do acordo,

Indicações Geográficas são, para os efeitos deste Acordo, indicações que identifiquem um bem como originário do território de um Membro, ou região ou localidade deste território, quando determinada qualidade, reputação ou outra característica do bem seja essencialmente atribuída à sua origem geográfica.

Em 1988, através da Constituição Federal, as indicações geográficas tiveram sua proteção constitucional. Através do artigo 5º, inciso XXIX, as IGs foram expressamente protegidas como signos distintivos. Além deste grande avanço, “foi criada a cláusula finalística para a proteção dos direitos de propriedade industrial, vinculando constitucionalidade de sua proteção ao interesse social e ao desenvolvimento tecnológico e econômico do país.” (PORTO, 2008, www.evocati.com.br).

Nos artigos 176, 177 e 178 da Lei de Propriedade Industrial (Lei 9279/1996), foi instituída a Indicação Geográfica e subdividida em duas espécies: Indicações de Procedência e Denominação de Origem, sendo importante passo na busca da proteção das regionais:

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

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

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

Estes artigos de lei trouxeram um grande avanço para o desenvolvimento da economia brasileira. A proteção destes signos fez valorizar as pequenas regiões, que através destes produtos de qualidade devido exclusivamente aos fatores naturais e humanos, puderam potencializar o desenvolvimento econômico, social e cultural.

Segundo Mascarenhas (2008), no Brasil as Indicações Geográficas podem ser analisadas em três níveis: a natureza, o grau de transformação e o nível de qualidade. De acordo com o autor, os vinhos, cachaça, café em grão e carne bovina, possuem natureza de representar itens de consumo amplamente adotados pelo mercado brasileiro.

Essa condição possibilita que tais produtos e, crescentemente o vinho, disponham de um amplo potencial de consumo doméstico, onde as exportações para mercados internacionais funcionam mais como uma forma de complementaridade. (MASCARENHAS, 2008, p.9).

Conforme Mascarenhas (2008), apenas o café em grãos do Cerrado Mineiro, que é comercializado no mercado de cafés especiais, possui um valor agregado junto ao mercado externo. Já a Carne dos Pampas, não possui volume que possa ofertar o mercado externo, reduzido à região produtora. Em relação à cachaça de Paraty, as vendas ocorrem no âmbito regional e no próprio estado do Rio de Janeiro. Referente aos vinhos, a região dos Vales dos Vinhedos, obteve o reconhecimento de exportação junto à comunidade europeia no ano de 2008. Este título valorizou a produção e alavancou as vendas externas.

De acordo com o autor, o grau de transformação dos produtos é o estágio final da cadeia produtiva. Nesta etapa, os produtos, principalmente a bebida, encontram-se prontos para o consumo.

E por fim, a qualidade. Neste estágio, os produtos procuram atingir os padrões de qualidade superiores aos produtos similares no mercado convencional. Embora este conceito não seja obrigatório para o reconhecimento de uma Indicação de Procedência, esta preocupação reforça a estratégia de atender o mercado crescente e exigente.

Para a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), “uma região protegida por IG possui muitas vantagens em relação a regiões sem esta proteção.” (2016, www.inpi.gov.br).

Dentre elas, as relevantes:

- a) Aumento do valor agregado dos produtos ou serviços, diferenciando dos demais: os produtos e serviços oriundos de regiões protegidas por IGs possuem valores diferenciados devido a sua procedência. Através de selos de qualidade, o consumidor compra o produto orientado pelo lugar de origem. Em outras palavras, o consumidor paga mais caro o produto, mas tem a garantia de que sua origem é certificada.
- b) Preservação das particularidades dos produtos ou serviços, patrimônio das regiões específicas: os produtos protegidos levam junto com a embalagem a história da região. Adquirindo um produto protegido por IG, o consumidor valoriza os costumes e a história da região, e encontra peculiaridades específicas do meio local.
- c) Estímulo aos investimentos na própria área de produção, com valorização das propriedades, aumento do turismo, do padrão tecnológico e da oferta de emprego: um dos maiores benefícios que uma região protegida possa alcançar visivelmente, é a sua valorização. Além da valorização dos produtos, a região se destaca, pois a IG contempla a todos. O produtor rural irá se capacitar buscando tecnologias para que sua produção aumente com maior qualidade. O comércio local aquece suas vendas. Desperta o interesse de pessoas de fora da região para conhecer estes locais, aumentando o turismo. Consequentemente, as vagas de emprego aumentam conforme vai aparecendo a demanda.
- d) Criação de vínculo de confiança com o consumidor, que, sob o sinal distintivo da indicação geográfica, sabe que vai encontrar um produto ou serviço de qualidade e com características regionais: produtores e consumidores andam de mãos dadas nos locais protegidos por IGs. O consumidor tem a ciência que comprando o produto, encontrará procedência e qualidade. O produtor terá a responsabilidade de atender a demanda na melhor forma, sempre buscando a confiança do consumidor. Existe uma relação mútua que vai além de uma relação comercial.
- e) Melhora na comercialização dos produtos ou serviços, facilitando o acesso aos mercados através da propriedade coletiva: outro ponto que chama atenção na proteção das IGs é a valorização propriedade coletiva. As Indicações Geográficas abrangem todos os produtores daquela região demarcada. Não há uma proteção individual. Existe um benefício coletivo que atende e valoriza o menor e o maior produtor em igualdade. Para isso, todos deverão se adequar as normas estipuladas pela associação fiscalizadora, e se capacitar para poder atender de uma forma qualificada o consumidor final.

