

## Indicações de proveniência, denominações de origem e indicações geográficas.\*

Por Alberto Francisco Ribeiro de Almeida

### Sumário:

1. Introdução.
2. Indicação de proveniência, denominação de origem e indicação geográfica: as fronteiras.
3. A denominação de origem e a indicação geográfica como instrumentos de concorrência.
4. As funções de indicação de proveniência geográfica e de garantia de qualidade.
5. Da acção de *passing-off* às marcas de certificação ou da repressão de fraudes às *appellations d'origine contrôlées*.
6. A natureza jurídica da denominação de origem.
7. A liberdade de circulação de mercadorias e a política agrícola comum.
8. A política de *trade-off* subjacente às indicações geográficas no acordo TRIPS.
9. Conclusão.

“Rien ne porte aussi bien le cachet de la nationalité, voire même du pays et du terroir, que l'appellation d'origine (...)”.

MARCEL PLAISANT et FERNAND-JACQ, *Traité des Noms et Appellations d'Origine*, Paris, 1921, 13.

### 1. Introdução.

Denominações de origem, indicações geográficas e indicações de proveniência são instrumentos de identificação e diferenciação dos produtos que fazem parte do nosso dia-a-dia. É doutrina dominante que as indicações geográficas constituíram o primeiro tipo de sinais distintivos do comércio, muito antes das marcas comerciais.

---

\* O presente texto corresponde à exposição que pronunciamos no 5.º Curso de Pós-Graduação em Propriedade Industrial organizado pela Faculdade de Direito de Lisboa e pela Associação Portuguesa de Direito Intelectual.

Os usos e os costumes da Grécia Antiga e de Roma espelhados no quotidiano da vida destes povos evidenciam uma multiplicidade e heterogeneidade de nomes geográficos colocados em produtos. Na Grécia Antiga eram famosas as estatuetas da cidade de Tânagra, o bronze da cidade de Corinto, o mármore da região da Frígia, os mantos de Pelena, a excelência do mel do monte Himeto, os cavalos da região da Tessália, a púrpura da ilha de Cítera, os perfumes, os panos finos ou o pergaminho da cidade de Pérgamo, as lãs e tecidos da cidade de Mileto, os vinhos das ilhas de Tasos, de Quios, de Lesbos, de Naxos, de Lêucade, os da região da Calcídica e da Trácia e os da cidade da Maroneia. Em Roma eram célebres os vinhos de Falerno, de Alba, do monte Mássico e de Sorrento, as ostras de Brindisi, os vasos de Bizâncio, o açafraão do monte Córico, o azeite de Venafro e o mármore de Carrara. A Bíblia é pródiga na citação de nomes geográficos na identificação de produtos: os cedros do Líbano, o ouro de Parvaim, os cavalos provenientes do Egipto e de Qué, o vinho de Helbon e a lã de Sacar.

Estamos, todavia, perante simples indicações de proveniência (ainda longe da figura da denominação de origem ou da noção actual de indicação geográfica) sem autonomia jurídica embora juridicamente tuteladas.

As denominações de origem e as indicações geográficas têm adquirido uma vantagem económica crescente e desempenham uma função relevante no tráfico comercial. Roquefort, Porto, Champagne, Chablis, Sauternes, Sherry, Chianti, Bayrisches Bier, Budweiser, Jamón de Huelva, Feta, Dortmunder Bier, Bremer Bier, Hofer Bier, Lentille vert du Puy, Noix de Grenoble, Jambon de Bayonne, queijo de Neufchâtel, Blue Stilton Cheese, azeites de Lesbos, de Samos, de Thassos, de Rhodes, Queijo Serra da Estrela, Queijo São Jorge, Presunto de Barrancos, Carnalentejana, Ternera Galega, Turrón de Alicante, Pimentón de Murcia, Grana Padano, Gorgonzola, Parmigiano Reggiano, Prosciutto di Parma, Prosciutto Toscano, Habanos, Tequila, Cognac, são exemplos de denominações de origem ou indicações geográficas. A relevância económica das denominações de origem e das indicações geográficas deriva, como sinal indirecto, da multiplicidade de acordos internacionais bilaterais e multilaterais que têm sido concluídos com vista a proteger aqueles direitos de propriedade industrial. No plano comunitário é de referir o Regulamento (CEE) N.º 2081/92 do Conselho, de 14 de Julho de 1992, relativo à protecção das indicações

geográficas e das denominações de origem dos produtos agrícolas e dos géneros alimentícios (não aplicável a vinhos e bebidas espirituosas). Tendo em conta o desenvolvimento do comércio internacional de produtos com denominação de origem ou indicação geográfica e o interesse crescente que os consumidores atribuem à origem e à qualidade dos produtos que adquirem, a Organização Mundial do Comércio (OMC) autonomizou e disciplinou a figura da indicação geográfica no Acordo sobre os Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados com o Comércio (TRIPS).

As denominações de origem e as indicações geográficas aplicam-se tradicionalmente a produtos como vinhos, aguardentes e queijos. Todavia, já se reconheceram denominações de origem para produtos industriais e artesanais. Por outro lado, não só o âmbito merceológico dos produtos abrangidos é maior em virtude do citado Regulamento N.º 2081/92, como se defende a aplicação da figura da denominação de origem e da indicação geográfica a serviços (designadamente de turismo). Em breves termos estatísticos poder-se-á estimar que no âmbito do acordo de Lisboa sobre as denominações de origem e seu registo internacional existem cerca de 800 denominações de origem registadas, no registo comunitário de denominações de origem e indicações geográficas ao abrigo do indicado Regulamento N.º 2081/92 constam mais de 600 nomes geográficos e, por fim, no domínio vitivinícola e em resultado do Regulamento (CE) N.º 1493/1999 do Conselho, de 17 de Maio de 1999, que estabelece a organização comum do mercado vitivinícola, aparecem mais de 8000 nomes aos quais podemos acrescentar os nomes geográficos do sector das bebidas espirituosas (mais de 200).

## **2. Indicação de proveniência, denominação de origem e indicação geográfica: as fronteiras.**

A denominação de origem, nos termos do Código da Propriedade Industrial português (CPI) e do acordo de Lisboa para a protecção das denominações de origem e seu registo internacional, corresponde a uma modalidade da propriedade industrial, um direito privativo com uma fisionomia colectiva. Na sua estrutura, este direito compreende os produtos provenientes de uma região ou local demarcado que

contenham qualidades ou características que se devam essencial ou exclusivamente ao meio geográfico, incluindo os factores naturais e humanos, e cuja produção, transformação e elaboração ocorram nessa área demarcada.

Nestes termos e considerando o disposto no art. 305.º/1 e 2 do CPI, no art. 2.º do acordo de Lisboa relativo à protecção das denominações de origem e ao seu registo internacional, bem como o consagrado no art. 2.º do referido Regulamento N.º 2081/92, entendemos por denominação de origem a denominação geográfica de um país, região ou localidade, ou uma denominação tradicional (geográfica ou não), que se usa no mercado para designar ou individualizar um produto originário do local geográfico que corresponde ao nome usado como denominação e que reúne determinadas características e qualidades típicas que se devem essencial ou exclusivamente ao meio geográfico, compreendendo os factores naturais e os factores humanos.

A área geográfica, delimitada, é o local de origem do produto, o local de produção, de transformação e de elaboração do produto. Os critérios para a delimitação não são consensuais; o elemento natural (o *terroir*) parece decisivo (isto é, as condições naturais de produção, ligadas ao meio geográfico físico, como o solo, o subsolo, o clima, a exposição solar, etc., mas também o meio humano que utiliza certos processos técnicos e conhece certas tradições), mas a realidade inerente a cada delimitação resulta, tantas vezes, da conjugação de outros interesses. Os produtos originários desta área delimitada devem ser produtos típicos dessa área e reunir determinadas qualidades e características próprias que não se encontram em qualquer outro local.

