

## 14º Congresso de Inovação, Ciência e Tecnologia do IFSP - 2023

### ESTUDO SOBRE AS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS E AS MARCAS COLETIVAS NO BRASIL

ANDREY MATHEUS BAMBRILLA<sup>1</sup>, ANDRÉIA DE ALCANTARA CERIZZA<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Graduando em Engenharia da Computação, Bolsista - Projeto de Extensão, Campus Birigui, andrey.brambilla@aluno.ifsp.edu.br.

<sup>2</sup> Professora orientadora, Doutora em Ciências Sociais, IFSP Campus Birigui.

Área de conhecimento (Tabela CNPq): 6.02.00.00-6 Administração

**RESUMO:** Este artigo visou o estudo de duas propriedades intelectuais - PIs: Indicações Geográficas e Marcas Coletivas. Para tanto, foi realizada uma pesquisa bibliográfica, no intuito de verificar a propriedade, localidade, legislação e quantidades dessas duas PIs. As marcas coletivas pertencem a uma pessoa jurídica a qual representa um coletivo, enquanto as indicações geográficas pertencem a todo e qualquer produtor que esteja na área geográfica e contemple as diretivas do caderno de especificações da indicação geográfica específica.

**PALAVRAS-CHAVE:** propriedade intelectual; indicação geográfica; marca coletiva

#### STUDY OF GEOGRAPHICAL INDICATIONS AND COLLECTIVE BRANDS IN BRAZIL

**ABSTRACT:** This paper aimed to study two intellectual properties - IPs: Geographical Indications and Collective Trademarks. To this end, a bibliographical research was carried out in order to verify the ownership, location, legislation and quantities of these two IPs. Collective brands belong to a legal entity that represents a collective, while geographical indications belong to any and all producers that are in the geographical area and comply with the directives of the specification of the specific geographical indication.

#### INTRODUÇÃO

A propriedade intelectual pode promover a competitividade e incentivar o desenvolvimento tecnológico e econômico do país. Buainain (2004, p.27, grifo nosso) afirma que a propriedade intelectual "possibilita transformar o conhecimento, em princípio um bem quase público, em bem privado e é o elo de ligação entre o conhecimento e o mercado."

No escopo da propriedade intelectual, temos as Indicações geográficas e as Marcas coletivas, que, majoritariamente, representam um coletivo de pessoas que possuem direitos sobre um sinal distintivo e um produto ou serviço associado a ele. Porém, estas se diferem em alguns aspectos, como seu pedido de registro, seu proprietário, sua delimitação territorial, pedidos de aderência entre outros.

Este trabalho visa estudar, de forma a apontar as principais diferenças dessas as duas propriedades intelectuais, de maneira sucinta e embasada em leis e resoluções.

#### MATERIAIS E MÉTODOS

Foi realizada uma revisão bibliográfica, valorizando principalmente a legislação que embasa as duas propriedades intelectuais: Lei nº 9.279/1996 e PORTARIA/INPI/PR Nº 04, DE 12 DE JANEIRO DE 2022. Foram observados os seguintes quesitos: Direitos de propriedade; Quantidade de registros; Legislação vigente e Territórios.

## Indicações Geográficas

Por definição, Indicação Geográfica (IG) é o reconhecimento de que produtos ou serviços pode possuir uma ligação com um determinado território. As IGs visam valorizar os produtos e ou serviços, dificultando conseqüentemente sua cópia ou falsificação. Uma IG não possui proprietário, porém deve possuir substituto processual, como definido pelo Artigo 14 da PORTARIA/INPI/PR Nº 04, DE 12 DE JANEIRO DE 2022;

Art. 14. Podem requerer registro de Indicações Geográficas, na qualidade de substitutos processuais, a associação, o sindicato, ou qualquer outra entidade que possa atuar como tal em razão da lei. §1º O substituto processual deve estar estabelecido no respectivo território e ser representativo da coletividade legitimada a requerer o registro da indicação geográfica. §2º O quadro social do substituto processual deve ser formado total ou predominantemente por participantes da cadeia produtiva do respectivo produto ou serviço. §3º Na hipótese de existir no local um único produtor ou prestador de serviço tendo legitimidade ao uso da Indicação Geográfica, estará o mesmo autorizado a requerer o registro (...)

