

abpi.empauta.com

Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
Clipping da imprensa

Brasília, 20 de março de 2023 às 07h56
Seleção de Notícias

Consultor Jurídico | BR

Marco regulatório | INPI

Mattes e Areas: Indicações geográficas e patrimônio cultural	3
---	----------

CONSULTOR JURÍDICO

Mattes e Areas: Indicações geográficas e patrimônio cultural

Boletim de notícias ConJur: cadastre-se e receba gratuitamente.

Login

Capa

Seções

Colunistas

Blogs

Anuários

Anuncie

Apoio cultural

Conjur 25 anos

TV ConJur

Loja

Boletim Jurídico

Web Stories

Estúdio ConJur

Cadastro

Login

Artigos
Opinião
Indicações geográficas e patrimônio cultural: desafios contemporâneos
19 de março de 2023, 13h27
Imprimir
Enviar Por
Anita Mattes e
Patrícia De Oliveira Areas
Muito se tem falado nas últimas semanas dos trabalhadores de empresa terceirizada que prestava serviços, na região de Bento

Gonçalves (RS), para três vinícolas, com condições de trabalho análogas à escravidão [1]. Essa notícia logo repercutiu em vários meios de comunicação, vinculada, direta e/ou indiretamente, à produção e à comercialização de vinhos feita pelas vinícolas da **indicação** geográfica Vale dos Vinhedos, ainda que as vinícolas que contrataram a terceirizada não estejam vinculadas a essa **indicação** geográfica. Mais do que analisar ou dizer de quem é a responsabilidade (o que deverá ser feito pelas autoridades competentes), este caso nos traz uma reflexão importante sobre cultura, patrimônio cultural, território e **indicação** geográfica.

antoniogravante/freepik

Uma das grandes mudanças relevantes no setor agroalimentar mundial, nos últimos anos, foi sem dúvida a criação das **indicações** geográficas, também conhecidas pela sigla IGs. Trata-se de um mecanismo jurídico de proteção, no âmbito do direito de **propriedade** intelectual, que permite distinguir certos produtos ou serviços de outros similares existentes no mercado, a partir de um signo distintivo baseado no nome geográfico. Essa distinção é, normalmente, em razão da origem geográfica desses produtos, que lhes atribui determinadas características, qualidades, reputação, valor intrínseco ou identidade própria. No caso específico do setor agroalimentar, são produtos agrícolas, como vinho, queijo, café, banana e tantos outros, que apresentam uma condição única decorrente de recursos naturais do seu lugar de produção, como solo, vegetação, clima ou mesmo o saber fazer específico dos produtores daquele território (know-how ou savoir-faire), construído, social e coletivamente, e compartilhado no decorrer da história. A origem do sistema veio da necessidade de acabar com práticas comerciais fraudulentas que afetavam a origem de alguns produtos agrícolas europeus, em particular, dos produtos vitivinícolas. Nas décadas de 1870 e 1880, após a

Continuação: Mattes e Areas: Indicações geográficas e patrimônio cultural

destruição massiva das vinhas francesas pela praga da filoxera, alguns produtores começaram a usar vinhos fraudulentos e artificiais. Por outro lado, pequenos viticultores, resistentes a tal prática, começaram a se organizar em associações, buscando garantir a autenticidade de suas produções. Diante desse comportamento, o governo francês produziu a primeira legislação sobre vinhos em 1889 e, em 1905, criou uma lei mais específica visando a proteção das "**denominações** de origem" para diversos produtos (vinho, queijo, cidra, cerveja e outros produtos) [2]. O interesse pela proteção dessa diferenciação "singular" de produtos, com base na origem territorial, tem sido relevante sobretudo em países "com elevada tipicidade" [3] - como a França e a Itália que são países que hoje possuem inúmeros registros de **indicações** geográficas [4]. No Brasil, a normatização dessa proteção veio com a Lei de Propriedade Industrial, em 1996 (Lei nº 9.279), que previu este instituto. Contudo, a primeira **indicação** geográfica brasileira concedida aconteceu apenas em 2002, que foi justamente a Indicação de Procedência Vale dos Vinhedos, que, dez anos depois, conquistou a **Denominação** de Origem Vale dos Vinhedos em território reduzido. A principal diferença entre uma indicação de procedência e uma **denominação** de origem, ambas **indicações** geográficas, está na diferenciação do produto por características que só são possíveis porque eles foram produzidos naquele território. Em outras palavras, no caso da **denominação** de origem, o produto só é o que é por conta dos fatores naturais e humanos de onde ele é produzido, tais como relevo, clima, solo, dentre outros. Já na indicação de procedência o diferencial do produto está na sua reputação, em ser reconhecido como produzido em determinada região [5]. O objetivo principal do sistema é constituir uma ferramenta útil de valorização dos produtos e serviços típicos, tradicionais, por meio de um tipo de sinal distintivo que será usado na comercialização de tais produtos e serviços. Apesar de ser um título destinado a fins comerciais (ferramenta de mercado), ele é concedido ao território, tendo uma entidade de representação coletiva como gestora. Por esta razão,