A indicação geográfica, de acordo com o CPI e o acordo TRIPS concluído no quadro da OMC, aparenta uma fisionomia semelhante à denominação de origem. Todavia, a sua estrutura é débil quando comparada com a denominação de origem, embora mais elástica. Na verdade, a indicação geográfica individualiza produtos originários de uma região ou localidade quando determinada qualidade, reputação ou outra característica do produto seja essencialmente atribuível à sua origem geográfica. Expressamente, resulta do CPI (art. 305.º/3) e do Regulamento N.º 2081/92 (art. 2.º) que, enquanto que na denominação de origem as qualidades e as características dos produtos se devem essencial ou exclusivamente ao meio geográfico compreendendo os factores naturais e humanos, na indicação geográfica a reputação, uma qualidade determinada ou outra

característica podem ser atribuídas a essa origem geográfica, independentemente dos factores naturais e humanos. Na indicação geográfica o elo que une o produto à região determinada é mais débil que na denominação de origem. Ou seja, na indicação geográfica a reputação do produto (ou uma sua qualidade ou outra característica) pode (basta que possa) ser atribuída à região sem influência directa dos factores naturais e humanos. Por outro lado, aquela menor ligação, na indicação geográfica, do produto à região determinada resulta, igualmente, da não exigência de que todas as operações de produção, transformação e elaboração ocorram na área determinada (como se estabelece para a denominação de origem), bastando que uma delas ocorra na área delimitada.

A denominação de origem exige um vínculo acentuado do produto com a região demarcada, ao contrário da indicação geográfica que se basta com uma breve aparência de ligação com a região (é suficiente que a reputação possa ser atribuível à região determinada).

Por fim, a indicação de proveniência. Este sinal coloca a questão delicada de saber se estamos perante um direito privativo. Temos, no mínimo, muitas dúvidas, face à ausência de uma disciplina específica deste sinal (quer no plano interno quer internacional); a sua tutela realiza-se pela via das regras da concorrência desleal. Quanto à delimitação da figura, entendemos que a indicação de proveniência se traduz numa simples menção do local em que um produto foi produzido, fabricado, extraído, etc. Trata-se de uma simples informação que permite ao consumidor saber, por exemplo, se o produto é de origem portuguesa ou estrangeira [por exemplo, Porto, Barcelona; laranja portuguesa, fabrico italiano; “made in the (..)” ou “feito em (..)”]. A indicação de proveniência pode ser efectuada através de uma indicação indirecta, como seja a reprodução de monumentos ou lugares típicos e conhecidos de um país ou de uma cidade, como a Torre Eiffel, a bandeira de um Estado, o retrato de personagens históricas, etc. A indicação de proveniência deve ser conforme à realidade (princípio da verdade), isto é, o produto em que é aplicada deve ter sido produzido (fabricado, etc.) na região que corresponde a essa indicação, e esta não deve ser enganosa ou criar confusão acerca da origem do produto.

### **3. A denominação de origem e a indicação geográfica como instrumentos de concorrência.**

As denominações de origem e as indicações geográficas são instrumentos ao serviço das empresas. São meios de identificação dos produtos no mercado. Num mercado intercomunicativo, caracterizado por uma acérrima concorrência entre os produtos, por uma maior consciencialização dos consumidores para o factor qualidade, a denominação de origem e a indicação geográfica podem desenvolver um importante papel enquanto afiançadores de um monopólio (permitem um exclusivo), podem ser elementos-chave de uma estratégia comercial visando a conquista de um lugar competitivo marcado pela tipicidade de um produto.

Para o consumidor um produto com denominação de origem ou indicação geográfica significa qualidade, características determinadas, garantidas. Mas, além de satisfazer o interesse (mediato ou acessório; sucessivo ou moderno) dos consumidores, a denominação de origem e a indicação geográfica são instrumentos do comércio nas mãos dos produtores e dos comerciantes (são instrumentos ao serviço de um interesse reditício: estes direitos privativos permitem às empresas uma margem de rendimento superior; a qualidade tem preço). A denominação de origem e a indicação geográfica são propriedade comum (propriedade colectivística) dos produtores e comerciantes da região determinada. Aliás, estes sinais distintivos do comércio surgiram como meios dos produtores e comerciantes de uma região conseguirem colocar os seus produtos no mercado; associaram os seus interesses comuns (e que são igualmente económicos quando se traduzem num esforço conjunto na luta contra as falsificações e imitações do que é genuíno) em volta de um sinal identificador. A denominação de origem e a indicação geográfica garantem a promoção e comercialização colectiva de produtos de qualidade, permitindo economias de escala e a conquista do consumidor com mais facilidade.

A convergência interessada das empresas de uma região no aproveitamento do valor acrescido de uma denominação de origem ou indicação geográfica, vai implicar a intervenção (não altruística) de um organismo de controlo (por vezes uma pessoa colectiva de direito público) que certifique – com independência, imparcialidade e

objectividade – a proveniência, as características e qualidades dos produtos com denominação de origem ou indicação geográfica (*id est* que verifique a conformidade do produto com um caderno de encargos).

Numa sociedade em rede a segurança alimentar pertence à ordem pública económica. Ora, as denominações de origem e as indicações geográficas podem contribuir para garantir tranquilidade na escolha do consumidor. Trata-se de uma vantagem para o consumidor e um desafio intranquilo para as entidades certificadoras – embora fique, neste texto, por determinar o nível da sua responsabilidade e (in)consequente desresponsabilização do produtor ou comerciante. Esta tranquilidade do consumidor – no caso dos produtos com denominação de origem ou indicação geográfica – quase lhe permite escolher o produto independentemente da sua origem empresarial; mas, a verdade é que a empresa está sempre presente, desde logo com a sua marca mais ou menos famosa.

Colateralmente, as denominações de origem e as indicações geográficas permitem a consecução de outros interesses. No quadro do direito comunitário as denominações de origem são instrumentos ao serviço da política agrícola comum de modo a valorizar a qualidade dos produtos. Mas são preocupações de política estrutural que estão em causa: pretende-se o progresso das zonas rurais mediante a melhoria do rendimento dos agricultores e a fixação da população rural nestas zonas.

Por fim, os produtos de qualidade asseguram, em regra, a conservação e o respeito do meio ambiente. A produção e a elaboração de produtos de qualidade realizam-se, por vezes, em condições naturais adversas em que só tais produtos subsistem. A denominação de origem e a indicação geográfica têm sido reconhecidos como meios de protecção do conhecimento tradicional e do folclore, ou seja, da cultura de um povo.

#### **4. As funções de indicação de proveniência geográfica e de garantia de qualidade.**

No plano funcional a denominação de origem desempenha uma função distintiva que se traduz numa indicação de proveniência geográfica (identifica um produto como proveniente de um local determinado). Mas a denominação de origem tem, ainda, uma

função de garantia: assegura ao consumidor que o produto que a ostenta tem certas características e qualidades, ou seja, que corresponde a um caderno de encargos ou de especificações e cuja observância é assegurada por uma entidade de controlo. Ou seja, estamos perante um sinal distintivo com uma função complexa: a denominação de origem desempenha uma função de garantia de qualidade e certifica que o produto tem uma certa proveniência geográfica.

Na verdade, a denominação geográfica não é utilizada apenas com a finalidade de indicar a proveniência do produto, mas principalmente para designar um produto determinado (que preenche certas qualidades e características). Assim, nem todo o produto de uma mesma área geográfica delimitada poderá ser distinguido com a denominação de origem, dado que não a poderá utilizar se não reunir as qualidades e as características estabelecidas. Não basta, nestes termos, delimitar a área de produção. É preciso também determinar as qualidades ou as características do produto para ter direito à denominação de origem.

É certo que se pode contestar que as noções de “origem”, “tipicidade” e “qualidade” não estão totalmente definidas e não têm um significado unívoco na esfera jurídica, bem como se pode defender que na denominação de origem existe apenas uma conexão puramente geográfica ou territorial do produto com a região, prescindindo-se, assim, de qualquer elo qualitativo do produto com a área geográfica (que pode abranger um território muito amplo, por exemplo, todo um país). Ou seja, a denominação de origem seria apenas uma indicação de proveniência geográfica simples ou qualitativamente neutra.