Estes não são donos, mas possuem responsabilidade de fiscalizar e manter a legitimidade e qualidade dos produtos e serviços ali oferecidos, estes representantes não possuem pleno poder de tomada de decisões pois os produtores como um todo possuem direitos sobre a IG e possuem o direito de ter seu local de fala. Caso algum novo produtor surja atendendo aos requisitos do caderno de especificações da IG sendo em delimitação geográfica, qualidade de produto, diligência em trabalho, entre outros, este poderá então ser contemplado com a participação na IG e a partir deste momento possuirá o mesmo direito dos produtores já existentes assim como consta na PORTARIA/INPI/PR Nº 04, DE 12 DE JANEIRO DE 2022 Art 15;

As IG's também possuem classificação próprias como definido pela PORTARIA/INPI/PR Nº 04, DE 12 DE JANEIRO DE 2022 art. 9º, entende-se como Indicação de Procedência uma localidade a qual seja reconhecida como produtor ou prestador de determinado produto ou serviço e entende-se por Denominação de Origem uma localidade que disponibilize produtos e serviços da região os quais possuem qualidades dadas por questões climáticas, humanas ou geográficas. Sua classificação se encontra como Indicação de procedência (IP) e Denominação de Origem (DO), onde:

As IPs são caracterizadas pela notoriedade do produto ou serviço sendo que essa notoriedade está atrelada ao espaço geográfico de oferta do mesmo, esta classificação de IG possui certa dificuldade em ser concedida pois não existem documentos formais de comprovação de notoriedade, e muito menos uma maneira sucinta de mensurá-la , portanto ao pedir pela atribuição de IGs do tipo IP devesse possuir artigos de revistas, jornais além de pesquisas de campo envolvendo a população para que se consiga embasamento fático para esta suposta notoriedade, este requisito de notoriedade pode ser atestado pela já citada PORTARIA/INPI/PR Nº 04, DE 12 DE JANEIRO DE 2022 art. 9º:

(...)§4º Para fins de Indicação de Procedência, considera-se que o nome geográfico tornou se conhecido quando expressamente mencionado, por diferentes fontes, como centro de extração, produção ou fabricação do produto ou de prestação do serviço assinalado (...)

Já as DOs são caracterizadas pelos aspectos morfoclimáticos do território onde a temperatura, a umidade, o solo, a pressão atmosférica entre outros aspectos provém a excelência dos produtos ou serviços ali oferecidos, nestes casos estudos do clima e do solo servem como fatos de comprovação da DO contudo esta análise requer tempo e necessita de amostras de diferentes localizações e não apenas do local produtor para que no final do estudo possa-se comparar os resultados obtidos e provar então que as características morfoclimáticas ali existentes possuem real impacto na produção dos produtos ou serviços, ainda na PORTARIA/INPI/PR Nº 04, DE 12 DE JANEIRO DE 2022 art. 9º pode se obter a seguinte definição para as DO:

(...) §5º Consideram-se as seguintes definições para fins de Denominação de Origem:  
I – fatores naturais são os elementos do meio geográfico relacionados ao meio ambiente, como solo, relevo, clima, flora, fauna, entre outros, e que influenciam as

qualidades ou características do produto ou serviço; II – fatores humanos são os elementos característicos da comunidade produtora ou prestadora do serviço, como o saber-fazer local, incluindo o desenvolvimento, adaptação ou aperfeiçoamento de técnicas próprias; III – qualidades são os atributos tecnicamente comprováveis e mensuráveis do produto; ou serviço, ou de sua cadeia de produção ou de prestação de serviços; e IV – características são traços ou propriedades inerentes ao produto ou serviço, ou de sua cadeia de produção ou de prestação de serviços.