As Indicações Geográficas potencializam as regiões e os pequenos agricultores. Uma IG sempre atenderá requisitos formulados pela sua associação e fiscalizados pelo órgão competente, fazendo com que os produtos e serviços que fazem parte da área sigam a risca as normas estipuladas.

4.1.1 Indicação de procedência

De acordo com a Organização da Propriedade Intelectual, uma Indicação de Procedência é “um termo utilizado na Convenção da União de Paris sendo também utilizado no Acordo de Madrid para a repressão de indicações falsas ou enganosas de procedência.” (2016, www.inpi.gov.br)

Segundo o artigo 177, da Lei de Propriedade Industrial, Indicação de Procedência é “o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou serviço.”. (Lei nº 9.279/96)

O termo se tenha tornado conhecido destaca o local geográfico através da fama que este lugar passou a ter em relação a sua produção, extração e fabricação de determinados produtos e serviços.

Conforme Porto (2007), para que uma região obtenha o reconhecimento de uma Indicação de Procedência (IP), não é feita nenhuma exigência em relação à comprovação de qualidade ou singularidade. Basta necessariamente, que a região tenha se tornado conhecida como centro de extração, produção ou prestação de serviços mesmo que não se comprove as características peculiares desta região, como os fatores naturais ou humanos.

De acordo com Porto (2008), o legislador teve a intenção de facilitar o registro da IP, fazendo com que as regiões consigam o reconhecimento com maior facilidade em consonância com os interesses nacionais.

Conforme Barbosa (2003) e Porto (2007), este reconhecimento não necessita ser nacional. Esta fama pode ser reconhecida em âmbito regional através das condições fáticas e pela concorrência. As pessoas devem relacionar uma comida típica, por exemplo, a um determinado lugar que é conhecido por fazê-la com excelência. Este processo de reconhecimento é demorado e exige um trabalho diferenciado das pessoas locais.

O Rio Grande do Sul foi pioneiro em se tratando Indicações Geográficas no âmbito nacional e internacional. Conforme o INPI (2016), a primeira Indicação

Geográfica brasileira foi a Vale dos Vinhedos sob registro 20002, referente a vinhos e espumantes. Esta primeira indicação institui-se no ano de 2002 e a comprovação deu-se através de documentos que certificaram que a vitivinicultura no Brasil originou-se com a colonização italiana no Rio Grande do Sul a partir do ano de 1886.

Devido o fato do Rio Grande do Sul ter a sua economia baseada na agricultura, as Indicações Geográficas possuem um grande destaque no estado. Até março de 2016, o RS possuía oito Indicações de Procedência e duas Denominações de Origem.