Todavia, a realidade não é essa. Na denominação de origem estamos perante uma qualidade objectivamente definida. O que importa é a correspondência a um padrão, a um conjunto de características pré-definidas. Ou seja, o produto deve ser obtido e elaborado segundo normas estabelecidas, deverá preencher todas as características exigidas (cada denominação de origem deve ter o seu próprio regulamento) e para a consecução de tal objectivo é necessário que exista um organismo especializado para o controlo da aplicação dessa regulamentação. Este organismo de controlo deverá – para além de estar dotado de meios técnicos e humanos – obedecer a critérios de objectividade e imparcialidade; a aplicação do interprofissionalismo (ou aquilo que

outros já designaram pelo governo interessado das famílias) neste domínio poderá implicar (se não for rodeado das necessárias cautelas) “confusão” de interesses.

A indicação geográfica tende a desenvolver funções idênticas à denominação de origem. A indicação geográfica individualiza um produto como proveniente de um local determinado (a função distintiva traduz-se numa função indicadora da proveniência geográfica), mas fica tendencialmente prejudicada a função de garantia de qualidade ou, pelo menos, não é tão evidente.

Por fim, a indicação de proveniência é uma simples menção do local em que um produto foi produzido, fabricado, extraído, etc. Trata-se de uma informação que permite ao consumidor saber, por exemplo, se o produto é de origem portuguesa. Não existe qualquer garantia de qualidade do produto.

Como nota final podemos apenas acrescentar que a marca não garante uma proveniência geográfica nem desenvolve uma função de garantia (excepto a marca de certificação).

### **5. Da acção de *passing-off* às marcas de certificação ou da repressão de fraudes às *appellations d’origine contrôlées*.**

A evolução da tutela jurídica das denominações de origem e das indicações geográficas, bem como dos instrumentos jurídicos utilizados na sua disciplina, é um sintoma claro dos interesses de cada país e da importância que estas figuras foram adquirindo em cada ordenamento jurídico. Este desenvolvimento deu origem a diferentes modos de protecção que podem ser hoje agrupados em quatro domínios ou modelos: a concorrência desleal e a acção de *passing-off*; as denominações de origem protegidas e as indicações geográficas registadas; as marcas colectivas e de certificação; e, acessoriamente, os instrumentos de natureza administrativa.

A tutela das indicações geográficas realiza-se, em alguns países, fundamentalmente pela via da concorrência desleal. Práticas comerciais que sejam enganadoras ou que possam enganar o público designadamente quanto à origem geográfica dos produtos podem constituir um acto de concorrência desleal. Em Portugal as falsas indicações de proveniência são tuteladas no quadro da concorrência desleal. Também a lei alemã

sobre a concorrência desleal se aplica a casos em que, no âmbito de uma actividade comercial, se fazem uso de práticas enganosas quanto à origem geográfica dos produtos.

Nos países anglo-saxónicos ou que adoptam um sistema de *common law*, a acção de *passing-off* é considerada a base de protecção contra actos desonestos da actividade comercial. Esta acção pode ser descrita como o remédio legal para os casos em que os produtos ou serviços de uma empresa são apresentados como sendo de outra empresa. Nestes casos o queixoso perde clientela porque o demandado adoptou comportamentos que levam a clientela a acreditar que estava a adquirir os produtos do queixoso, quando de facto estava a comprar produtos do demandado. Ora, o uso indevido de indicações geográficas através de uma acção de *passing-off* exige que o queixoso deva provar, em primeiro lugar, que os seus produtos (identificados com uma indicação geográfica) beneficiam de uma certa reputação ou *goodwill*, em segundo lugar, que o demandado engana o consumidor quando o faz crer que os seus produtos provêm do queixoso e que, por fim, ele, queixoso, sofreu danos com este engano. No Reino Unido aplicou-se com sucesso a acção de *passing-off* a um conjunto de casos relativos a indicações geográficas (os designados *drink cases*): “Advocaat” (bebida holandesa); “Spanish Champagne”; “Elderflower Champagne”; “British Sherry”, “Australian Sherry” e “South African Sherry”.

Nestes dois tipos de instrumentos, cujo objectivo é a eliminação de práticas enganosas, as indicações geográficas não são reconhecidas como autónomos direitos privativos de propriedade intelectual.

Sistema diverso é o das denominações de origem protegidas e o das denominações de origem registadas. Este tipo de modelo implica o reconhecimento das denominações de origem ou das indicações geográficas como direitos privativos de propriedade intelectual, rigorosamente definidos e protegidos.

No primeiro caso, a disciplina do uso da denominação de origem resultou de uma necessidade de combater práticas comerciais fraudulentas em especial no domínio dos produtos vitivinícolas (assim o foi em França e em Portugal). Nestes sistemas a noção de denominação de origem (*appellation d’origine contrôlée*) corresponde àquela que atrás fizemos referência. O reconhecimento da denominação de origem é efectuado através de diploma legal (lei ou decreto-lei) ou de um acto administrativo (emanado de

uma autoridade pública) e, em consequência, identificam-se os produtos, as suas características ou qualidades, as condições de produção e demarca-se a região. Nestes casos a denominação de origem é rigorosamente protegida e o uso indevido da denominação de origem é fortemente combatido, desde logo através de procedimento criminal.

O modelo das denominações de origem registadas é muito semelhante ao das denominações de origem protegidas, embora possam existir diferenças quanto ao âmbito e ao modo de protecção (desde logo o tipo de procedimento; pode não ser o penal, mas o civil). O sistema das denominações de origem registadas depende de registo enquanto que o sistema anterior assenta fundamentalmente na adopção de um diploma legal.

Um terceiro sistema de protecção situa-se no domínio das marcas. Não nos dedicaremos à tutela indirecta resultante das marcas quando é proibido o registo de marcas descritivas ou deceptivas, quando termos geográficos não podem constituir uma marca válida (quando o nome geográfico não adquiriu um *secondary meaning* ou não é considerado fantástico). Interessa-nos, neste momento, a referência às marcas de certificação e às marcas colectivas.

A marca de certificação designa qualquer palavra, nome, símbolo ou desenho, ou toda a combinação destes elementos, utilizada por uma pessoa que não o proprietário para certificar a origem, regional ou outra, a matéria, o modo de fabrico, a qualidade, a exactidão ou outras características dos produtos ou serviços desta outra pessoa.

A marca de certificação visa assegurar que os produtos ou serviços (provenientes de fabricos ou prestações diferentes) a que se aplica têm certas características comuns, assim como um certo nível de qualidade, com a garantia de que foram submetidos a um controlo, prévio e contínuo. A função certificadora e indicadora de qualidade é a função principal destas marcas. Função exercida em nome do interesse geral e não no interesse de uma empresa. A marca de certificação não é um sinal distintivo dos produtos ou serviços, tal como este é concebido tradicionalmente. É um sinal certificador, indicador de certa qualidade. O que distingue os produtos ou serviços que beneficiam desta marca de outros da mesma classe, qualquer que seja a sua proveniência empresarial, é que estes não estão dotados da qualificação presente na marca de garantia.

Todo o empresário cujos produtos estejam de acordo com o caderno de encargos estabelecido pelo titular da marca tem o direito de usar a marca de certificação. O titular da marca deve assegurar que os produtos ou serviços nos quais a marca de certificação é aposta possuem as qualidades certificadas. Neste sentido, o titular da marca deve, no momento do pedido de registo da marca de certificação, apresentar o regulamento de uso da marca onde deve definir, de forma clara, as características certificadas pela marca, as pessoas autorizadas a usar a marca e estabelecer detalhes sobre a certificação e o controlo. O titular da marca não deve ser autorizado a usá-la nos seus produtos ou serviços.

A tutela de indicações geográficas através de marcas de certificação é possível, designadamente nos EUA (aqui registou-se a denominação de origem “Roquefort” como marca de certificação). A protecção de que gozam neste caso as indicações geográficas resulta das regras gerais sobre as marcas, salvo eventuais disposições especiais.

