

DESCARACTERIZANDO A FUNÇÃO SOCIAL DOS SIGNOS DISTINTIVOS COLETIVOS: UMA ANÁLISE DA PRIMEIRA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA DE SERVIÇOS

DECHARACTERIZING THE SOCIAL FUNCTION OF DISTINCTIVE COLLECTIVE SIGNS: AN ANALYSIS OF THE FIRST GEOGRAPHICAL INDICATION FOR SERVICES

Victor Luiz Pereira de Andrade*

Luciana Lopes Canavez**

SUMÁRIO: Introdução. 1 Indicações geográficas: o contexto brasileiro. 2 Indicações de procedência vs. marcas: proximidade e descaracterização. 2.1 Marca coletiva. 2.2 Marca de certificação. 3 Porto Digital: um estudo de caso sobre a primeira indicação de procedência de serviços. 3.1 Estrutura de controle e regulamento de uso. 3.2 Distintos direitos de propriedade intelectual. Conclusão. Referências.

RESUMO: Por muito tempo desconsiderada pela prática jurídica brasileira, indicações geográficas passaram a receber maior atenção do mercado nacional a partir do final dos anos 90, com a mudança na legislação que possibilitou o registro, pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial, tanto de indicações de procedência como também de denominações de origem. Neste contexto, em 2012 foi concedida a primeira indicação de procedência referente à prestação de serviços, a primeira do gênero no Brasil e única no mundo da qual se possui notícia. Entretanto, com a onda da oficialização de registros de indicações geográficas, diversos entraves passaram a ser observados, sendo de maior relevância a excessiva proximidade entre os institutos de marcas e indicações geográficas, relação na qual a aplicação de princípios dos primeiros tendem a descaracterizar a própria função social dos segundos. Este artigo se propõe então a analisar o contexto em que se insere a proximidade entre os referidos institutos jurídicos no Direito brasileiro, passando então à análise do registro da indicação de procedência dos serviços do Porto Digital. Foram utilizados os métodos exploratórios bibliográfico e documental, em uma abordagem dedutiva-indutiva de tom dogmático. Esta pesquisa é fruto de pesquisa apoiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP).

Palavras-chave: Indicação de procedência. Marca coletiva. Propriedade industrial. Propriedade intelectual. Serviços.

ABSTRACT: Long disregarded by the Brazilian legal practice, geographical indications began to receive greater attention from the national market by the late 1990s, with the change in legislation that allowed the registration, by the National Institute of Industrial Property, of both indications of source and also appellations of origin. In this context, in 2012 the first indication of source regarding the provision of services was granted, the first of its kind in Brazil and the only one known in the

* Mestrando pelo programa de pós-graduação stricto sensu em Direito, docente substituto bolsista do curso de graduação em Direito vinculado ao Departamento de Direito Privado, Processo Civil e do Trabalho, e co-administrador do Grupo de Estudos e Pesquisa em Propriedade Intelectual e Desenvolvimento Econômico-Social (GEPPIDES) da Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Ciências Humanas e Sociais, Franca.

** Docente assistente doutora vinculada ao Departamento de Direito Privado, Processo Civil e do Trabalho, da Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Ciências Humanas e Sociais, Franca. É docente nos cursos de graduação e pós-graduação stricto sensu em Direito, supervisora titular da Unidade Auxiliar Centro Jurídico Social (CJS) e líder do Grupo de Estudos e Pesquisa em Propriedade Intelectual e Desenvolvimento Econômico-Social (GEPPIDES), todos na mesma instituição.

Artigo recebido em 25/09/2019 e aceito em 02/10/2019.

Como citar: ANDRADE, Victor Luiz Pereira de; CANAVEZ, Luciana Lopes. Descaracterizando a função social dos signos distintivos coletivos: uma análise da primeira indicação geográfica de serviços. **Revista de Estudos Jurídicos UNESP**, Franca, ano 21, n. 33, p. 329-359. jan/jun. 2017. Disponível em: <https://ojs.franca.unesp.br/index.php/estudosjuridicosunesp/issue/archive>.

world. However, with the wave of the officialization of geographical indications registers, several obstacles started to be observed, being of greater relevance the excessive proximity between the institutes of trademarks and geographical indications, a situation in which the application of the principles of the former tend to affect negatively the very social function of the seconds. This article proposes to analyze the context in which the proximity between the institutes in Brazilian law is inserted, going through the analysis of the institutes and the proper register of the indication of origin of the services of Porto Digital. Bibliographic and documentary exploratory methods were used in a deductive-inductive approach of a technical-dogmatic tone. This article contains results of a research supported by the São Paulo State Research Support Foundation (FAPESP).

Keywords: *Indication of source. Collective trademark. Industrial property. Intellectual property. Services.*

INTRODUÇÃO

As indicações geográficas são, talvez, o direito de propriedade intelectual menos abordado pela doutrina jurídica brasileira e mesmo internacional. Contudo, com o reconhecimento da possibilidade de registro pela Lei de Propriedade Industrial de 1996, as indicações geográficas brasileiras, bem como o mercado nacional em si, passaram a ser notadas enquanto importante instrumento de proteção e potencialização do uso dos ativos intangíveis tradicionais brasileiros enquanto forma de inserção de produtos locais e regionais nos mercados mais exigentes e também nos mais ansiosos pela diferenciação, na busca pelo reconhecimento produtivo.