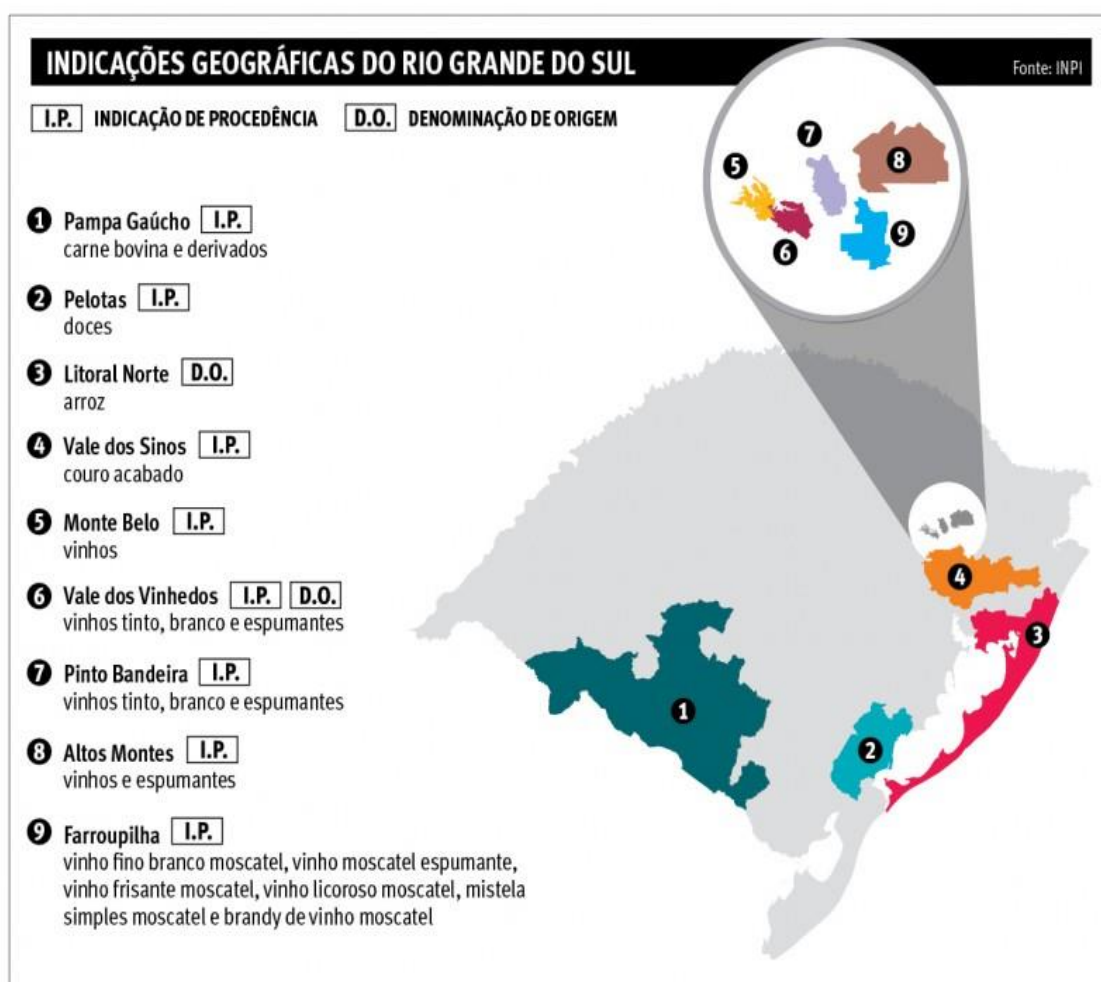


Figura 5: Indicações Geográficas no Rio Grande do Sul. (2016, JORNAL DO COMERCIO, jcrs.uol.com.br).

O Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) é o órgão nacional que emite o registro das IPs, com base na Resolução 75/2000. Conforme o instituto, até fevereiro de 2016, o Brasil contava com 37 indicações de procedência. (2016, www.inpi.gov.br).

Além da IP Vale dos Vinhedos, outras importantes indicações possuem destaque no cenário brasileiro. Como o caso da Região do Cerrado Mineiro, através

do registro IG 990001 sobre cafés especiais. O Pampa Gaúcho da Campanha Meridional, sob concessão IG 200501 relativo à carne bovina e seus derivados, entre outros. (2016, www.inpi.gov.br).



Figura 6: Sinais distintivos de algumas indicações geográficas no Brasil. (2016, www.inpi.gov.br)

De acordo com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Desenvolvimento (MAPA), um dos principais objetivos do registro é proteger o produtor da concorrência desleal, da usurpação do nome do produto e garantir a qualidade e procedência. Agregar valor, desenvolver a região produtora, valorizando o patrimônio cultural e aquecendo o comércio e o turismo.

4.1.2 Denominação de Origem

Diferentemente das Indicações de Procedência, onde a comprovação do local geográfico dá-se através da fama, as Denominações de Origem (DO) devem exclusivamente aos fatores naturais e humanos. De acordo com a OMPI, Denominação de Origem

significa o nome geográfico de um país, uma região, um lugar específico que serve para designar um produto ou serviço originário de determinado local, sendo que determinadas qualidades que lhe são características, são devido exclusivamente, ou essencialmente, ao ambiente geográfico de onde provém, incluindo os fatores naturais, humanos ou ambos. (2016, www.inpi.gov.br).

Conforme Gollo e Castro “além dos fatores naturais e humanos, outro exemplo que diferencia uma DO é a qualidade”. Estes sabores incomparáveis são comprovados por experts no assunto que atestam sobre a qualidade diferenciada.

De acordo com o INPI, no que diz respeito aos fatores naturais, uma DO pode ser reconhecida pelo solo, clima, posição dos ventos e outros fatores naturais que contribuem para que o produto se torne único. Em relação aos fatores humanos, o modo de plantio, colheita, posição e distância dos pés (neste caso, a uva), a fabricação, envasamento e acomodação passada muitas vezes, de geração em

geração, fazem com que a qualidade final se torne única. Portanto, em seu estudo, Porto acrescenta que,

para sobrevivência do próprio instituto os titulares de uma DO devem ser fieis às matérias primas utilizadas, ao modo fabrico, zelar constantemente pela qualidade dos produtos, preservas os costumes na execução dos trabalhos que geram aquele produto, execuções muitas vezes seculares, mas essenciais para manter o forte elo que liga o produto à fidelidade e confiança de seus consumidores. É na manutenção destes hábitos e costumes que reside a importância das IGs na preservação da história e da cultura de um povo situado em uma localidade determinada. (PORTO, 2007, p. 39).

