

O instituto da indicação geográfica no direito brasileiro e a tolerância a palavra "tipo" no rotulo

Brazilian law's Geographical Indication institute and its tolerance to the word "type" in the trademark

 DOI: 10.55892/jrg.v6i13.748

 ARK: 57118/JRG.v6i13.748

Recebido: 09/08/2023 | Aceito: 26/10/2023 | Publicado: 01/11/2023

Luísa Campos Faria¹

 <https://orcid.org/0000-0003-4480-1363>

 <http://lattes.cnpq.br/7525107051001215>

Universidade de Brasília - UNB, DF, Brasil

E-mail: luisacamposf@gmail.com

Alessandro Aveni²

 <https://orcid.org/0000-0001-6266-6818>

 <http://lattes.cnpq.br/0679425851663633>

Universidade de Brasília - UNB, DF, Brasil

E-mail: alessandro@unb.br



Resumo

O trabalho busca tratar da tolerância, no direito brasileiro, a alimentos que não usam o selo de Indicações Geográficas, mas permanecem sendo comercializados desde que sob a alcunha da palavra "tipo" adicionada ao nome da Indicação Geográfica legítima. Para tanto, foi indicada a Portaria nº 146 de 7 de março de 1996, exarada pelo Ministério da Agricultura brasileiro, que regulamenta a produção de queijo no país bem como da Instrução Normativa nº 22 de 24 de novembro de 2005, que permite produtos de origem animal fabricados segundo tecnologias características de diferentes lugares geográficos. Para obter produtos de origem animal com propriedades sensoriais semelhantes ou parecidas com aquelas que são típicas de certas zonas reconhecidas, na denominação do produto de origem animal deve figurar a expressão "tipo", com letras de igual tamanho, realce e visibilidade que as correspondentes à denominação aprovada no regulamento vigente no país de consumo, em desconformidade com tratados internacionais. O trabalho avalia estas deformidades que devem ser resolvidas para conformidade com a legislação internacionais sobre defesa das Indicações Geográficas e a luz do recente acordo Mercosul, União Europeia.

Palavras-chave: Indicações Geográficas. Direito Civil. Ministério da Agricultura e Pecuária. Acordo Mercosul Europa.

¹ Mestranda em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação na UNB - Profnit - Propriedade Intelectual, Advogada na Confederação Nacional da Indústria (CNI)

² Doutor em Administração Professor na UNB - Profnit - Propriedade Intelectual, Professor UniProcessus.

Abstract

This article seeks to explain the tolerance, in Brazilian law, to foods that do not use the seal of Geographical Indications, but remain being marketed, provided that under the nickname of the word "type" added to the name of the legitimate Geographical Indication. Moreover Ordinance No. 146 of March 7, 1996, issued by the Brazilian Ministry of Agriculture, which regulates the production of cheese in the country, as well as Normative Instruction No. 22 of November 24, 2005, which allows products of animal origin manufactured according to technologies characteristic of different geographical places, was indicated. In order to obtain products of animal origin with sensory properties similar or similar to those typical of certain recognized areas, the designation of the product of animal origin must include the expression "type", with letters of the same size, prominence and visibility as those corresponding to the name approved in the regulation in force in the country of consumption, in non-compliance with international treaties. The paper evaluates these deformities that must be resolved for compliance with international legislation on the defense of Geographical Indications and in the light of the recent Mercosur agreement, European Union.

Keywords: *Geographical Indications. Civil right. Ministry of Agriculture and Livestock. Europe Mercosul agreement.*

1. Introdução

O acordo EU-Mercosul foi confirmado em 28 de junho de 2019. As partes chegaram a um acordo político sobre os pilares comerciais e mais foi anexado um acordo sobre proteção de Indicações Geográficas (IG). Em 18 de junho de 2020, as partes concluíram as negociações dos pilares político e de cooperação do Acordo de Associação.

Segundo uma nota do governo³ brasileiro o acordo prevê abertura, maior transparência e segurança jurídica nos mercados de serviços, investimentos e compras governamentais, bem como redução de barreiras não tarifárias e consolidação de agenda de boas práticas regulatórias, ademais do estabelecimento de disciplinas modernas na área de facilitação de comércio e propriedade intelectual, entre outros temas. Ainda falta a fase em que os textos estarão prontos para os procedimentos internos de aprovação parlamentar que permitirão a ratificação do acordo.

Um dos problemas não resolvidos do acordo está na falta de regulamentação e harmonização da legislação dos blocos sobre Propriedade e em particular na Propriedade Industrial na defesa de Marcas e de Indicações Geográficas (IG). De fato o problema foi deixado do lado em assumir uma proteção parcial e de algumas IG entre as partes.