Em relação às marcas colectivas ou de associação estamos perante marcas registadas por associações de produtores, fabricantes, comerciantes ou prestadores de serviços, para distinguir no mercado os produtos ou serviços dos seus membros dos produtos ou serviços daqueles que não fazem parte dessa associação. No pedido de registo destas marcas deverá incluir-se um regulamento de uso no qual se indique as pessoas autorizadas a utilizar a marca, as condições de filiação na associação, as condições de uso da marca e os motivos pelos quais se pode proibir o seu uso a um membro da associação. A marca colectiva pertence a uma associação. A marca colectiva indica a qualidade de membro de uma associação, corporação ou união; identifica a qualidade de membro; identifica a organização e os produtos ou serviços dos membros da organização, os quais podem ou não diferir dos produtos ou serviços de outras organizações. A marca colectiva é propriedade de uma organização sendo utilizada pelo conjunto dos membros. O Regulamento (CE) N.º 40/94 do Conselho, de 20 de Dezembro de 1993, sobre a marca comunitária, disciplina as marcas comunitárias colectivas (arts. 64.º e ss.). Aí se estabelece que as marcas comunitárias colectivas visam distinguir os produtos ou os serviços dos membros da associação que delas é titular dos de outras empresas. Podem ser titulares de tais marcas as associações de

fabricantes, de produtores, de prestadores de serviços ou de comerciantes (que preencham certos requisitos) e as pessoas colectivas de direito público. O requerente de uma marca comunitária colectiva deve apresentar um regulamento de utilização. Este regulamento indicará as pessoas autorizadas a utilizar a marca, as condições de filiação na associação, assim como, na medida em que existam, as condições de utilização da marca, incluindo as sanções.

O CPI estabelece (art. 228.º/2) que “podem constituir marca colectiva os sinais ou indicações utilizados no comércio para designar a origem geográfica dos produtos ou serviços” (faculdade prevista para a marca de certificação e para a marca de associação). O legislador nacional consagrou a possibilidade prevista no art. 15.º/2 da Directiva n.º 89/104/CEE do Conselho, de 21 de Dezembro de 1988, que harmoniza as legislações dos Estados-membros em matéria de marcas: “Em derrogação do n.º 1, alínea c), do artigo 3.º, os Estados membros podem estipular que os sinais ou indicações utilizados no comércio para designar a origem geográfica dos produtos ou serviços possam constituir marcas colectivas ou marcas de garantia ou de certificação (..)”. Todavia, a segunda parte desta disposição limita o direito exclusivo do titular da marca se esta for composta por um nome geográfico. Se a primeira parte do preceito é facultativa a segunda é obrigatória: “Uma marca deste género não confere ao titular o direito de proibir a um terceiro que use no comércio esses sinais ou indicações, desde que esse uso se faça em conformidade com práticas honestas em matéria industrial ou comercial; nomeadamente, uma marca deste género não pode ser oposta a um terceiro habilitado a usar uma denominação geográfica”. Estamos em face de uma prevalência do interesse dos terceiros em relação ao interesse individual do titular da marca. O citado Regulamento (CE) n.º 40/94 contém uma disposição semelhante à da Directiva (art. 64.º/2).

Em alguns países a marca colectiva ou de associação pode cumprir uma função certificadora. Estas são simultaneamente marcas colectivas e de certificação, mas registadas como marcas colectivas ou de associação. Esta marca de associação só pode ser utilizada, em regra, pelos membros da associação. Assim, se a função certificadora deste tipo de marca é uma função derivada, não existe qualquer inconveniente em que seja reservada somente para os membros da associação; contudo, se é uma marca com

uma função essencialmente certificadora será que se deveria permitir a sua utilização por todos quantos produzam ou fabriquem produtos ou prestem serviços que preencham os requisitos exigidos? Esta circunstância de uma marca colectiva ou de associação ter como função primária a de certificar produtos ou serviços, destinando a sua utilização unicamente para os membros da associação titular da marca, acentua um interesse privado (ainda que de todos os membros da associação) em prejuízo do interesse geral.

Por fim, um quarto modelo, muitas vezes complementar ou acessório dos anteriores: esquemas administrativos de protecção das indicações geográficas. Muitos países subordinam o uso de certas indicações geográficas a uma aprovação prévia por parte de uma autoridade administrativa. É o caso dos vinhos e das bebidas espirituosas em certos países. A possibilidade de uso de uma indicação geográfica implica a intervenção de uma autoridade administrativa que controla a qualidade dos produtos, todas as características estabelecidas, a proveniência geográfica e, inclusive, aprova a rotulagem. Se alguma das exigências não se verificar o produto não poderá ostentar a indicação geográfica pretendida.

O ordenamento jurídico português assenta num reconhecimento das denominações de origem e das indicações geográficas como direitos privativos de propriedade industrial, dotados de um nível de protecção elevado e com a consagração de um sistema de registo. O nível de protecção elevado verifica-se quer quanto ao conteúdo do direito (por exemplo proibindo-se a degenerescência das denominações de origem ou tutelando-se as denominações de origem de prestígio além do princípio da especialidade) quer quanto à sanção (criminalizando-se algumas condutas). O novo CPI foi especialmente e merecidamente generoso com as denominações de origem. A legislação especial, em particular no domínio vitivinícola, segue o mesmo caminho.

## **6. A natureza jurídica da denominação de origem.**

Existem poucas reflexões doutrinárias relativas à natureza jurídica da denominação de origem. Vamos tentar caracterizar os poderes inerentes a este direito subjectivo.

O produtor, desde que os seus produtos respondam às condições preestabelecidas, pode fazer uso da denominação de origem, aplicando-a a esses produtos, sem que esse

uso lhe possa ser recusado ou retirado. Nenhuma outra pessoa, para além desse produtor, pode fazer uso da denominação de origem. Por outro lado, o produtor vai aplicar a denominação de origem na sua produção com a finalidade de retirar da sua venda lucros superiores àqueles que poderia retirar de produtos similares sem direito à denominação de origem. Assim, o uso do direito tem por fim a realização de frutos. Repare-se, contudo, que somente aquele que pode utilizar a denominação de origem pode retirar lucros, a locação da denominação de origem não é admitida. A posição do titular da denominação de origem é diferente da do titular de uma patente ou de uma marca, dado que estes podem também fazer frutificar o seu direito concedendo o seu uso por meio de contratos de licença.

Quanto à possibilidade de dispor da denominação de origem, cada produtor, isoladamente, está desprovido desse poder. O produtor alienando a sua “exploração” não aliena o seu direito à denominação de origem. Este último, não reaparecerá na esfera jurídica do adquirente, salvo se este continuar a produzir os produtos típicos daquela área geográfica de acordo com as regras preestabelecidas. A questão é idêntica no caso de cedência temporária da referida “exploração”. O produtor (vendedor, locador, etc.) retirará, todavia, uma bonificação da localização da sua “exploração” na área da denominação de origem.

O proprietário de uma coisa tem normalmente o direito de a destruir, de a modificar na sua estrutura ou na sua afectação, ou seja, tem a faculdade de dispor juridicamente e materialmente dessa coisa, objecto do direito. O titular de um direito de propriedade industrial dispõe, normalmente, destas prerrogativas; o titular de uma marca, por exemplo, pode pôr fim à sua existência não renovando o seu registo; pode também mudar o seu destino, por exemplo, modificando a lista dos objectos designados pelo registo inicial. Já um produtor que tenha direito a uma denominação de origem não pode fazer nada disto. Na realidade, o titular de um direito de propriedade intelectual (uma marca, por exemplo) pode, em regra, alienar a coisa ou pode apenas conceder o seu gozo a um terceiro através de uma licença. Ora, na denominação de origem, um produtor, titular do direito à denominação de origem, não pode alienar ou transferir o gozo deste direito para um terceiro. O que o titular deste direito pode fazer (supondo que ele para além de proprietário da denominação de origem é também proprietário da

exploração) é alienar ou locar (ou constituir um usufruto, etc.) o seu *fonds agricole* (o proprietário do *fonds agricole* a partir do momento em que o vende, arrenda, dá em comodato ou dá em usufruto, perde a propriedade da denominação de origem, mesmo nas hipóteses em que conserva o seu direito de propriedade sobre o referido *fonds* ou exploração). Contudo, a simples mudança de titularidade do *fonds* não implica que o direito à denominação de origem nasça imediatamente na esfera jurídica do adquirente, dado que o direito à denominação de origem não está meramente ligado ao *fonds*. Na verdade, nada garante que o novo proprietário ou locatário do *fonds* mantenha a afectação precedente ou, simplesmente, que a sua produção mereça a denominação de origem. O que é certo é que a posse ou a detenção do *fonds* na área geográfica da denominação de origem, se não é suficiente, constitui condição *sine qua non* da aquisição do direito à denominação de origem.