teoricamente, reforçaria o território economicamente, gerando desenvolvimento, a partir da valorização econômica da sociobiodiversidade e do conhecimento tradicional e patrimonial. Dito de outra forma, dentre os benefícios, poderia promover a valorização do patrimônio cultural do território, a partir de seus usos econômicos. Patrimônio cultural é tudo aquilo que identifica, representa, está vinculado à memória dos povos que construíram e constroem a nação brasileira (artigo 216, da Constituição Federal). É essa identidade, vinculada ao território, que dá a força para que produtores e/ou prestadores de serviço, de forma coletiva, consigam a concessão da **indicação** geográfica junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (**INPI**). Nesse sentido, muitas vezes as **indicações** geográficas são vistas e utilizadas como instrumento para viabilização e promoção do desenvolvimento local, especialmente de zonas rurais menos favorecidas. Entretanto, a relação entre produtos e serviços locais típicos ou tradicionais e mercado, nem sempre é harmônica. Pelo contrário, em algumas situações, novos padrões de produção e de consumo da economia global são incorporados a saberes e produtos tradicionais locais causando desnaturação, destruição ou, ainda, apropriação por grupos econômicos maiores, desconsiderando as pessoas que construíram o saber fazer tradicional. Um patrimônio cultural, uma prática tradicional, um saber fazer, o que vincula determinado produto e/ou serviço a um território, é uma construção social e coletiva [6]. Talvez daí uma das razões pelas quais o escândalo do trabalho análogo à escravidão tenha tanta repercussão em todo o território e nas demais vinícolas. Em tempos de grande velocidade de informação e apelos midiáticos, generalizações e injustiças são até cometidas. Mas isso nos alerta para um ponto importante. Uma **indicação** geográfica não pode ser só mais um ativo privado, de algumas empresas, pessoas ou produtores, usado para gerar escala, aumentar margem de lucro, atrair turistas, entre outros. Ela precisa ser encarada (e quem sabe até alterada) de forma mais completa e ampla, pois envolve o patrimônio cultural do território. Estamos falando de identificações, de vidas, de pes-

Continuação: Mattes e Areas: Indicações geográficas e patrimônio cultural

soas, suas histórias e tradições. Portanto - e neste ponto pedimos atenção a reflexão sobre este caso para que possamos, no futuro, dizer: "lição aprendida" - aplicar uma lógica de mercado, nua e crua, a um bem cultural, que fundamenta uma **indicação** geográfica. Uma estratégia arriscada e, dependendo das circunstâncias, até problemática. É um campo delicado, subjetivo e complexo que precisa ser cuidado com estratégia, sensibilidade e participação social. Em outras palavras, as **indicações** geográficas são um registro coletivo, do território que tem como principal base o patrimônio cultural local, e que pode apresentar um potencial de desenvolvimento territorial, dependendo de como é feita a gestão desta ferramenta jurídica. Trata-se de uma construção coletiva, de toda a comunidade. A partir do momento em que se aplica a lógica do mercado - escala, produtividade, lucro, faturamento, linha de produção, entre outros - pautada apenas em crescimento econômico para exploração de uma **indicação** geográfica, surgem conjunturas difíceis de gerir que nem sempre respeitam o território, o patrimônio cultural e suas comunidades tradicionais locais. Diante disso, é importante refletir sobre o papel desempenhado pelas **indicações** geográficas que, como catalisadora do agronegócio, se vê diante de desafios atuais relevantes, como manter as comunidades nos seus territórios, preservar seu patrimônio cultural local e seu meio socioambiental, encarando, de frente, suas complexidades, potencialidades e riscos. Principalmente os riscos!