Porém existe no Brasil ainda certa tolerância por exemplo a alimentos que não estão sob Indicações Geográficas, mas permanecem sendo comercializados, desde que sob a alcunha da palavra "tipo", no mercado. Isso leva a comportamento enganoso de produtores que estão protegidos para a legislação brasileira em propor produtos usando indevidamente IG estrangeiras. Esta proteção pode explicar por que não há muitas causas e ações legais internacionais no país sobre IG. Mas isso leva a um problema de como o Brasil pode segurar uma proteção as IG internacionais se sua mesma legislação segura impunidade para comportamento enganoso em relação aos novos acordos internacionais.

A legislação Brasileira a Portaria nº 146 de 7 de março de 1996, exarada pelo Ministério da Agricultura brasileiro, regulamenta a produção de queijo no país bem

³ <https://www.gov.br/siscomex/pt-br/acordos-comerciais/mercosul-uniao-europeia>

como da Instrução Normativa nº 22 de 24 de novembro de 2005, também do Ministério da Agricultura, permite produtos de origem animal fabricados segundo tecnologias características de diferentes lugares geográficos e produtos de origem animal com propriedades sensoriais semelhantes ou parecidas com aquelas que são típicas de certas zonas reconhecidas conforme dizer que são um “tipo”.

Nas instruções de rotulagem emitidas na denominação do produto de origem animal deve figurar a expressão "tipo", com letras de igual tamanho, realce e visibilidade que as correspondentes à denominação aprovada no regulamento vigente no país de consumo. Entretanto faz tempo que nos tratados e acordos internacionais resolveram negligenciar a palavra “tipo” para evitar engano com os consumidores e causas legais. Essas soluções não foram atuadas no Brasil.

Estas conformidade e tolerância podem arcar consequências de dois tipos: 1) a nível internacional na reciprocidade da defesa da propriedade intelectual, no caso para as IGs; 2) concorrência desleal e engano porque o consumidor encontra produtos parecidos que a legislação trata diferentemente ou não esclarece bem a origem, ou não diferencia corretamente a origem.

O objetivo do trabalho está assim em esclarecer estas deformidades que deverão ser enfrentadas, antes ou depois a confirmação do acordo Mercosul - União Europeia. Não se trata, portanto, como foi dito em algum lugar de pretensa imposição dos países da Europa em mudar a legislação “pro domo sua”, mas uma reciprocidade de regras de direito não atendidas pelo Brasil.

Mesmo sendo a proteção das IGs um capítulo que não bloqueia o acordo os problemas de interpretação jurídica e de concorrência de produtos protegidos como a da tolerância ao “tipo” ha ainda, na legislação brasileira pouca transparência entre IGs e outros sinais protegidos (notoriamente o selo “Cachaça”, o selo ARTE), Marcas coletivas de vinhos e suas relações entre IGs registradas e marcas, a definição equivocada entre Denominação de Origem, e Indicação de Procedência na legislação das IGs em relação a característica humana. Estes casos foram sinalizados em muitos trabalhos no Brasil. O resultado da análise do atual trabalho mostra que estas deformidades no direito dificultam o comércio interno e internacional.

Sendo que os produtores deveriam usar estes sinais para defender seus produtos e qualificar sua produção, o que acontece é de que os consumidores comprem produtos que parecem ser importados, mas são simplesmente produtos locais que usam propaganda enganosa usando um IG estrangeira para atirar-los. Uma sugestão para resolver conflitos inicialmente é de que seria útil uma campanha de comunicação do INPI para esclarecer e evitar conflitos, entretanto uma solução definitiva esta no esclarecimento da governança das marcas e melhorar a legislação em relação a IG. As instituições públicas, parte da governança do sistema IG no Brasil, não sempre esclarecem as diferenças apontadas. Ademais, busca-se ainda destacar necessidade de transparência e que esta tarefa deve ser finalizada por não ser conhecida somente em cursos de propriedade intelectual e nos escritórios de advocacia que devem discutir conflitos e causas e fornecer consultoria.

2. Metodologia

O trabalho explora a legislação ao caso da tolerância ao “tipo”, e também se propõem a trazer casos e exemplos que tratam da referida tolerância. Trata-se, assim, de uma pesquisa bibliográfica e em internet na busca dos casos de uso da palavra “tipo” em rotulagem.

Um primeiro passo é de esclarecer as deformidades e os problemas do uso da palavra “tipo”. Um segundo passo é mostrar os casos de deformidades. Os casos

serão acompanhados de figuras de marcas encontradas que usam o rotulo “tipo”.