Foram então solicitados e concedidos diversos registros de indicação geográfica, contexto no qual um registro em especial merece maior atenção: em 2012 foi concedida a primeira indicação de procedência referente à prestação de serviços, sendo a primeira indicação do gênero no Brasil e única no mundo da qual se possui notícia, dado que somente o Brasil e o Uruguai admitem legislativamente a existência e o registro de indicações geográficas referentes a serviços.

Entretanto, com o alto número de registros oficializados, foram observadas diversas incongruências entre a norma positivada (em suas variadas interpretações), e a prática registral do Instituto Nacional da Propriedade Industrial, que pareceu inovar, trazendo consigo a descaracterização da própria função social atribuída à propriedade intelectual como um todo e também das expectativas sociais geradas pela exploração de ativos geográficos tradicionais intangíveis.

Assim, propomos, neste trabalho, derivado de pesquisa científica financiada pela Fundação do Amparo de Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), a análise do contexto legal no qual se inserem as indicações geográficas no Brasil, bem como a proximidade que o instituto passou a

demonstrar quando contraposto aos institutos jurídicos de marcas, marcas coletivas e marcas de certificação, sendo os dois primeiros de caráter notoriamente privado e o último de caráter notoriamente restritivo.

Além disso, consideramos de imensa relevância a análise do registro da indicação de procedência de serviços do Porto Digital, por se tratar da primeira do gênero e carregar consigo imensa problemática relativa à aproximação entre os institutos jurídicos supracitados.

O trabalho utiliza, em um primeiro momento, o método procedimental bibliográfico, possuindo como referenciais teóricos principais as obras dos autores: Denis Borges Barbosa, Liliana Locatelli e Camila Biral da Cunha Martins, e, em um segundo momento, utiliza o método procedimental documental, através da análise da documentação de registro da indicação de procedência do Porto Digital. O método de abordagem inicial é dedutivo, sendo o método seguinte indutivo com a discussão baseada no ponto de vista técnico e na dogmática jurídica.

1 INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS: O CONTEXTO BRASILEIRO

Destarte, é necessário destacar a existência de distinções terminológicas para o tratamento da matéria. A “indicação de procedência” (IP), objeto deste artigo, é referente ao direito de propriedade intelectual que integra o ordenamento jurídico brasileiro sob o mesmo nome, espécie da qual a indicação geográfica é gênero, e que protege o nome do local cuja notoriedade se deriva da produção de determinado produto ou prestação de determinado serviço. É, portanto, o nome que alcançou *status* suficiente para possuir garantida uma tutela jurisdicional na forma de indicação geográfica¹.

A expressão “indicação de proveniência”, largamente utilizada internacionalmente, e, por muito tempo, expressão-chave para a previsão da proteção às indicações geográficas no ordenamento pátrio, apesar de próxima², não designa o mesmo direito, se tratando apenas do local de origem de um produto ou serviço qualquer (MARTINS, 2014, p. 15).

As indicações de proveniência continuam a existir, cumprindo a função de indicar ao consumidor onde se produz ou se fabrica (MIRANDA, 1956, p. 195), no entanto, não recebem o tratamento dado às indicações geográficas por não possuírem relevância ou impacto mercantil suficientes para justificar direitos de exclusividade.

¹ Em virtude da inexistência de um conceito único internacional, utilizamos o conceito adotado pela Lei de Propriedade Industrial brasileira, Lei nº 9.279/96 (BRASIL, 1996).

² Isoladas, as palavras “procedência” e “proveniência” podem ser consideradas sinônimas (BORBA, 2004, p. 1125).

A indicação de procedência, antes de referenciar um direito, designa uma prática mercantil de utilização de sinais distintivos referentes à localização geográfica como seu signo determinante. Trata-se de distinção que visa a satisfação do anseio pelo conhecimento da factual origem dos produtos disponíveis no mercado (SILVA, 2014, p. 34-35).

Quando um comerciante atribui uma marca a um produto ou serviço, utiliza-se dela para indicar sua origem. Isso faz com que o consumidor atribua o que está consumindo à uma localidade específica, seja esta personalizada ou anônima, gerando valor concorrencial derivado da consistência dos objetos aos quais os signos distintivos foram atrelados. O efeito de atribuição à uma origem é essencial ao uso da marca (BARBOSA, 2010, p. 85).

No caso das indicações de procedência, o que ocorre é extremamente similar. Assim como as marcas (COPETTI, 2006, p. 205), as IP constituem signos distintivos que, antes de se tornarem valores frente à concorrência e objeto de discussão jurídica, são utilizados para satisfazer a demanda pela individualização no oferecimento de produtos e serviços³.