Se a denominação de origem não pode ser alienada nem locada em si mesma por um dos produtores, a venda ou a locação do *fonds* já é possível, o que implica que a mais-valia que a denominação de origem permite se vai repercutir no valor da venda ou da locação dado que o adquirente ou o locatário poderão, nas condições referidas, vir a adquirir o direito à denominação de origem, essa mais-valia. Por outro lado, mesmo que se admita que a denominação de origem não pode ser objecto de um penhor, já o *fonds* pode ser objecto de uma garantia em que entrará em consideração essa mais-valia que é atribuída ao *fonds* pela denominação de origem. Vemos, nestes termos, que o direito à denominação de origem de cada produtor, quanto à sua dimensão patrimonial, não se pode concretizar sem ser através de um *fonds*.

A impossibilidade de um produtor ceder (temporária ou definitivamente) a denominação de origem deriva não só do facto do direito não ser só dele, mas do respeito por um princípio de verdade. A denominação de origem é um sinal distintivo que garante que os produtos a que se aplica têm certas características e qualidades típicas; garantia resultante da intervenção de um organismo de controlo. A admissibilidade da alienação, locação, etc., da denominação de origem prejudicaria terceiros, enganaria os consumidores. Se a cedência por um produtor é proibida, também não se pode admitir que todos os titulares da denominação de origem, por comum acordo, a transmitam; esta hipótese violaria a ordem pública económica.

Acresce ainda precisar que sendo certo que a denominação de origem pode desaparecer ou degenerar, um produtor que tenha deixado de utilizar a denominação de origem poderá de novo beneficiar dela anos mais tarde, desde que retome a sua exploração, sem que qualquer caducidade lhe possa ser aplicada. Nem, tão pouco, o não uso da denominação de origem por um produtor pode provocar a caducidade da denominação de origem (que é “propriedade comum” dos produtores da área geográfica). Por fim, o registo da denominação de origem não precisa de ser renovado.

Nestes termos, entendemos que a denominação de origem é uma coisa incorpórea que pertence a diversos titulares, é uma situação de comunhão. Mas comunhão individualística ou comunhão colectivística?

Na comunhão de tipo romano a coisa em questão reparte-se entre os diversos titulares por quotas ideais (a sua posição é qualitativamente idêntica, mas não necessariamente quantitativamente idêntica). Cada titular tem uma fracção de direito que lhe corresponde individualmente, de que pode dispor ou onerar e pode, ainda, pedir a divisão da coisa comum (ninguém é obrigado a permanecer na indivisão).

Na comunhão de tipo germânico (*Gemeinschaft zur gesamten Hand*: comunhão de mãos reunidas ou de mão comum) a coisa pertence em bloco e só em bloco a todos os titulares, pertence à colectividade por eles formada. Não se pode aqui falar de quota. Cada um deles não tem uma fracção da coisa que lhe corresponda individualmente e de que possa dispor; cada elemento do grupo não pode dispor da sua participação na coisa. Não existe, nesta comunhão colectivística, qualquer repartição de quotas. O uso e a fruição da coisa, objecto da comunhão colectivística, pertencem indivisamente a todos os titulares. Cada um dos membros da colectividade não pode pedir a divisão da coisa, para receber a sua parte em propriedade individual. Na comunhão de mão comum há um só direito com vários titulares.

O CPI parece seguir esta concepção quanto à titularidade da denominação de origem, isto é, a denominação de origem é propriedade do conjunto dos produtores da região determinada, nos termos duma comunhão em mão comum. Na verdade, o art. 305.º/4 do CPI estabelece o seguinte: “as denominações de origem e as indicações geográficas, quando registadas, constituem propriedade comum dos residentes ou estabelecidos na localidade, região ou território, de modo efectivo e sério e podem ser usadas

indistintamente por aqueles que, na respectiva área, exploram qualquer ramo de produção característica, quando autorizados pelo titular do registo”. O n.º 5 do mesmo preceito diz ainda: “O exercício deste direito não depende da importância da exploração nem da natureza dos produtos, podendo, conseqüentemente, a denominação de origem ou a indicação geográfica aplicar-se a quaisquer produtos característicos e originários da localidade, região ou território, nas condições tradicionais e usuais, ou devidamente regulamentadas”.

A denominação de origem é propriedade comunal dos produtores estabelecidos na área da denominação, que se dediquem à exploração do produto típico. Mesmo o primeiro produtor que se tenha estabelecido na região ou aquele que muito contribuiu para a valorização do direito à denominação de origem, não goza de qualquer privilégio, pois todos quantos estejam estabelecidos na área geográfica da denominação de origem, de modo efectivo e sério, para o exercício de uma actividade económica, característica dessa área, são igualmente titulares do direito à denominação de origem, porque essa denominação pertence ao património comum. Não há aqui lugar a qualquer ideia de quota ou de parcela, não sendo possível a divisão, não podendo, ainda, cada um dos produtores (ou todos eles por comum acordo) alienar a denominação de origem. O direito à denominação de origem pertence à colectividade dos produtores, contudo, é um direito que compete íntegro a cada um dos produtores.

Consequência desta concepção do direito à denominação de origem é o modo como está construído o registo das denominações de origem.

O pedido de registo de uma denominações de origem ou indicação geográfica deve indicar o nome das pessoas singulares ou colectivas, públicas ou privadas, que possam adquirir o registo [art. 307.º/1/a)]. O título do registo será passado em nome da entidade requerente. Não têm qualidade para adquirir o registo o conjunto desorganizado dos produtores proprietários da denominações de origem ou da indicação geográfica. O registo em nome dos proprietários efectivos da denominação de origem ou da indicação geográfica é inviável dada a impossibilidade de fixar de forma concreta, determinada e estável, quem eles sejam. A pessoa que requer e em nome de quem o registo é passado age como um representante daqueles que são os proprietários comuns da denominação de origem ou da indicação geográfica. O registo tem sido passado em nome dos

organismos que controlam e certificam que os produtos contêm as características e as qualidades exigidas para gozarem da denominação de origem ou da indicação geográfica, ou que superintendem os organismos de controlo e certificação.

### **7. A liberdade de circulação de mercadorias e a política agrícola comum.**

As denominações de origem e as indicações geográficas não são estranhas ao direito comunitário, muito pelo contrário, o seu reconhecimento e a sua disciplina são essenciais, designadamente, ao princípio da liberdade de circulação das mercadorias e à realização de alguns dos objectivos da política agrícola comum. A regulamentação das denominações de origem e das indicações geográficas no plano comunitário teve lugar a partir dos anos 70 no domínio dos vinhos e das bebidas espirituosas; em relação aos outros produtos só em 1992 surge o atrás citado Regulamento (CEE) N.º 2081/92 que consagra a figura da denominação de origem protegida e da indicação geográfica protegida para os produtos agrícolas e os géneros alimentícios.

A necessidade de os produtos (em especial os produtos agrícolas e os géneros alimentícios) legalmente produzidos e comercializados num Estado membro poderem livremente circular para outro Estado membro (na sequência do acórdão *Cassis de Dijon*, de 20 de Fevereiro de 1979, do Tribunal de Justiça da Comunidade Europeia, 120/78, *Rewe-Zentrale v. AG/Bundesmonopolverwaltung für Brantwein*, 649, ss.) veio impor a necessidade de adopção de regras comunitárias em relação às denominações de origem e às indicações geográficas. Na verdade, a Comissão Europeia (nos termos da sua Comunicação de 8 de Novembro de 1985 sobre a *Completion of the internal market: Community legislation on foodstuffs*, COM (85) 603) tinha dois caminhos: ou estabelecia regras muito detalhadas sobre a composição, modo de elaboração e características dos produtos alimentares (*id est* determinava receitas); ou adoptava uma política assente no princípio fundamental de que desde que o consumidor tivesse informação adequada sobre a natureza e composição do produto alimentar e que certos níveis de saúde e de segurança fossem cumpridos, não seria necessário definir rigorosamente a composição do produto, salvo nos casos em que o impusesse a protecção da saúde pública. A Comissão Europeia escolheu esta segunda via.