Na discussão são colocadas algumas questões que devem ser avaliadas para propor uma reforma da legislação sobre IGs e propriedade industrial de produtos sem selo, mas com marcas. O resultado da análise é de que o problema é complexo e deve ser enfrentado sob diferentes pontos de vista, mas deve ser feito pois a legislação e os acordos internacionais causam conflitos com a atual legislação brasileira.

3. Discussão e Resultados

3.1 Tratados internacionais e legislação Brasileira de Indicações Geográficas.

A tutela das IGs não é exclusiva do ordenamento jurídico pátrio, e, para além disso, foi introduzida justamente por meio de acordos internacionais. O objetivo da proteção conferida pelo instituto é o mesmo ao redor do mundo, qual seja, o de promover a proteção de produtos que possuem características distintivas em razão das características atreladas a um determinado local.

Apesar a proteção de origem tem uma longa historia no longo do tempo, na idade contemporânea, o primeiro acordo de que se tem notícia com objetivo de tutelar IGs, foi firmado no final do Século XIX com a Convenção da União de Paris para a Proteção da Propriedade Industrial (CUP). O Brasil foi signatário deste acordo, e internalizou o regramento por ele proposto por meio do Decreto nº 9.233, de 28 de junho de 1884.

Em seguida sobreveio o Acordo de Madri (que não se confunde, por sua vez, com o Protocolo de Madri, destinado ao depósito e registro internacional de marcas). Esse acordo, assinado pelo Brasil em 1891 visava estabelecer um regime de repressão à utilização de falsas IGs. É nele que se inserem as alterações promovidas pelas revisões da CUP (ocorrida em Bruxelas, Washington e Haia) e foi por meio dele que se inseriu no ordenamento a definição de IGs, através do Decreto nº 5.424, de 10 de janeiro de 1905.

As revisões implementadas previam legalmente a possibilidade de apreensão de ofício pela administração alfandegária, no caso de importação, de produtos que fizessem o uso irregular de indicações, objetivando ludibriar o consumidor, com o posterior aviso ao interessado e ao Poder Público. Ademais, foi por meio do Acordo de Madri que se previu uma variedade maior às regiões capazes de integrar uma IG – como, por exemplo, países. Por fim, o Acordo de Madri também conferiu permissão aos tribunais de cada país, para que estes tivessem autonomia em determinar qual expressão seria genérica e qual seria aquela referente à uma IG.

Muito embora tenha havido alguns outros acordos e revisões tanto da CUP quanto do Acordo de Madri, vale ressaltar o início da rodada Uruguai e a criação da OMC (Organização Mundial do Comércio), com o estabelecimento do Acordo TRIPS (sigla em inglês para o Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual relacionados ao Comércio) no mundo. O Acordo TRIPS tinha como objetivo reduzir distorções e obstáculos ao comércio internacional ao passo que também fosse capaz de promover proteção suficiente aos institutos de Propriedade Intelectual, promovendo certa harmonização nessa proteção conferida e estabelecendo padrões mínimos de proteção a fim de facilitar as trocas comerciais entre os países. Assim, concomitante com a Lei nº 9.279/1996, o Brasil internaliza as disposições trazidas no TRIPS no que diz respeito às IGs.

Apesar dos quase 30 anos de vigência da Lei de Propriedade Industrial e do Acordo TRIPS em território pátrio, fato é que as IGs, por algum tempo, foram objeto

de controvérsia e até mesmo de descontentamento internacional com relação ao Brasil, que acabou sendo leniente com usos relacionados a regiões do mundo que teriam o potencial de ludibriar o consumidor.

No Brasil As Indicações Geográficas dizem respeito ao tipo de proteção concedido a produtos originários de determinadas regiões (e por regiões entende-se país, cidade, região ou localidade) que possuem produtos cuja qualidade se diferencia dos demais, ou que detenha reputação advinda à forma de produção ou extração (CNI 2013).

Nesse sentido, as IGs constituem instrumento jurídico e de proteção comercial que visam resguardar a identidade, qualidade e reputação de produtos ou serviços associados a uma determinada região. A Lei de Propriedade Industrial (LEI nº 9.279 de 14 de maio de 1996) traz a definição deste instituto jurídico. In verbis:

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.

A referida lei coloca no Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI a gestão do registro e das modalidades de pedido e controle das IGs, sendo os regulamentos deferidos para portarias do mesmo instituto. Ou seja, já existe uma anomalia pois não existe uma lei da Propriedade Industrial das Indicações Geográficas, mas somente um corpo de normativas de um Instituto cujo objetivo publico, seguindo a legislação que acontece no exterior, deveria ser simplesmente de registro e não de gestão ou de governança.