## Marcas Coletivas

Segundo o Manual de Marcas (INPI, 2023, p. 1, grifo nosso) a Marca coletiva é:

(...) aquela destinada a identificar e distinguir produtos ou serviços provenientes de membros de uma pessoa jurídica representativa de coletividade (associação, cooperativa, sindicato, consórcio, federação, confederação, entre outros), de produtos ou serviços iguais, semelhantes ou afins, de procedência diversa (art. 123, inciso III, da LPI). A marca coletiva possui finalidade distinta da marca de produto ou serviço. O objetivo da marca coletiva é indicar ao consumidor que aquele produto ou serviço provém de membros de uma determinada entidade.

Como está disposto na Lei nº 9.279, de 14/05/96 — Lei da Propriedade Industrial, Título III, Capítulo I, Seção I, Art. 123. A MC possui todos os direitos das marcas comuns, diferindo no pedido de registro onde um representante jurídico de uma coletividade e recebe os direitos distintos sobre a marca, este então chamado de dono da MC, este dono possui os deveres jurídicos sobre a marca desde o pedido de renovação a cada 10 anos, a prova de uso para não coercibilidade da marca e o cumprimento do regulamento de utilização, o qual deve ser apresentado em conjunto do pedido de registro este regulamento é quem determina a viabilidade de um produto utilizar da MC.

As MCs possuem um capítulo próprio na Lei vigente sobre as marcas este se encontra no Título III, Capítulo VII e neste capítulo mostra que diferente de marcas comuns as MC possuem mais alguns possíveis motivos para a revogação do registro estes são I. a entidade coletiva responsável pelo pedido deixar de existir.; e II. O regulamento de utilização não ser seguido.

### Comparativos entre Marcas Coletivas e Indicações Geográficas.

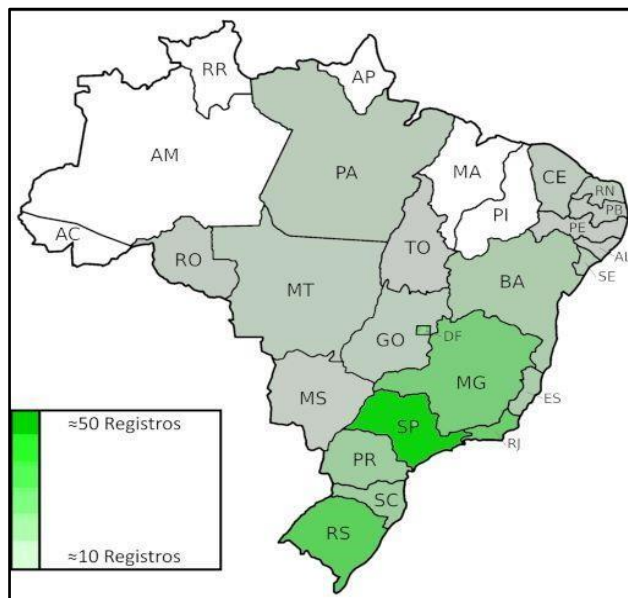
Quesitos/ PIs	Marcas Coletivas	Indicações Geográficas
<b>Propriedade</b>	Pessoa Jurídica	Produtores, que comprem as exigências
<b>Quantidade</b>	202	105
<b>Concentração</b>	Sul/Sudeste	Sul/Sudeste
<b>Legislação</b>	Lei nº 9.279	PORTARIA/INPI/PR Nº 04

Fonte: Elaborado pelo autor

## Indicações Geográficas e Marcas Coletivas – comparativos por unidades federativas

Ao comparar IG e MC, de acordo com a distribuição de cada pelas Unidades Federativas (UF), as MCs se encontram em algumas regiões, enquanto as IGs se encontram distribuídas baseadas nas culturas de cada local, ou seja, em um país tão diversificado como o Brasil, a distribuição é mais uniforme do que quando comparada ao outro tema.