O valor agregado numa DO é diferenciado. Conforme Porto (2007), aquelas pessoas que adquirem um produto numa região protegida por DO terão a garantia que os produtos serão de qualidade e peculiaridade incomparável.

Conforme o INPI, a primeira DO concedida no Brasil foi para a produção de arroz no Litoral Norte Gaúcho. Segundo o instituto, no caso desta Denominação de Origem, a comprovação de como o meio geográfico afetou as características do produto, se traduziu no que diz respeito aos fatores naturais, pelo regime de ventos, especial da região.

A região do Vale dos Vinhedos, de vinhos e espumantes, em 2012 obteve o registro de Dominação de Origem. Esta titulação veio para selar o grande trabalho desenvolvido na região da serra gaúcha. A região foi à primeira no mundo fora do continente europeu a ser reconhecida como exportadora de vinhos e espumantes.

O Vale dos Vinhedos formado pelos municípios de Monte Belo do Sul, Bento Gonçalves e Garibaldi possui uma extensão de terras de 72,42 Km². Segundo a Associação de Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos (APROVALE) que regula e fiscaliza os associados, a região possui 26 vinícolas que correspondem a 27% dos vinhos e 12 % dos espumantes fabricados no Brasil.

Existem 37 empresas associadas que aquecem a economia da região através do turismo, gastronomia e artesanato. A região passou a receber turistas do Brasil e do exterior que buscaram nos Vales dos Vinhedos, um local brasileiro com a identidade europeia.

Segundo a APROVALE, os benefícios para a região foram completamente satisfatórios e muito mais do que esperados. Conforme tabela abaixo, alguns resultados obtidos pelo reconhecimento:

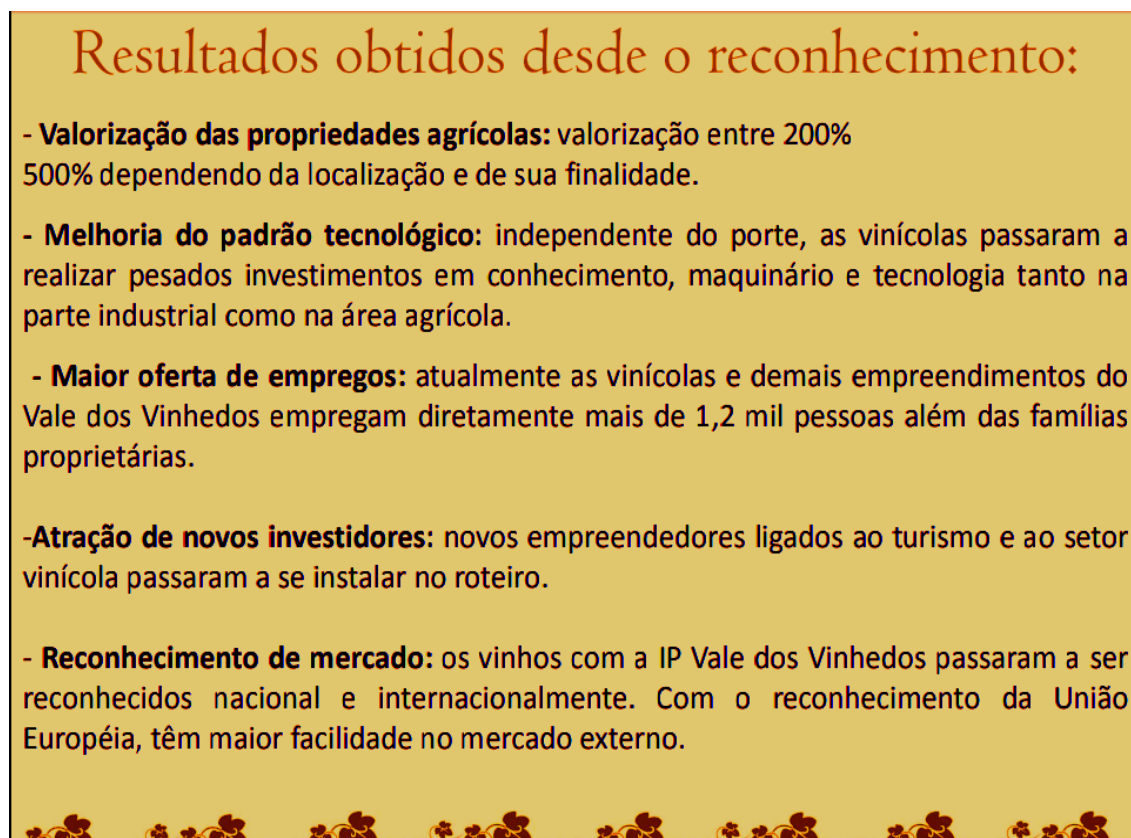


Figura 7: benefícios obtidos pelo reconhecimento de IG e DO no Vale dos Vinhedos. (2016, APROVALE).

Segundo o INPI, até fevereiro de 2016, o Brasil possuía nove denominações de origem registradas.