São muitos os benefícios atrelados à proteção das Indicações Geográficas. Dentre estes, podemos citar MENDOÇA (2019) que afirma que a melhoria nas condições de vida das populações responsáveis pela produção do referido produto, que, tendo sua qualidade reconhecida, vê um aumento expressivo na venda destes e, conseqüentemente, na renda dessa população.

No mesmo sentido, para além do desenvolvimento das famílias produtoras e também em consequência no aumento da renda desses produtores, as IGs possuem o condão de impulsionar o desenvolvimento econômico das regiões como um todo, gerando emprego e renda inclusive em setores que não são diretamente ligados ao produto explorado, mas decorrentes do aumento do poder de compra e do consumo da população local.

Além disso, necessário citar que a proteção das Indicações Geográficas carrega consigo forte apelo cultural, de maneira com que constitui mais um importante item na proteção da história e da cultura dos povos que possuem tal reconhecimento, incentivando a manutenção de técnicas e práticas ancestrais. E tal reconhecimento não se limita aos povos que fazem parte daquela localidade, mas transcendem, e acabam por promover um reconhecimento que vem também de outros lugares do mundo, projetando internacionalmente produtos tradicionais e incentivando a expansão do mercado externo.

É necessário destacar que tanto o nome de área geográfica quanto o produto produzido podem ser objeto da proteção. Como exemplo é possível citar o vinho do

Vale dos Vinhedos no Rio Grande do Sul, ou o queijo canastra, proveniente da Serra da Canastra, no estado de Minas Gerais.

Ademais, o processo de obtenção e de gestão de Indicações Geográficas conta com excelente exemplo de regulação responsiva, em que associações privadas e Poder Público trabalham conjuntamente para o fim de proteção por este instituto jurídico.

A regulação responsiva diz respeito a um modelo regulatório baseado na criação de regras que incentivem o regulado a voluntariamente cumpri-las, mediante um ambiente regulatório de constante diálogo entre regulador e regulado (AYR; BRAITHWAITE 1992).

As associações, enquanto representantes dos particulares interessados nesse tipo de proteção conferida pelo Estado, tem papel fundamental na mobilização desses particulares. Assim, mobilizando e conscientizando os maiores interessados na proteção de um determinado produto, é por meio delas que são coletados dados e informações a serem apresentadas ao INPI (Instituto Nacional de Propriedade Industrial, autoridade brasileira responsável pelo registro) acerca de determinado produto, bem como a submissão da requisição de uma IG junto à autoridade.

Numa fase pós concessão de registro, são as associações as maiores responsáveis pela gestão daquela IG, promovendo monitoramento do uso correto da certificação e auferindo a qualidade e o padrão dos produtos certificados. As associações podem até mesmo realizar atividades a fim de dar conhecimento acerca de um produto.

Um dos casos brasileiros bastante emblemáticos de associação empenhada nessa atividade diz respeito a ASBANCO (Associação dos bananicultores de Corupá), responsável pela gestão da IG característica da banana de Corupá em Santa Catarina, considerada a banana mais doce do país (SIEWERT e AVENI 2020). A associação realiza todo um trabalho de promoção e valorização do produto, com participação em eventos, reportagens com fins de divulgar as características do produto dentre outras.

3.2 Normativos do Ministério da Agricultura acerca de queijos artesanais e anti-nomias.

Para as IGs, a fim de promover um comércio de produtos Brasileiros e mais acessíveis economicamente que produtos protegidos por meio de IGs estrangeiras que tem um valor mais alto devido a qualidade superior, existe tolerância estatal para a comercialização de produtos genéricos locais ou com mesmos insumos mas sem a mesma garantia da produção, qualidade e controle dos produtos estrangeiros.

Uma parte da legislação permite a comercialização de alimentos que não estão protegidos por IGs mas que tentam similar as características de produtos que se encontram sob esta proteção encontra resguardado na comercialização de produtos sob alcunha da palavra “tipo”.

Tal postura leniente das autoridades brasileiras, mais que uma mera ausência ou falha na promoção de *enforcement* adequado na promoção do respeito ao instituto jurídico das IGs. Para isso necessário trazer a luz a Portaria nº 146 de 7 de março de 1996, exarada pelo Ministério da Agricultura brasileiro, que regulamenta a produção de queijo no país bem como da Instrução Normativa nº 22 de 24 de novembro de 2005, também do Ministério da Agricultura, que permite que

“produtos de origem animal fabricados segundo tecnologias características de diferentes lugares geográficos, para obter produtos de origem animal com propriedades sensoriais semelhantes ou parecidas com aquelas que são típicas de certas zonas reconhecidas, na denominação do produto de origem animal deve figurar a expressão “tipo”, com letras de igual tamanho, realce e visibilidade que as correspondentes à denominação aprovada no regulamento vigente no país de consumo”.