Esta opção foi entendida pelos produtores de produtos alimentares caracterizados por certas qualidades típicas e tradicionais como uma ameaça. Havia necessidade de proteger este mercado de produtos típicos e tradicionais, bem como os nomes geográficos tradicionalmente associados a estes produtos, da concorrência dos produtos alimentares resultante de uma produção em massa, mas de natureza similar e legalmente produzidos e comercializados em outros Estados membros. Se em relação aos vinhos e às bebidas espirituosas já desde os anos 70 havia disciplina jurídica comunitária, surge agora em 1992 uma regulamentação destinada a proteger produtos alimentares e géneros alimentícios dotados de denominação de origem ou indicação geográfica. Estão aqui incluídos os queijos, as carnes, a cerveja, o azeite, os enchidos, etc.

Nestes termos, o Conselho adoptou, em 14 de Julho de 1992, o citado Regulamento (CEE) n.º 2081/92, relativo à protecção das indicações geográficas e das denominações de origem dos produtos agrícolas e dos géneros alimentícios (simultaneamente foi publicado o Regulamento (CEE) n.º 2082/92, de 14 de Julho, que estabelece regras aplicáveis aos certificados de especificidade dos produtos agrícolas e dos géneros alimentícios). O Regulamento N.º 2081/92 consagra um sistema em que os produtores e/ou transformadores interessados podem beneficiar, mediante registo, da protecção a nível comunitário do nome geográfico de um produto. Este sistema destina-se a substituir os sistemas nacionais. A protecção das denominações de origem ou indicações geográficas (*i. e.*, o seu registo a nível comunitário) consiste na reserva da sua utilização exclusiva a favor dos produtores e/ou transformadores, ou seja, das empresas que exercem a sua actividade nas regiões ou locais que os nomes designam, ficando proibida a sua utilização por qualquer outra empresa. Convém sublinhar, pelo seu significado, este sistema de registo a nível comunitário das denominações de origem e das indicações geográficas, para que gozem de protecção em todos os Estados membros. Este registo é, igualmente, um meio de informar os profissionais e os consumidores.

A falta de harmonização do direito dos Estados membros no campo das denominações de origem e das indicações geográficas, levou o Conselho a consagrar um quadro normativo que inclui um regime de protecção das denominações de origem e das indicações geográficas, o que facilitará o desenvolvimento destas. Por outro lado,

este quadro funcionará como um instrumento de garantia de lealdade na concorrência entre os produtores de mercadorias que beneficiem destas designações, e permitirá uma maior credibilidade desses produtos junto dos consumidores.

Este sistema de registo comunitário permite dotar as denominações de origem e as indicações geográficas de uma ampla tutela e de uma disciplina que garante a qualidade, a genuinidade e autenticidade dos produtos, o que protege o consumidor e concede reputação às designações geográficas. A atitude do Tribunal de Justiça da Comunidade Europeia neste domínio das denominações de origem e das indicações geográficas tem-se orientado claramente (eventualmente de forma excessiva) neste sentido [*vide*, a este propósito, os acórdãos relativos ao presunto de Parma (acórdão de 20 de Maio de 2003, C-108/01, *Consorzio del Prosciutto di Parma e Salumificio S. Rita SpA contra Asda Stores Ltd e Hygrade Foods Ltd*, I-5121, ss.) e ao queijo Grana Padano (acórdão de 20 de Maio de 2003, C-469/00, *Ravil SARL contra Bellon import SARL e Biraghi SpA*, I-5053, ss.)].

O desenvolvimento da figura das denominações de origem e das indicações geográficas no quadro comunitário resulta igualmente das alterações verificadas no domínio da política agrícola comum (PAC). Estes direitos privativos de propriedade industrial são instrumentos do desenvolvimento de uma política de qualidade, de favorecimento das zonas rurais, de compensação dos produtores estabelecidos em zonas desfavorecidas e da afirmação no mercado de produtos típicos de qualidade controlada.

A decisão de criar a PAC por parte da Comunidade Económica Europeia (CEE) resultou da consciência da importância estratégica do sector e do seu carácter vital não só para a reconstrução económica em curso, mas também para a afirmação da Europa no mundo.

A PAC derivou de um compromisso entre a França e a República Federal da Alemanha (RFA). Quando foi criada a CEE, os seis países agrupavam-se em dois blocos distintos: o bloco agrícola, liderado pela França e pela Itália, e o bloco industrial, à frente do qual se encontrava a RFA. O mercado comum favorecia mais a RFA enquanto potência industrial, facto que exigia concessões de carácter compensatório para a França, à data o país com a agricultura mais desenvolvida. Nesta negociação, a RFA deixou claro que fazia depender a sua posição favorável à integração da

agricultura no Tratado de Roma da aceitação de um duplo compromisso pelos restantes parceiros: primeiro, os preços comuns deviam ser fixados acima dos níveis praticados pelos franceses; segundo, havia que prever apoios comunitários específicos para os agricultores alemães, ameaçados pela concorrência dos franceses.

Para garantir o equilíbrio económico e político entre os Estados membros era fundamental que o Tratado incluísse a agricultura.

A PAC nasce com uma orientação proteccionista (contra a corrente neo-liberal do modelo económico comunitário) o que provocou excedentes agrícolas e a necessidade de encontrar mecanismos para reequilibrar os mercados. Mas hoje e até na sequência dos acordos do Ciclo do Uruguai existe uma maior abertura do mercado comunitário e, por isso, as medidas de intervenção tradicionais perderam muito do seu impacto potencial.

Um dos mecanismos de compensação à atitude proteccionista da PAC traduziu-se no desenvolvimento de uma política de qualidade através, nomeadamente, das denominações de origem e das indicações geográficas. As indicações geográficas representam um património inestimável para os produtores num mundo cada vez mais liberalizado. A liberalização do comércio dos produtos agrícolas significa uma diminuição das subvenções à exportação para os agricultores (entre outras medidas proteccionistas que serão reduzidas ou eliminadas). O reexame da política agrícola por parte da Comissão Europeia implica, designadamente, uma competitividade internacional assente na qualidade e não na quantidade e o desenvolvimento de mecanismos proteccionistas (directos ou indirectos) aceites actualmente pela comunidade internacional, desde logo no quadro da “musculada” propriedade intelectual. Só que estas medidas exigem uma tutela internacional das indicações geográficas que está longe de ser alcançada.

No domínio do sector vitivinícola (*id est* na organização comum do mercado vitivinícola aprovada pelo Regulamento (CE) N.º 1493/1999, do Conselho, de 17 de Maio de 1999) estabeleceram-se regras relativas à descrição, designação e apresentação dos produtos vitivinícolas, bem como à protecção de determinadas indicações, menções e termos que podem ter uma influência expressiva na comercialização dos produtos vitivinícolas (têm, portanto, valor económico). Estas normas têm em conta a protecção

dos interesses dos consumidores (não sendo induzidos em erro) e dos produtores (garantindo uma concorrência leal), o bom funcionamento do mercado interno e o desenvolvimento de produtos de qualidade. Os produtos que não responderem a estas exigências não podem ser colocados em circulação na Comunidade nem ser exportados.

O incremento da disciplina jurídica das denominações de origem e das indicações geográficas no seio da União Europeia (UE) tem gerado contradições (basta comparar o nível de tutela de tais direitos no sector vitivinícola e das bebidas espirituosas com o dos outros produtos agrícolas e géneros alimentícios), tem implicado exageros não só quanto ao reconhecimento ou concessão de tais direitos como na relação com outros direitos de propriedade intelectual (por exemplo as marcas), e está longe de ter expressão no mercado competitivo internacional em que os produtos (beneficiários de denominações de origem e indicações geográficas protegidas no espaço comunitário) se movimentam.