4.2 Procedimento para a concessão de uma indicação geográfica no Brasil

As Indicações Geográficas são passíveis de uma grande variedade de proteção. Segundo o INPI, as IGs podem ser protegidas pela legislação *sui generis*, por decretos ou pelo registro próprio.

No Brasil, conforme o INPI, a Indicação Geográfica é de natureza declaratória, desenvolvida pelos produtores e prestadores de serviço e identificada pelos consumidores. Para ser reconhecida, a solicitação de IG deve obedecer a legislação e demonstrar que na região fatores distintivos para a concessão. Somente produtores ou prestadores de serviço da região demarcada podem utilizar a indicação geográfica sendo representados por uma entidade. Não há pedido individual. O sindicato, associação ou outra entidade com o mesmo propósito solicita a IG para a região demarcada e contempla a todos os membros da região.

Art. 182. O uso da indicação geográfica é restrito aos produtores e prestadores de serviço estabelecidos no local, exigindo-se, ainda, em relação às denominações de origem, o atendimento de requisitos de qualidade.

Parágrafo único. O INPI estabelecerá as condições de registro das indicações geográficas. (Lei 9279/96- Lei da Propriedade Industrial).

Para o início do processo de registro, alguns elementos devem ser apresentados junto ao IMPI. De acordo com a Instrução Normativa 25/2013, para o pedido de uma IG, é necessário à apresentação da Guia de Recolhimento de União (GRU) paga, juntamente com um formulário preenchido solicitando o registro específico, em duas vias, com os dados do requerente, a espécie da IG solicitada (Indicação de Procedência ou denominação de Origem). Além destes,

documento que comprove a legitimidade do solicitante; nome geográfico e a descrição do produto; delimitação da área geográfica, para garantir o uso devido do sinal distintivo da Indicação Geográfica pelos produtores ou prestadores de serviço localizados nesta área delimitada; regulamento de uso, onde são estabelecidas as regras de produção, disciplina e sanções ao não cumprimento das ditas regras; estrutura de controle, que vai garantir a observância ao estabelecido no regulamento de uso, comprovação da reputação da região ou do meio geográfico que afeta o produto ou serviço, entre outros elementos; comprovação de que os produtores ou prestadores de serviço estão estabelecidos na área geográfica exercendo efetivamente suas atividades. (2016, www.inpi.gov.br).

Conforme dados do INPI, o tempo de concessão de uma IG após o depósito é de dois anos, se a documentação solicitada estiver de acordo. Em alguns casos, o registro é acima de cinco anos. Este tempo elevado, em muitos casos, dá-se pela falta de estrutura da entidade que solicita o registro e também pelas exigências do pedido. A demarcação da área deve ser minuciosa, e isto em alguns casos, é motivo de desacordo dos pontos da região. A legislação traz a palavra local para a concessão da IG. Este local, em diversos casos, atravessam os municípios deixando de um lado a IG, de outro, um local sem proteção. É neste momento que os interesses locais se sobrepõem e em diversas ocasiões os pedidos de concessão são arquivados.

Segundo o Instituto, em vários países as IGs são protegidas pela legislação *sui generis*, ou decretos. Em outros locais,

marcas, Marcas Coletivas e/ou de Certificação, são sinais distintivos de determinada pessoa (física ou jurídica) para distinguir seus produtos de seus concorrentes. Como exemplo cita-se o sinal distintivo do carneiro vermelho da Denominação de Origem “Roquefort”, que é uma marca coletiva registrada da *Confederation Generale des Producteurs de Lait de*

Brebis et des Industriels de Roquefort no INPI francês. A Apelação de Origem Controlada Roquefort foi definida pela Lei de 26/07/1925 e depois por Decreto em 1979 na França. O *Institut National de l'Origine et de la Qualité* – INAO é o responsável na França pela demanda de reconhecimento de identificação de origem e de qualidade de produtos agroalimentícios e estabeleceu a base de proteção do produto Roquefort em 1996 no âmbito da Comunidade Europeia. (2016, www.inpi.gov.br)

Nos Estados Unidos, as Indicações Geográficas podem ser protegidas como Marcas Coletivas ou de Certificação.

4.3 O caso da indicação geográfica da cachaça no Brasil

De acordo com o Instituto Brasileiro da Cachaça (IBRAC) a história da cachaça se confunde com a história do Brasil. A cana- de açúcar, produto típico, brasileiro, quando destilada, se torna um exclusivo aguardente que simboliza o modo de viver e o jeito descontraído do Brasileiro.