Nesse sentido, portanto, o Brasil permite, para produtos de origem animal, por meio do MAPA, que seja fabricada e comercializada produtos tutelados por meio de Indicações Geográficas estrangeiras simplesmente colocando no rotulo a palavra “tipo”. Isso mantendo uma legislação nacional que protege por meio do INPI a propriedade intelectual e industrial por meio de IGs.

A deformidade talvez seja justificada por que as IGs estrangeiras não têm registro no País. Entretanto, pode-se afirmar que, trata-se de um “jeitinho” de burlar a legislação internacional e parceiros comerciais com quem o Brasil poderia ter uma diferente postura para ter mais credibilidade. Temos um sistema jurídico duplo e pouco transparente que permite por meio de Ministérios diretamente ligados ao executivo, com instrumentos legais no País, burlar a legislação nacional. Fica evidente que esta maneira de atuar cria muita desconfiança no sistema legal brasileiro por parte de Nações que mais controlam produtos.

Seguindo uma lógica nacionalista isso pode ajudar em parte os produtores Brasileiros. Porém, isso é engano porque uma confusão sobre a qualidade não é uma solução sustentável, mas somente uma de curto prazo para se apropriar de cotas de mercado com base um marketing de preço.

O consumidor brasileiro não percebe ou não se importa dessa diferença pois não tem suficiente conhecimento das regras ou fica enganado sem saber quem é o responsável. Ao demais o consumidor Brasileiro está mais focado no preço e, portanto, qualquer produto com apelo internacional de baixo custo fica mais interessante que um original mais caro. Em suma o consumidor brasileiro tem ainda crescer na percepção da qualidade dos produtos. Por isso não tem pressão sobre o executivo para melhorar a legislação que favorece os produtores.

Há, no entanto, outros argumentos, além do preço de acesso a produtos, que podem justificar o uso da palavra “tipo”. Um deles é de que é um modo a permitir que camadas mais baixas da população não se privem do consumo de determinados produtos tão somente em razão de proteção à propriedade intelectual conferida a estes. Um deles é a falta de um acordo internacional, mas nunca teve negociações efetivas sobre os selos e as IIs para defender a origem de produtos internacionais por parte do Brasil.

Outra justificativa que vem sendo colocada é de que um preço mais baixo não necessariamente tem uma qualidade inferior. Entretanto a legislação defende a qualidade e a produção feita com um caderno de especificações, se usar o mesmo nome, mas não a certificação que garante, não é o mesmo produto. Usar o mesmo nome de uma IG estrangeira para uma produção local não garante nada. Se o consumidor tiver este conhecimento e escolher um produto de baixa qualidade e de valor inferior, não ha como questionar. Porém, caso o produto não seja autêntico e não possua relação com a região específica, é fundamental que a denominação não leve a interpretações enganosas.

Nas negociações que ficaram paradas sobre as IGs, a União Europeia, a fim de remediar o problema e no âmbito das negociações como Mercosul, tentou, a partir

de 2019, exigir que determinadas nomenclaturas – referentes a produtos que possuem proteção por IGs – deixassem de ser utilizadas em produtos comercializados por países do Mercosul. A lista de produtos contendo tais exigências possuía 340 itens de produtos mais conhecidos, dentre os quais diversos tipos de queijos e vinhos⁴, e, se acatados os termos propostos pela União Europeia, os produtores brasileiros seriam proibidos de utilizar em seus produtos diversas nomenclaturas.

3.3 Casos e problemas com a legislação que permite o “tipo”

A seguir algumas marcas que usam no rotulo o “tipo” na figura a seguir

Figura 1 - Exemplo da internet de marcas e produtos “tipo”



Fonte: pesquisa dos autores em internet

⁴ Fonte: < <https://leitecorte.com.br/noticias/381/ue-quer-barreira-a-produtores-de-queijos-e-vinhos-no-brasil>>. Acesso em 22.07.2023

Pode-se ver que na figura do produto do vinho Lambrusco além do engano no nome de um vinho Italiano com IG, tem ainda o uso indevido da “*Indicazione Geografica Tipica*” que é um selo da União Europeia acompanhado de um sinal e de um registro. Portanto nesse caso ha uma dupla questão com a IG protegida na Italia e com a IGT defendida na União Europeia.

Não a caso a União Europeia chegou a abrir investigação formal contra o Brasil por não proteger as indicações geográficas de produtos Europeus, como o queijo Brie e o Gorgonzola, que são protegidos por Indicações Geográficas, bem como relacionado ao vinho Prosecco. Existe também a queixa contra uso da palavra Pizza Napolitana para produtos confeccionados de maneira não conforme a receita original protética na Europa.