Notas[1] É possível conhecer mais sobre o caso em NAGEL, Luciano. Mais de 150 pessoas em situação análoga à escravidão que atuavam em vinícolas do RS são resgatadas. Estadão, 24 abr. 2023. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/brasil/mais-de-150-pessoas-em-situacao-analoga-a-escravidao-sao-resgatadas-de-vinícolas-na-serra-gaucha-nprm/>. Acesso em: 5 mar, 2023.[2] Veja mais sobre a história da IGS na Europa em ISLA, Anne. "La géotraçabilité dans le secteur vitivinicole : construction institutionnelle du marché". Revue d'économie industrielle, n° 149,

2015, p. 73-102; e GIRARDEAU, Jean-Marc. The Use of Geographical Indications in a Collective Marketing Strategy: The Example of Cognac. WIPO, Symposium on the International Protection of Geographical Indications, Somerset West, South África. 1999. OMPI, publicação n° 764.[3] Normisma. Prodotti tipici e sviluppo locale. Il ruolo delle produzioni di qualità nel futuro dell'agricoltura italiana. Il Sole 24 Ore, 2000.[4] <https://www.strasbourg-europe.eu/2022/06/03/chronique-europe-focus-sur-lindication-geographique-protegee/>[5] Noções básicas sobre as **Indicações** Geográficas podem ser encontradas no site do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (**INPI**) - <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas>.[6] Veja PRATS, Llorenç. Antropología y patrimonio. Barcelona: Ariel, 1997. Topo da páginaImprimirEnviarAnita Mattes é doutora pela Université Paris-Saclay, mestre pela Université Panthéon-Sorbone, professora nas áreas de Direito Internacional e Patrimônio Cultural, cultore della materia na Università degli Studi di Milano-Bicocca e conselheira do Instituto Brasileiro de Direitos Culturais (IBDCult). Patrícia De Oliveira Areas é advogada, mestre e doutora em Direito pela UFSC, professora no curso de Direito e no programa de pós-graduação em patrimônio cultural e sociedade da Universidade da Região de Joinville (Univille), professora no programa de pós-graduação em **propriedade** intelectual e **transferência** de tecnologia para a Inovação (Profnit/UFSC) e co-líder do Grupo de Pesquisa em Patrimônio, Direito, Desenvolvimento e Inovação (Pode), da UnivilleRevista Consultor Jurídico, 19 de março de 2023, 13h27Comentários de leitores0 comentáriosVer todos comentáriosComentar

Leia tambémOpiniãoAnita Mattes: Propriedade intelectual e as indicações geográficasOpiniãoAnita Mattes: Salvaguarda do patrimônio alimentar para UnescoOpiniãoAnita Mattes: Direitos culturais em re configuraçãoOpiniãoAnita Mattes: Os direitos

Continuação: Mattes e Areas: Indicações geográficas e patrimônio cultural

culturais no contexto eleitoralRedes Sociais

Advocacia

RSS

Escritórios

Áreas do Direito

Judiciário

Administrativo

Ministério Público

Ambiental

Polícia

Comercial

Política

Consumidor

ConJur

Criminal

Quem somos

Eleitoral

Equipe

Empresarial

Fale conosco

Família

Publicidade

Financeiro

Anuncie no site

Imprensa

Anuncie nos Anuários

Internacional

Seções

Leis

Notícias

Previdência

Artigos

Propriedade Intelectual

Colunas

Responsabilidade Civil

Entrevistas

Tecnologia

Blogs

Trabalhista

Estúdio ConJur

Tributário

Especiais

Comunidades

Eleições 2020

Continuação: Mattes e Areas: Indicações geográficas e patrimônio cultural

Especial 20 anos

Consultor Jurídico

Produtos

ISSN 1809-2829

Livraria

www.conjur.com.br

Anuários

Política de uso

Boletim Jurídico

Reprodução de notícias

Redes Sociais

RSS

Índice remissivo de assuntos

Propriedade Intelectual
3

Denominação de Origem
3

Inovação
3

Marco regulatório | INPI
3