Segundo o Instituto, a primeira plantação de cana no Brasil foi feita no ano de 1504, pelo fidalgo judeu de Portugal Fernão de Noronha, que hoje leva seu nome. De acordo com a história, há referências que o primeiro engenho foi construído em 1516. De acordo com a IBRAC,

A prova documental dessa tese está nos registros de pagamento de tributo alfandegário sobre uma carga de açúcar, vinda de Pernambuco, datados de 1526, encontrados em Lisboa. Pesquisas arqueológicas, conduzidas pela Universidade Federal da Bahia, encontraram ruínas de um engenho de açúcar, datadas de 1520, nas redondezas de Porto Seguro. Pelo fato de Martim Afonso de Souza ter chefiado a primeira expedição colonizadora do Brasil, tendo fundado a Vila de São Vicente em 1532 e logo iniciado o cultivo da cana e a construção de engenhos de açúcar, tem sido defendida a tese de que a produção do açúcar tenha sido feita pela primeira vez no litoral paulista. (2017, www.ibrac.net)

Apesar de não haver registro preciso sobre o verdadeiro local, segundo o Instituto, pode-se afirmar que a primeira destilação se deu no território brasileiro, no litoral.

Por se tratar um produto original do Brasil, a cachaça teve sua proteção regulada por pelo presidente Fernando Henrique Cardoso, no ano de 2001, sob o Decreto Nº 4.062, de 21 de dezembro de 2001 que definiu as expressões “cachaça” e “Brasil” e “cachaça do Brasil”, com Indicações Geográficas.

Art. 1º O nome "cachaça", vocábulo de origem e uso exclusivamente brasileiros, constitui indicação geográfica para os efeitos, no comércio internacional, do art. 22 do Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual relacionados ao Comércio, aprovado, como parte integrante do Acordo de Marraqueche, pelo Decreto Legislativo nº 30, de 15 de dezembro de 1994, e promulgado pelo Decreto nº 1.355, de 30 de dezembro de 1994.

De acordo com o INPI, o decreto teve como objetivo proteger o termo “cachaça”, principalmente nos países para onde é exportada e tendo que a Lei da Propriedade Industrial existe a obrigatoriedade de se proteger o nome geográfico da região, não se aplicando a cachaça.

Por se tratar de um tema recente no Brasil, as Indicações Geográficas possuem pequena procura por parte da sociedade. Os incentivos públicos e privados ficam aquém do potencial produtivo que o país possui. Muitas regiões possuem uma gama de produtos e serviços exclusivos, mas a falta de informação faz com que caiam no cotidiano.

Como visto no estudo, a concessão de uma Indicação Geográfica não é um processo simples. Exige luta e interesse local. O processo é árduo e em alguns casos, a demora é significativa. Por outro lado, os benefícios pós-concessão são evidentes e valem a pena. Estar protegido por uma IG significa que o local é diferenciado, valorizando o povo, a história da região e os produtos e serviços oferecidos. As IGs aparecem no cenário nacional como válvula de escape para o desenvolvimento. Qual local que não gostaria de ter uma valorização digna por oferecer um produto ou serviço de qualidade? A resposta é sim, todos. E o caminho seriam sem dúvidas, as Indicações Geográficas.

5 CONCLUSÃO

Preliminarmente, cabe destacar que a presente pesquisa monográfica tratou o tema Propriedade Intelectual como forma de desenvolvimento através da tecnologia e inovação.

Observou-se que os institutos da PI são essências para o desenvolvimento individual, coletivo, regional e nacional. Através disto, as formas de proteção buscam enaltecer os inventos dando suporte jurídico.

Pode perceber, que desde antiguidade havia uma preocupação referente aos locais de produção que possuíam destaque nos conceitos qualidade e exclusividade. Os reis, faraós e monges encomendavam seus produtos e serviços de regiões que possuíam fama pela qualidade incomparável.

Após o relato histórico, o estudo baseou-se na evolução da Propriedade Intelectual no cenário brasileiro. Em relação aos países europeus, o Brasil teve uma evolução discreta, muito pelo fato da colônia ser um empecilho no desenvolvimento industrial brasileiro.

Ademais, a pesquisa teve por objetivo o conhecimento e evolução das leis no cenário nacional e internacional sobre a proteção dos institutos da Propriedade Intelectual. A Constituição de 1988 e a Lei da Propriedade Industrial de 1996 fizeram o Brasil valorizar e incentivar a Propriedade Intelectual através de mecanismos de proteção gerando desenvolvimento e inovação aos autores e inventores.

Através da Lei de Propriedade Industrial, as patentes de invenção e os modelos de utilidade, os desenhos industriais, as marcas, as indicações geográficas e a repressão à concorrência desleal, tiveram lei específica e contribuíram para a fiscalização e proteção do Estado junto aos seus autores.

Por fim, o estudo teve como objetivo conhecer e enaltecer o instituto Indicação Geográfica como caminho para o desenvolvimento das pequenas regiões. Este instituto está legislado sobre a LPI e neste ano, completa 20 anos de proteção específica no âmbito nacional.

Com um avanço considerável desde 1997, as indicações geográficas se apresentam como uma válvula de escape junto ao cenário nacional como uma ferramenta de valorização das pequenas regiões do Brasil.

O grande diferencial deste instituto é a sua contemplação em todos os setores locais. Uma região protegida por IG é sinônimo de prosperidade e transformação, pois ela atinge todos os produtores, grandes ou pequenos, valoriza os produtos, a

terra, o modo fazer, fomenta o turismo e aquece o comercio.