Uma justificativa mais forte para uso da palavra tipo se encontra em toda America do Sul. Vale dizer que a aceitação deste tipo de nomenclatura a fim de promover o comércio de produtos similares não é exclusividade encontrada no Brasil. A Argentina, por exemplo, adota estratégia parecida a fim de permitir a comercialização dentro de seu território nacional de produtos parecidos as IGs europeias.

Naquele país, no entanto, em vez da nomenclatura “tipo” como ocorre no Brasil, exige-se a indicação de que o produto foi produzido dentro da Argentina. Assim, um queijo parmesão, por exemplo, deve receber a nomenclatura de “queijo parmesão Argentino”⁵, a fim de indicar que aquele produto não provém da região detentora da Indicação. Outros países também incorrem na mesma prática, como é o caso do Uruguai⁶.

A discussão sobre o tipo de produção e a origem é sobre o comportamento “de carona” no Mercosul não sempre é de má-fé por parte dos produtores. Isso porque há muitos produtores que tem naturalidade Italiana ou antepassados italianos (vinhos, queijos, presuntos), Franceses (queijos e vinhos), ou da Alemães (cerveja, doces etc.), que emigraram dos países de origem mantendo tradições e produções de produtos agrícolas (vinhos, doces etc.) e de origem animal (queijos, presunto, salame etc).

Sendo um tema internacional que abrange os países da imigração Europeia, assim entre Europa e na América do Sul nunca foi definida uma mesa de negociação considerando também estes fatores e permitindo às famílias verdadeiramente de origem europeias utilizar seus chegamentos e cultura valorizando as ligações internacionais (VALENTE 2012, RUIZ 2019)

A origem dos emigrantes Europeus e que viram produtora de produtos originários da Europa, ou outras nações, deveria ter reconhecida. Entretanto nunca teve suporte por exemplo da Itália para produtores emigrantes no Brasil e na Argentina. Os emigrantes tiveram de sair dos seus países por causas políticas e de falta de trabalho e em países como Brasil e Argentina. Nessas Nações as elites que permitiram aos emigrantes entrar no país desfrutaram e discriminaram os novos entrantes.

Portanto há uma dupla falta contra os emigrantes. Esta existe nos países de proveniência e de destino por ter desfrutado os trabalhadores e também os que decidiram de empreender. Primeiro para não deixar vender os produtos que são produzidos como nos países de origem com o mesmo nome. Segundo por que os produtores

⁵ Exemplo de produto com nomenclatura em acordo com as normas da Argentina: < <https://www.tioaliemporioarabe.com.br/produto/queijo-parmesao-capa-preta-argentino.html>>. Acesso em 22.07.2023

⁶ Exemplo de produto com nomenclatura em acordo com as normas do Uruguai: < https://www.amazon.com.br/Queijo-Parmesao-Uruguai-Calcar-1kg/dp/B0C4HMKF51/ref=sr_1_7?crd=RQ5KKY71INGM&keywords=queijo+parmes%C3%A3o&qid=1690143590&sprefix=queijo+parm%2Caps%2C286&sr=8-7&ufe=app_do%3Aamzn1.fos.6121c6c4-c969-43ae-92f7-cc248fc6181d>. Acesso em 22.07.2023

de origem Europeia são discriminados no país onde eles produzem com uma legislação desfavorável em relação a concorrência interna.

De outra origem, mas do mesmo sentido de acordos sobre origem de produtos Europeus, aconteceu quando o Brasil dotou proibição no caso do Champagne. Em dezembro de 2012, o INPI reconheceu a Indicação Geográfica do produto, e Dilma Rousseff, então Presidente do país, entregou ao presidente da França à época François Hollande o Certificado de Registro da Denominação de Origem para os vinhos espumantes produzidos na região de Champagne⁷. Assim, a partir de 2013, todos os produtores brasileiros passaram a ser obrigados a utilizar a nomenclatura “espumante” e não mais “Champagne” nas embalagens de seus produtos.

Este caso é um caso pouco estudado pois foi muito manipulado da política. O consórcio Champanhe (França) tinha criado caso em todo o mundo para defender o nome mesmo por produtos diferentes do vinho. Isso, a nosso ver é discutível pois a origem e o produto devem ser protegidos somente juntos com IG. O nome de uma região histórica não pode ser protegido simplesmente se não há ligação entre produto típico e origem sendo no caso do champanhe exclusivamente o vinho. O Brasil acertou o caso com comunicação para celebrar um pretense acordo de amizade com a França. Na verdade, este foi o único caso de proteção de IG especial, não com União Europeia, mas diretamente com a França, por meio de um consórcio de defesa de um nome, não da IG. Se destaca que a França é a maior proprietária de IG no mundo e os presidentes do Brasil e da França na época estava tratando negócios de aviões militares.