Mapa 1: Distribuição de Marcas Coletivas pelas UF's

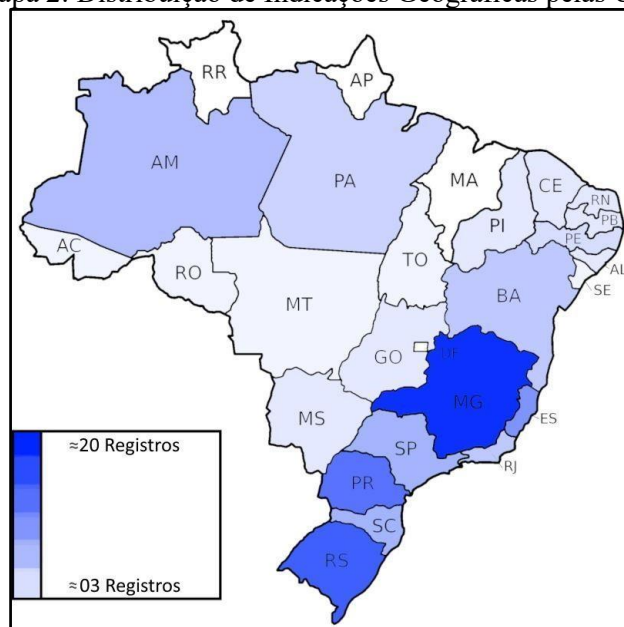


Fonte: Elaborado pelo autor

Este mapa mostra a distribuição de 202 marcas coletivas onde podemos ver a clara concentração das mesmas na Região Sul e Sudeste com ênfase no Sudeste (São Paulo), segundo dados referentes a 2019.

Em seguida, o mapa de distribuição das IG, com informações atualizadas até 01/08/2023.

Mapa 2: Distribuição de Indicações Geográficas pelas UF's



Fonte: Elaborado pelo autor

Neste mapa encontram-se distribuídas 105 IG 's, pode se ver que estas se encontram em distribuídas pelo país com uma certa concentração em Minas Gerais. Importante ressaltar que em 3 Unidades Federativas não há IGs reconhecidas: Roraima, Amapá e Maranhão. Para confecção do mapa de distribuição, as IGs foram contadas em todos os UF que possuem terra em registro, ou seja, caso uma IG esteja na fronteira de São Paulo e Minas Gerais ela será contada para ambos os estados. Analisando os mapas podemos ver que ambos possuem uma tendência a se concentrarem na parte Sul/Sudeste do país, mesmo que em proporções diferentes além disso podemos visualizar o fato que em nenhum dos mapas existe registro nos estados de Roraima, Amapá e Maranhão.

### Exemplos de Indicação de Procedência e Marca Coletiva

#### Exemplo de uma Indicação de Procedência:



Fonte: [Vale dos vinhedos](#)

Como Exemplo de indicação de procedência temos o Vale dos Vinhedos que foi a primeira IP registrada no Brasil, em 2002, e posteriormente conseguiu também se tornar uma DO, em 2012, o Vale dos Vinhedos é localizada nos municípios de Bento Gonçalves, Garibaldi e Monte Belo do Sul, no Rio Grande do Sul ocupando uma área total 72,45 quilômetros quadrados onde ocorre o cultivo das uvas e a elaboração dos vinhos de maneira abrangente.

### Marca Coletiva:

Figura 2: Sinal distintivo Vinhos do Brasil



Fonte: [Vinhos do Brasil - Portal Embrapa](#)

Para exemplificar as marcas coletivas e continuar no tema dos vinhos, há a MC do Vinhos do Brasil. Trata-se de uma marca coletiva que visa promover e autenticar os vinhos fabricados no Brasil como por exemplo os vinhos do Vale dos Vinhedos, esta MC foi depositada no INPI em 2010, porém teve sua concessão apenas no ano de 2014, se encontrando válida até os dias atuais, possuindo como proprietário a IBRAVIN, INSTITUTO BRASILEIRO DO VINHO.