### **8. A política de *trade-off* subjacente às indicações geográficas no acordo TRIPS.**

A disciplina da propriedade intelectual numa economia globalizada foi adquirindo uma importância crescente ao longo do Ciclo do Uruguai. O GATT (Acordo Geral sobre as Pautas Aduaneiras e o Comércio) continha poucas regras no domínio da propriedade intelectual. O art. IX relativo às marcas de origem e em particular o n.º 6 desta disposição, tem alguma relação, ainda que distante (desde logo devido à interpretação restritiva de que foi objecto) com as indicações geográficas, e o art. XX, alínea d), permite, observadas certas condições (ausência de discriminação arbitrária ou restrição dissimulada ao comércio internacional), que uma parte contratante adopte medidas (contrárias à liberdade de comércio) com vista a proteger patentes, marcas e o direito de autor ou com a finalidade de prevenir práticas enganosas (entendia-se que estavam aqui incluídas as falsas indicações geográficas de origem). Todavia, o motivo da consagração destas regras era assegurar um comércio mundial sem obstáculos e não regular ou proteger direitos de propriedade intelectual.

No âmbito do Ciclo do Uruguai vem a ser concluído o acordo TRIPS que contém regras sobre as indicações geográficas. O acordo avança com uma noção de indicação

geográfica que resultou de um compromisso entre a posição dos EUA e a da UE que propunha uma noção muito mais próxima da de denominação de origem. O regime consagrado caracteriza-se por dois níveis. Em primeiro lugar, uma tutela das indicações geográficas assente na não indução em erro do consumidor e de modo a garantir a lealdade da concorrência, ainda que a indicação geográfica faça parte de uma marca. Em segundo lugar, uma tutela acrescida das indicações geográficas relativas a vinhos e a bebidas espirituosas que se traduz na proibição pura e simples de indicações geográficas falsas independentemente do critério da indução do público em erro ou de se estar perante um acto de concorrência desleal. No caso específico dos vinhos prevêem-se ainda regras sobre indicações geográficas homónimas e o estabelecimento de um sistema multilateral de notificação e registo.

Todavia, a tutela concedida pelo acordo TRIPS às indicações geográficas tem diversas excepções resultantes das negociações entre a UE e, em especial, os EUA. Nesse sentido, uma indicação geográfica falsa já usada, ainda que constante de uma marca, poderá em certas circunstâncias continuar a ser usada e as indicações geográficas que um país considere genéricas não serão consideradas falsas. Assim, os EUA e a Austrália, por exemplo, poderão continuar a usar as denominações de origem europeias “Champagne”, “Port”, “Sherry”, “Cognac”, etc.

A IV Conferência ministerial teve lugar em Doha em 2001 e traçou um programa de trabalhos bastante ambicioso que deve estar concluído em 2005 (com uma análise intermédia em 2003 em Cancun). No domínio da propriedade intelectual a Agenda de Doha fixa que deverá ser negociado um sistema multilateral de notificação e registo das indicações geográficas relativas a vinhos e bebidas espirituosas e que o Conselho TRIPS examinará a possibilidade de as indicações geográficas relativas a outros produtos (em especial alimentares e artesanais) que não vinhos ou bebidas espirituosas poderem desfrutar do mesmo nível de protecção que estas (na verdade, no actual TRIPS as indicações geográficas relativas a vinhos ou bebidas espirituosas gozam de um nível mais elevado de protecção – traduzido, em certas circunstâncias, na dispensabilidade da indução em erro do consumidor e da concorrência desleal – que as indicações relativas a outros produtos, por exemplo, queijos, chãs, arroz, carnes, cafés, etc.).

No que respeita ao sistema multilateral de notificação e registo das indicações geográficas relativas a vinhos e bebidas espirituosas, no início da Conferência de Doha existiam, fundamentalmente, duas propostas: a liderada pelos EUA e a apresentada pela UE. Os EUA propunham (e ainda defendem) um sistema voluntário construído à semelhança de uma base de dados sem qualquer carácter vinculativo ou quaisquer efeitos jurídicos. A UE pretendia (e continua a exigir) um sistema de registo multilateral seguindo exemplos já existentes (designadamente no acordo de Lisboa para o registo internacional das denominações de origem), que admite oposições ao registo, mas uma vez que uma indicação geográfica seja registada produzirá efeitos jurídicos vinculativos para os membros da OMC. A Hungria apresentou igualmente uma proposta muito semelhante à da UE, e Hong Kong, China, recomendou uma solução de compromisso entre as propostas dos EUA e da UE.

A questão da extensão da protecção concedida às indicações geográficas relativas a vinhos e a bebidas espirituosas às indicações geográficas relativas a outros produtos tem gerado aceso debate: alguns países entendem que a Declaração de Doha não concede um mandato para negociar esta questão; outros defendem que um avanço das negociações nesta matéria permitiria melhores resultados no acordo relativo à agricultura. A extensão é relevante para diversos países em vias de desenvolvimento e desenvolvidos (Nigéria, Quénia, Tailândia, China, UE, Sri Lanka, Suíça, Turquia, Paquistão, etc.), mas contam com a oposição dos países que tradicionalmente imitam indicações geográficas de outros Membros (EUA, Austrália, Canadá, Nova-Zelândia, etc.).

A Índia, o Paquistão, o Sri Lanka, a Tailândia, o Quénia, a Jamaica e muitos outros países em vias de desenvolvimento reclamaram uma protecção eficaz para as indicações geográficas. O arroz Bastami, o chá do Ceilão, o café Blue Mountain, o arroz Jasmine, o chá Darjeeling, o café Antiqua, entre outras indicações geográficas lutam por uma protecção internacional que ponha termo a imitações e usurpações. Mais delicado é, por exemplo, o caso do Presunto de Parma que no Canadá se designa por “presunto n.º 1” em virtude de nesse país existir uma marca registada para presunto designada “Parma”. É a garantia de acesso ao mercado que está também aqui em causa.

Por fim, a V Conferência ministerial que teve lugar em Cancun em Setembro de 2003, caracterizou-se pela ausência de acordo entre os Membros. Nesta Conferência estava em causa a análise da evolução da Agenda de Doha para o Desenvolvimento (de modo a alcançar os ambiciosos resultados estabelecidos para 2005), sendo certo, todavia, que dever-se-ia aqui concluir as negociações com vista ao estabelecimento de um sistema de notificação e registo das indicações geográficas (e em Maio de 2003 já deveriam ter sido concluídas as negociações com vista a aperfeiçoar e clarificar o sistema de resolução de diferendos).

No âmbito do acordo agricultura a UE apresentou, para esta Conferência, uma proposta destinada a pôr termo à utilização por diversos Membros (por exemplo, EUA, Canadá, Austrália, etc.) de indicações geográficas originárias da UE (por exemplo, Bordeaux, Cognac, Champagne, Rioja, Jerez, Madeira, Porto, Tokaj, Gorgonzola, Grana Padano, Parmigiano Reggiano, Queijo São Jorge, Roquefort, etc.). A UE pretendia que esta proposta funcionasse como “moeda de troca” nas negociações agrícolas com os EUA e constituiria um incentivo para os países em vias de desenvolvimento protegerem as suas próprias indicações geográficas (por exemplo, o chá Darjeeling da Índia, o café Antigua da Guatemala, o azeite Argan de Marrocos, etc.). Os EUA entendem que a concretização desta proposta representaria uma barreira comercial artificial. Para a UE a eliminação das imitações é uma questão de garantir o acesso ao mercado dos produtos genuínos, proteger os consumidores contra as induções em erro, assegurar uma concorrência leal e contribuir para uma informação qualitativa verdadeira. No domínio das indicações geográficas a estratégia da UE para Cancun era acabar, no âmbito das negociações agrícolas, com as usurpações do passado e as propostas no domínio do acordo TRIPS representariam a tutela daquele direito de propriedade intelectual para o futuro.