Assim com todas estas questões ainda em aberto o acordo de livre comércio entre toda a União Europeia e Mercosul, no entanto, ainda está na fase final da negociação. Há, como vimos no caso das IGs, estes e diversos outros pontos permanecem ainda em discussão por parte dos dois blocos, e há ainda bastante insatisfação no ar, o que nos demonstra que este não deve ser fechado tão de pronto. Além disso a troca de presidente no Brasil não favorece o acordo sendo o novo presidente decididamente contrário a acordos “que não sejam de “interesse” nacional”, sendo esta definição suficientemente ambígua e de acordo como os políticos enfrentam os problemas comerciais e de legislação internacional.

Então o pretense acordo de livre comércio entre os dois blocos econômicos virou enorme preocupação para os produtores Brasileiros e Europeus, pois não está bem transparente e ainda é frágil. Isso porque, além da restrição de uso de nomenclatura das IGs, os termos do acordo proposto também previam a ocorrência de livre comércio entre os blocos econômicos, o que diminuiria a tributação aplicada aos produtos europeus. Assim, produtores brasileiros ficaram bastante receosos de que seus produtos acabassem dando lugar aos produtos europeus, provocando enorme enfraquecimento da indústria nacional.

Para além da possibilidade de acordo – seja via acordo multilateral, seja pela via do Mercosul – o país já tem tomado medidas a fim de tentar trazer segurança jurídica aos produtores nacionais e também a fim de trazer reconhecimento e promover o respeito às IGs estrangeiras. Porém isso criou mais problemas.

Um desses casos que se aproximam ao problema do uso do “tipo” nos rótulos, para IG alimentícias, é, por exemplo, a legislação do Ministério da Agricultura e Pecuária. Este Ministério em Europa é o que determina e lidera a governança das IGs alimentícias e seus regulamentos por exemplo em relação aos queijos (ABRANTES 2016, CABRAL 2018).

Em 2022, este Ministério promoveu a criação do denominado “Selo Arte” e do

⁷ Fonte: < <https://agir.ufrn.br/noticia.php?id=9054929>>. Acesso em 22.07.2023

“Selo Queijo Artesanal”. Por meio do Decreto nº 11.099 de 21 de junho de 2022, que dispõe acerca da elaboração e a comercialização de produtos alimentícios de origem animal produzidos de forma artesanal. Os dois Selos teriam sua concessão sob competência dos órgãos de agricultura e pecuária federal, estaduais, municipais e distrital que reconhece e caracteriza, para o caso do Selo Arte, o tipo de produto alimentício artesanal, conforme características de identidade e de qualidade específicas, e o seu processo produtivo tipicamente artesanal.

Para o caso do Selo Queijo Artesanal, reconhece e caracteriza queijos artesanais elaborados por métodos tradicionais, com vinculação e valorização territorial, regional ou cultural, conforme protocolo de elaboração específico estabelecido para cada tipo e variedade e com emprego de boas práticas agropecuárias na produção artesanal e de fabricação.

O caos do selo “Arte” acarreta o problema de sobrepor-se as exigências de qualidade de IGs sendo que em parte um IGs possui já as exigências do selo Arte, mas não todos produtos ARTE são IGs. O selo ajuda assim pequenos produtores em melhorar o escoamento de produtos de origem animal entre Estados. Por isso deveria ser claro fato que o selo Arte e o selo nacional de IGs são selos que se complementam e não se sobrepõem. Isso deveria ser divulgado melhor e esclarecido para o consumidor e obviamente pelo produtor que frequentemente pede ajuda ao SEBRAE com escassos resultados.

Assim casos como o selo Arte, e como o da Cachaça que não foi tratada no atual trabalho, se amplamente publicitados e disseminados, pode ser uma via para esclarecer ao consumidor as diferenças entre selos e qualidades pretendidas. Nesse sentido maior o número de esclarecimentos tanto melhor. Mas isso não reduz a responsabilidade de uma revisão geral da legislação.

4. Conclusão

A pesquisa buscou trazer um esclarecimento sobre o uso da palavra “tipo” na legislação Brasileira a respeito da Propriedade industrial e IGs. A discordância de legislação coloca um problema, conforme demonstrado com dois tipos de efeitos inconvenientes: 1) deformidade entre legislação nacional e internacional, 2) engano para produtores e consumidores.

Importante fica o entendimento de todo o caminho legislativo perseguido pelo Brasil no que tange à introdução das IGs em seu ordenamento, a fim de entender a importância e o tratamento dado ao instituto jurídico nos dias de hoje.