## CONCLUSÕES

As IG's e as MCs possuem algumas diferenças e entre elas vale ressaltar seu pedido de registro. Nas IG's dependendo do tipo pedido - DO ou IP, são exigidos diversos documentos comprobatórios de autenticidade, de histórico-cultural e de estudos morfoclimáticos. Já as MCs seguem o pedido de marca padrão. Ambas são reflexos de coletivos, porém as IG's pertencem a todos desta coletividade de maneira igualitária, já no caso das MCs o representante jurídico é o único dono e possui total direito da marca coletiva.

## CONTRIBUIÇÕES DOS AUTORES

C, A. A contribuiu com a ideia, orientação, análise dos dados, revisão e aprovação da versão submetida. B, A. M contribuiu com a revisão bibliográfica, a redação do trabalho, a metodologia e conclusões.

## AGRADECIMENTOS

À Agência INOVA IFSP, pelo Edital N° 29/2023 PROGRAMA DE BOLSAS DISCENTE NA MODALIDADE EXTENSÃO PROCESSO SELETIVO DE ESTUDANTES PARA PARTICIPAÇÃO EM PROJETO DE EXTENSÃO, em consonância com o resultado do Edital n° 509/2022, conforme diretrizes cadastradas no Projeto de Extensão "Apoio ao desenvolvimento de projetos na área de Indicações Geográficas no âmbito da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica", vigência 2023/2024.

## REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei N° 9.279, de 14 de MAIO de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Brasília, DF: Diário Oficial da União, 1996.

BUAINAIN, M.; CASTELO BRANCO, R. Propriedade intelectual e desenvolvimento econômico. *Jornal da Ciência e-mail*, v. 2511, p. 27, 2004.

EMBRAPA. Marcas Coletivas - Portal Embrapa. Disponível em: <https://www.embrapa.br/uva-evinho/indicacoes-geograficas-de-vinhos-do-brasil/marcas-coletivas> . Acesso em: 8 ago. 2023.

INPI. Indicações Geográficas. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/perguntasfrequentes/indicacoes-geograficas>. Acesso em: 07 de jul. 2023. Online.

INPI. Pedidos de Indicação Geográfica no Brasil. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/pedidos-de-indicacao-geografica-no-brasil>. Acesso em: 8 ago. 2023.

MAGALHÃES, L. M. As marcas coletivas e as indicações geográficas – Barreto Dolabella. Disponível em: <https://barretodolabella.com.br/as-marcas-coletivas-e-as-indicacoes-geograficas/> . Acesso em: 8 ago. 2023.

MINISTÉRIO DA ECONOMIA INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. [s.l: s.n.]. Disponível em: [https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoesgeograficas/arquivos/legislacao-ig/PORT\\_INPI\\_PR\\_04\\_2022.pdf](https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoesgeograficas/arquivos/legislacao-ig/PORT_INPI_PR_04_2022.pdf). Acesso em: 7 jul. 2023. Online.

VANIN, C. E. Propriedade Intelectual: conceito, evolução histórica e normativa, e sua importância. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/artigos/propriedade-intelectual-conceito-evolucaohistorica-e-normativa-e-sua-importancia/407435408>. Acesso em: 3 ago. 2023.

VALE DOS VINHEDOS. 25 amostras são aprovadas na temporada 2019 da Denominação de Origem Vale dos Vinhedos. Disponível em: <https://valedosvinhedos.wordpress.com/2020/01/22/25-amostras-sao-aprovadas-natemporada-2019-da-denominacao-de-origem-vale-dos-vinhedos/>. Acesso em: 24 ago. 2023.

VALE DOS VINHEDOS. Território. Disponível em: <https://www.valedosvinhedos.com.br/territorio-valevinhedos>. Acesso em: 24 ago. 2023.