Adquirindo um produto protegido por IG, o consumidor tem a ciência e a tranquilidade de ingerir um produto diferente e com qualidade exclusiva.

Neste sentido, as Indicações Geográficas valorizam as pequenas regiões e os pequenos produtores, criando um vínculo de confiança junto aos consumidores. A importância social de uma Indicação Geográfica, em muitos casos, ultrapassa os limites continentais e a torna reconhecimento mundial, graças à qualidade ofertada que é diferenciada das demais.

Portanto, as Indicações Geográficas tornam-se essenciais no contexto atual justamente pelos benefícios trazidos aos consumidores, que sabem a procedência, e aos produtores, que garantem qualidade no que oferecem.

O Vale dos Vinhedos, localizado no Rio Grande do Sul é um exemplo a ser seguido. O local foi o primeiro no Brasil a ser reconhecido com uma Indicação Geográfica e o primeiro no mundo, a ser reconhecido pela união europeia, como exportador de vinhos e espumantes.

O diferencial do Vale dos Vinhedos foi à perseverança e a paciência por parte dos produtores e agentes locais. Hoje, os vinhos e espumantes são conhecidos em todo mundo, a região é superdesenvolvida, o turismo teve um aumento considerável, a terra teve uma valorização incomparável e a região é referencia no Brasil sobre o tema.

O Vale dos Vinhos é exemplo para aquelas regiões que possuem produto e serviço de qualidade. No Brasil, existem muitas regiões com potencial a oferecer. O que falta, são políticas publicas que fomentem e desenvolvam a capacidade local.

Quando o Brasil perceber que as Indicações Geográficas são um caminho para o desenvolvimento das regiões, e conseqüentemente desenvolvendo as regiões o país como um todo se desenvolve, será um grande passo rumo à mudança e evolução social, cultural e econômica.

REFERÊNCIAS

ABAPI- Associação Brasileira dos Agentes da Propriedade Industrial. Propriedade Industrial no Brasil: 50 Anos de História / Associação Brasileira dos Agentes da Propriedade Industrial; apresentação: Lilian de Melo Silveira; coordenação: Ricardo Maranhão; redação: Carlos A.U. Dias; pesquisa: Gentil Garcia Jr. São Paulo: ABAPI, 1998.128p. il. Disponível em: <<http://www.abapi.org.br/abapi2014/livros/abapi50anos0.pdf>>. Acesso em: 22 maio 2017.

Acordo de Madrid, de 14 de abril de 1891. Disponível em: <http://www.marcas.epatentes.pt/files/collections/pt_PT/1/5/21/Acordo%20de%20Madrid%20-%20Registo%20Internacional%20Marcas.pdf>. Acesso em: 22 maio 2017

APROVALE- Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos. Disponível em: <www.valedosvinhedos.com.br>. Acesso em: 22 maio 2017.

ADPIC-Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio. Decreto n. 1.355, de 30 de dezembro de 1994. Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br/legislacao-1/27-trips-portugues1.pdf>>. Acesso em: 22 maio 2017.

BARBOSA, Denis Borges. *Uma Introdução à Propriedade Intelectual*. Rio de Janeiro: Editora Lumen Juris, 2003. Disponível em: <<http://www.denisbarbosa.com/arquivos/livros/umaintro2.pdf>>. Acesso em: 22 maio 2017.

BRASIL. Decreto-Lei n. 5.351, de 21 de jan. de 2005. *Código da Propriedade Industrial*. Brasília, DF. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2004-2006/2005/Decreto/D5351.htm>

_____. Decreto-Lei n. 7.903, de 26 de agosto de 1945. *Código da Propriedade Industrial*. Brasília, DF. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/1937-1946/De17903.htm>. Acesso em: 22 maio 2017.

_____. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília, DF: Senado Federal, 1988.

_____. INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INTELECTUAL. DI 101p br - módulo 5 – indicações geográficas – (5v) 2016 © ompi / inpi. Disponível em: <www.inpi.com.br>. Acesso em: nov. 2016.

_____. Lei n. 8.934, de 18 de nov. de 1994. *Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil*, Brasília, DF, 14 maio 1996. Disponível em: <www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8934.htm>

_____. Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996. *Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil*, Brasília, DF, 14 maio 1996. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9279.htm>. Acesso em: 22 maio 2017.

_____. Lei n. 9.609, de 19 de fev. de 1998. *Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil*, Brasília, DF, 19 fev. 1998. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9609.htm>. Acesso em: 22 maio 2017.

_____. Lei n. 9.610, de 19 de fev. de 1998. *Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil*, Brasília, DF, 19 fev. 1998. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9610.htm>. Acesso em: 22 maio 2017.

_____. Lei n. 11.484, 31 de maio de 2007. *Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil*, Brasília, DF, 19 fev. 1998. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/lei/L11484.htm>. Acesso em: 22 maio 2017.