Como se pode perceber na análise, o país, na realidade, definiu o próprio instituto relacionado às IGs, vez que tal proteção somente integrou os normativos nacionais em virtude da participação e adesão do Brasil em acordos internacionais que tutelavam a questão.

Nesse sentido, portanto, e inclusive, antes a uma ausência de vontade política, foi possível perceber que o país carece de transparência no que diz respeito à proteção das IGs estrangeiras. Isso tem efeitos também internos pois ainda é necessário instituir uma cultura acerca da importância da proteção de produtos nacionais. Se não tiver a ideia da reciprocidade se paralisa também a para venda no exterior. Em outras palavras, o Brasil carece de verdadeira evangelização a respeito do que são as IGs bem como com relação ao quanto estas podem ser benéficas ao próprio país e o que são selos de qualidade.

Merece destaque, no entanto, o fato de que o Brasil é um país de dimensões continentais, e marcado por desigualdades entre a população, de modo com que nem sempre é possível a todos os cidadãos o acesso a determinada cadeia de produtos e

informação sobre o valor da certificação dos produtos.

Além disso, há parte da indústria nacional – mormente aquela formada por pequenos produtores – que sobrevive a partir da produção de bens que visam similar produtos internacionais, e da comercialização destes a preços mais módicos, e, portanto, ao alcance de toda população. Ainda mais uma parte deles tem antepassados europeus e conhecimentos de produção que derivam da própria naturalidade mista. Quando tiver um comportamento de “carona”, como por exemplo a imitação de produtos de sucesso ou conhecidos no exterior, pode ter uma justificação se tiver produtos de famílias imigradas que usam os mesmos processos com insumos derivados nos novos territórios de residência. Uma forma correta é de ter um sistema regularizado e concordado com os países de origem, para evitar enganar.

Assim, extremamente desafiador para o país a conciliação entre tantos interesses: da população que deseja ter acesso a determinados produtos, dos produtores, industriais e comerciantes que sobrevivem da fabricação e comercialização de produtos similares àqueles protegidos por IGs, de outros produtores brasileiros que possuem produtos com IGs e que não encontram um cenário nacional dotado de proteção adequada, e do próprio Brasil ante outros países.

A criação de novos institutos jurídicos a fim de tutelar podem ajudar o consumidor, inclusive, a valorizar não só produtos com IGs, mas ainda entender o papel dos produtores e comerciantes nacionais no cenário econômico. No entanto fica necessária uma comunicação, um marketing e uma educação comercial transparente e clara de base para população além de uma revisão da legislação sobre IGs.

Referências

ABRANTES, Maria Rociene. Regulamentação da denominação de origem protegida de queijos da Espanha e sua aplicação em queijo de coalho. 2016.

AYRES, Ian; BRAITHWAITE, John. Responsive regulation: Transcending the deregulation debate. Oxford University Press, USA, 1992.

BRASIL. **Lei de Propriedade Industrial** (Lei nº 9.279 de 14 de maio de 1996)

BRASIL. **Decreto nº 11.099** de 21 de junho de 2022

BRASIL. Ministério da Agricultura e Pecuária. **Portaria nº 146 de 7 de março de 1996.**

BRASIL. Ministério da Agricultura e Pecuária Instrução Normativa nº 22 de 24 de novembro de 2005.

CABRAL, Danièle Hervé Quaranta. A indicação geográfica no segmento de queijo artesanal no Brasil e na França: estudo comparativo das IP Canastra e AOP Camembert de Normandie. 2018. Tese de Doutorado. Tese de Doutorado em Propriedade Intelectual e Inovação, INPI. Rio de Janeiro. 2018. 277p.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA. **Publicação**: propriedade industrial aplicada: reflexões para o magistrado. – Brasília CNI, 2013. 215 p. : il. ISBN 978-85-7957-08

MENDONÇA, Dannyela; PROCÓPIO, Diego Pierotti; DOS SANTOS CORRÊA, Solange Rodrigues. A contribuição das indicações geográficas para o desenvolvimento rural brasileiro. **Research, Society and Development**, v. 8, n. 7, p. 13, 2019.

RUIZ, Pedro do Amaral Fernandez; TRENTINI, Flavia. As indicações geográficas no acordo entre Mercosul e União Europeia. 2019.

SIEWERT R. e AVENI A Indicação Geográfica e seus impactos socioeconômicos e culturais por meio do estudo de caso da Região de Corupá. **Revista Coleta Científica**, 4(7), 28–45. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4734697>. 20-06-2020.

VALENTE, Maria Emília Rodrigues et al. Indicação geográfica de alimentos e bebidas no Brasil e na União Europeia. **Ciência Rural**, v. 42, p. 551-558, 2012.