Do exposto resulta que as indicações geográficas no acordo TRIPS têm o regime jurídico possível de acordo com a política negocial do *trade-off*. Deve sublinhar-se que a disciplina das indicações geográficas não resultou da tradicional disputa “Norte-Sul”, mas de um diferendo “Norte-Norte”, embora após a Agenda de Doha para o Desenvolvimento também seja um desacordo “Norte-Sul” (mas não é este prato da balança que pesa mais). O acordo TRIPS corresponde, em grande medida, ao modelo

dos países desenvolvidos que o impuseram aos novos países industrializados e aos países em vias de desenvolvimento na grande feira do Ciclo do Uruguai. A OMC pretende implementar um sistema de comércio multilateral sem barreiras e o acordo TRIPS (num quadro de uma economia intangível) pretende afastar os obstáculos resultantes da ausência de uma disciplina nacional efectiva dos direitos de propriedade intelectual. Os países desenvolvidos exportaram um modelo de luta contra a pirataria e os produtos contrafeitos impondo níveis de protecção e mecanismos de aplicação efectiva dos (seus) direitos de propriedade intelectual. Nestes termos, as indicações geográficas não poderiam ter a mesma “atenção” (projectada no seu regime) que os outros direitos reconhecidos nos TRIPS. A política de *trade-off* funcionou para combater a pirataria e os produtos contrafeitos em diversos sectores da propriedade intelectual, mas o mesmo não se verificou com idêntica eficácia nas indicações geográficas onde, aliás, a pirataria é legitimada (particularmente em relação às indicações geográficas famosas e economicamente relevantes). As indicações geográficas, o conhecimento tradicional, o folclore e a bio-pirataria (que mereceram a atenção da Agenda de Doha para o Desenvolvimento) implicam uma mesa de negociações com uma inclinação diversa da que se verifica no âmbito das patentes farmacêuticas ou dos direitos de autor.

## **9. Conclusão.**

Na última década assistimos a um desenvolvimento económico e jurídico notável dos nomes geográficos, em especial da já secular denominação de origem e da mais recente indicação geográfica. A crescente relevância económica destes sinais distintivos do comércio projecta-se no ordenamento jurídico de uma forma ainda imperfeita. A conformação jurídica das figuras em causa está longe de uma mínima harmonização desejável no confronto com os diversos direitos subjectivos reconhecidos na propriedade industrial e ansiada pelos interesses económicos em presença.

As incertezas situam-se entre a fronteira da existência enquanto direito subjectivo (em particular quanto às indicações de proveniência, mas também quanto aos outros nomes geográficos quando nos movemos em outros ordenamentos jurídicos) ou da sua

autonomia até à linha delimitadora do conteúdo do direito no seio do qual podemos afastar o princípio da especialidade, podemos inserir interesses públicos musculando esse direito, e podemos estender o momento do seu esgotamento. Tudo, obviamente, aríetes ao serviço dos interesses económicos dominantes cuja tela de fundo pretende expressar um modelo único (embora os traços que ressaltam sejam contraditórios; *id est*, a busca da flexibilidade desejável).

### **Bibliografia fundamental:**

- BLAKENEY, Michael, “Geographical Indications and TRIPS”, in *Internet*, [www.geneva.uno.info](http://www.geneva.uno.info), 2003.
- BLAKENEY, Michael, *Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights: A Concise Guide to the TRIPs Agreement*, Londres, 1996.
- CHAVANNE, Albert e BURST, Jean-Jacques, *Droit de la propriété industrielle*, 5.<sup>a</sup> edição, Dalloz, Paris, 1998.
- CLELIA LOSAVIO, “Le Indicazioni Geografiche alla Conferenza di Doha”, in *Rivista di Diritto Agrario*, Gennaio-Marzo 2002.
- DEBOYSER, Patrick, “Le marché unique des produits alimentaires”, in *Revue du Marché Unique Européen*, 1991, 1, 63 ss.
- DENIS, Dominique, *Appellation d’origine et indication de provenance*, Dalloz, Paris, 1995.
- FERNANDEZ NOVOA, Carlos, *La Protección Internacional de las Denominaciones Geográficas de los Productos*, Editorial Tecnos S.A., Madrid, 1970.
- FETTES, Jeff, “Appellations d’origine et indications géographiques: le règlement 2081/92 et sa mise en oeuvre”, in *Revue du Marché Unique Européen*, 1997, 4, 141 ss.
- GERVAIS, Daniel, *The TRIP’s Agreement – Drafting History and Analysis*, Londres, 2001.
- GOTTRAU, Bernard de, *Du Droit aux Indications de Provenance et Spécialment a l’Appellation “Gruyère”*, Éditeur E. de Boccard, Paris, 1935.
- JATON, Louis, *La Répression des Fausses Indications de Provenance et Les Conventions Internationales*, Librairie Générale de Droit & de Jurisprudence, Paris, 1926.
- KUNZ-HALLSTEIN, Hans Peter, “The US Proposal for a GATT-Agreement on Intellectual Property and the Paris Convention for the Protection of Industrial Property”, in *IIC Studies, Vol. 11, GATT or WIPO? New Ways in the International Protection of Intellectual Property*, Friedrich-Karl BEIER and GERHARD SCHRICKER (ed.), Published by the Max Plank Institute for Foreign and International Patent, Copyright, and Competition Law, Munich, 1989.
- LARGO GIL, Rita, *Las Marcas de Garantía*, Editorial Civitas, S.A., Madrid, 1993.

- LIBERTINI, Mario, “Indicazioni geografiche e segni distintivi”, in *Rivista del diritto commerciale e del diritto generale delle obbligazioni*, 1996, Parte prima, 1033 e ss.
- LOPEZ BENÍTEZ, Mariano, *Las Denominaciones de Origen*, Cedecs, Barcelona, 1996.
- MARTINE DEHAUT/YVES PLASSERAUD, *Appellations d’origine - droit français et européenne*, Paris, Egyp, 1989.
- NERVI, Andrea, “Le denominazioni di origine protetta ed i marchi: spunti per una ricostruzione sistematica”, in *Rivista del diritto commerciale e del diritto generale delle obbligazioni*, 1996, Parte prima, 961 e ss.
- O’CONNOR, Bernard, “The Legal Protection of Geographical Indications”, in *Intellectual Property Quarterly*, 1, 2004.
- ONNO BROUWER, “Community protection of geographical indications and specific character as a means of enhancing foodstuff quality”, in *Common Market Law Review*, 1991, vol. 28, 3, 615 ss.
- PELLICER, Rafael, “Les premiers pas d’une politique communautaire de défense de la qualité des denrées alimentaires”, in *Revue du Marché Unique Européen*, 1992, 4, 127 ss.
- PETRELLI, Luca, “Prodotti DOP e IGP e certificazione”, in *Rivista di Diritto Agrario*, 1999, 1, 72 ss.
- PICONE, Paolo e LIGUSTRO, Aldo, *Diritto dell’Organizzazione Mondiale del Commercio*, Padova, 2003.
- RIBEIRO DE ALMEIDA, Alberto Francisco, “Os princípios estruturantes do acordo TRIPS: um contributo para a liberalização do comércio mundial”, in *Boletim de Ciências Económicas da Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra*, XLVII, 2004, 3, ss.
- RIBEIRO DE ALMEIDA, Alberto Francisco, *Denominação de origem e marca*, Stvdia Ivridica, 39, Coimbra, 1999.
- SALIGNON, Grégoire, “La jurisprudence et la réglementation communautaires relatives à la protection des appellations d’origine, des dénominations géographiques et des indications de provenance”, in *Revue du Marché Unique Européen*, 1994, 4, 107 ss.
- VLÉTIAN, A., *Appellations d’Origine, Indications de Provenance, Indications d’Origine*, J. Delmas et Cie, Paris, 1989.
- WIPO, *Geographical Indications: Historical Background, Nature of Rights, Existing Systems for Protection and Obtaining Effective Protection in Other Countries*, in [www.wipo.int/](http://www.wipo.int/), 2001.
- WTO, *Doha Declarations*, in [www.wto.org/](http://www.wto.org/).
- WTO, *Global Economic Prospects and the Developing Countries*, in [www.wto.org](http://www.wto.org/), 2003.
- WTO, *Guide to GATT Law and Practice, Analytical Index*, Volumes I e II, Geneva, 1995.
- WTO, *The Road to Doha and Beyond – a road map for successfully concluding the doha development agenda*, in [www.wto.org/](http://www.wto.org/).

Porto, Maio de 2004.