_____. Lei n. 12.529, de 30 de nov. de 2011. *Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil*, Brasília, DF, 30 nov. 2011. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/Lei/L12529.htm>. Acesso em: 22 maio 2017.

_____. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/assuntos/sustentabilidade/indicacao-geografica>>. Acesso em: 22 maio 2017.

_____. Resolução 107-2013 de 19 de ago. de 2013 - Estabelece à forma de aplicação do disposto no art. 125 da Lei nº 9.279/1996. Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br/legislacao-arquivo/docs/resolucao-107-2013-de-19-08-2013-estabelece-a-forma-de-aplicacao-do-disposto-no-art-125-da-lei-no-9-2791996.pdf/view>>. Acesso em: 22 maio 2017.

FERREIRA, Wolgran Junqueira. Direitos e garantias individuais- Comentários ao art. 5º da Constituição Federal de 1998. Bauru, SP, EDIPRO, 1997.

FILHO, C. A. B; BITTAR, C. A. *Tutela dos direitos da personalidade e dos direitos autorais nas atividades empresariais*. 2ª edição revista e atualizada. São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2002

GOLLO, S. S.; CASTRO, A. W. V. de. Indicações Geográficas no Brasil: as indicações de procedências já outorgadas e as áreas e produtos com potencial de certificação. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL, 46., 2008, Rio Branco, AC. *Anais...* Brasília, DF: SOBER, 2008. Não paginado. Disponível em: <<http://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/43987/1/778.pdf>>. Acesso em: 22 maio 2017.

IBRAC- Instituto Brasileiro da Cachaça. Disponível em: <<http://www.ibrac.net/index.php/o-ibrac/historico>>. Acesso em: 22 maio 2017

KOCHHANN, Luiz Eduardo. Indicação Geográfica dá vantagem a produtos. *Jornal do Comércio Online*, Porto Alegre, mar. 2016. Disponível em: <http://jcrs.uol.com.br/_conteudo/2016/03/economia/485281-indicacao-geografica-da-vantagem-a-produtos.html>. Acesso em: 22 maio 2017.

MACHADO, R. P; Freitas, K. 20 anos da Lei de Propriedade Industrial do Brasil: ações do INPI para mudança de cenário. *Inovação – revista eletrônica de p,d&i*, Campinas-SP, 23 de setembro de 2016. Disponível em: <<http://www.inovacao.unicamp.br/artigo/20-anos-da-lei-de-propriedade-industrial-do-brasil-acoes-do-inpi-para-mudanca-de-cenario/>>. Acesso em: 22 maio 2017.

MASCARENHAS, G. Indicações geográficas no Brasil: principais fatores determinantes do seu reconhecimento e desempenho. In: ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS DO CONSUMO, 4., 2008, Rio de Janeiro. Novos rumos da sociedade de consumo? Rio de Janeiro: [s.n.], 2007. Disponível em: < http://www.estudosdoconsumo.com.br/artigosdoenec/ENEC2008-Gilberto_Mascarenhas.pdf>. Acesso em: 22 maio 2017.

MASCARENHAS, G; WILKINSON, J. Indicações Geográficas em países em desenvolvimento: potencialidades e desafios. *Revista de política agrícola*, Brasília-DF, Ano XXIII – Nº 2 – Abr./Maio/Jun. 2014. Disponível em: <<https://seer.sede.embrapa.br/index.php/RPA/article/view/918/824>>. Acesso em: 22 maio 2017.

ONLINE, Dicionário do Aurélio de Português. Disponível em: <<https://dicionario.doaurelio.com/propriedade>>. Acesso em: 22 maio 2017.

ONUBR- Organização das Nações Unidas Brasil. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/agencia/ompi>>. Acesso em: 22 maio 2017.

PECQUEUR, Bernard. A guinada territorial da economia global. *Revista Política e Sociedade*, Florianópolis, n.14, p. 79-106, 2009.

PORTO, Patricia Carvalho da Rocha. *Indicações geográficas: a proteção adequada deste instituto jurídico visando o interesse público nacional*. 2007. Monografia (Programa de Pós-Graduação)- Faculdade de Direito da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

_____. Indicações Geográficas, modelo Brasil. *Evocati Revista*, Aracaju, n. 29. maio 2008 Disponível em: < http://www.evocati.com.br/evocati/artigos.wsp?tmp_codartigo=228 >. Acesso em: 22 maio 2017.

TÁPIAS, Bivanilda Almeida. Indicações geográficas como instrumento de política de valorização de produtos agropecuários: o papel do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. *Valorização De Produtos Com Diferencial De Qualidade E Identidade : Indicações Geográficas E Certificações Para Competitividade Nos Negócios / Organizado Por Vinícius Lages, Léa Lagares E Christiano Lima Braga*, Brasília, p. 23-30, 2005. Disponível em: <<http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/livro/NT0003501A.pdf>>. Acesso em: 22 maio 2017.

VIDO, Elisabete. Curso de direito empresarial. 4ª edição. Revista, atualizada e ampliada. São Paulo: Editora dos tribunais, 2015.