O produto que possui a certificação de indicação de procedência remete ao consumidor uma origem. Contudo, ao contrário da marca, que indica um titular (ou grupo titular) específico, a IP indica a pluralidade de titulares estabelecidos no local onde é produzido tal produto ou prestado tal serviço. Ou seja, enquanto a marca se vincula ao seu titular, a indicação geográfica é vinculada ao local geográfico de origem, no qual se estabeleceram os produtores do bem que carrega o signo.

Assim, diferentemente das marcas, em que apenas um produtor ou prestador individual, ou um grupo seletivo destes, aproveitam dos ganhos de tal valor concorrencial, na indicação de procedência, todos os produtores ou prestadores estabelecidos na região podem e devem usufruir coletivamente dos ganhos decorrentes da notoriedade que o nome geográfico de tal local conquistou em função do livre desempenho da atividade econômica. Este é o caso, por exemplo, da Suíça, com relação à sua produção de queijos, canivetes e relógios (LOUREIRO, 1999, p. 311).

A IP é conhecida em suas diversas manifestações mercantis desde a antiguidade (POLLAUD-DULIAN apud PORTO, 2007, p. 17), precedendo toda a teoria que rege atualmente o direito de propriedade intelectual⁴. Neste

³ No atual contexto global, se mostram de imensa relevância para a diferenciação de processos produtivos tradicionais, evitando que a produção local e regional se torne mera *commodity*, com conseqüente desvalorização.

⁴ "Por enorme tempo, o sistema de produção intelectual se manteve ineficiente nas sociedades, sem necessitar a criação de um sistema de propriedade intelectual." (BARBOSA, 2010, p. 42).

paradigma, a prática referente à utilização de indicações de procedência se difundiu por todo o mundo sem assumir, por muito tempo, complexidade de mercado suficiente para que fosse exigida uma tutela jurídica específica.

Tutelar juridicamente indicações de procedência é conferir regulamentação para o uso dos nomes ou signos que designam produtos ou serviços relacionados à região em que são produzidos ou oferecidos, visando informar ao mercado consumidor acerca das características da origem do que está consumindo, sejam elas materiais (denominação de origem) ou morais, históricas e culturais (indicação de procedência).

Violar uma indicação de procedência é violar o direito de informação do consumidor, além de usurpar a notoriedade do nome e incorrer em expresso ato de concorrência desleal, prejudicando diretamente produtores e prestadores que possuam real titularidade sobre tais signos (LOCATELLI, 2008, p. 64).

A indicação de procedência, espécie de indicação geográfica reconhecida pelo direito brasileiro, é definida tomando como núcleo a notoriedade da região produtora. À denominação de origem, outra espécie de indicação geográfica, é relegado o papel de assegurar qualidades materiais e estabelecer uma estrutura capaz de realizar seu controle de qualidade.

É notável que a indicação de procedência, se tratando de signo distintivo geográfico, é expressamente abarcada pelo inciso XXIX do artigo 5º da CF⁵, que confere a ela *status* de garantia institucional (MENDES, 2013, p. 327), juntamente a outros signos distintivos. Para alguns autores, a Constituição brasileira conferiu a este direito o caráter fundamental (LOCATELLI, 2008, p. 53), especialmente se considerada a proteção da IP vinculada ao desenvolvimento⁶ do país.

Neste contexto, as indicações melhoraram os níveis de competitividade e se constituem em um importante instrumento de desenvolvimento econômico para o país. Diversos fatores de desenvolvimento gerados por indicações podem ser destacados, incluindo:

⁵ “TÍTULO II Dos Direitos e Garantias Fundamentais CAPÍTULO I DOS DIREITOS E DEVERES INDIVIDUAIS E COLETIVOS Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes: [...] XXIX - a lei assegurará aos autores de inventos industriais privilégio temporário para sua utilização, bem como proteção às criações industriais, à propriedade das marcas, aos nomes de empresas e a outros signos distintivos, tendo em vista o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País.” (BRASIL, 1988)

⁶ Para autores como Ingo Wolf Sarlet e Flávia Piovesan, é aceitável que o direito ao desenvolvimento seja considerado um direito fundamental em sentido material e, considerados os tratados internacionais dos quais o Brasil é signatário, um direito humano (LOCATELLI, 2008, p. 39-41).

- a) a potencialidade de melhor inserção dos produtos com indicações geográficas no mercado interno e externo;
- b) a potencialidade de gerarem um incremento à renda dos produtores e comerciantes, o qual pode ser estendido a toda a comunidade local;
- c) o maior valor agregado aos produtos ou serviços com indicações geográficas;
- d) geração de empregos e fixação da população na zona rural;
- e) o estímulo ao desenvolvimento de atividades lucrativas indiretas relacionadas às indicações geográficas reconhecidas (LOCATELLI, 2008, p. 65).

Além dos ganhos para os envolvidos na cadeia produtiva, as indicações geográficas conferem notoriedade às suas regiões, trazendo novos empreendimentos e fomentando o turismo, o que confere às IP alta capacidade de influenciar no desenvolvimento de uma região, atraindo olhos para sua cultura e gerando empregos (LOCATELLI, 2008, p. 67).

Ademais, devemos também considerar que, ao interpretar indicações de procedência à luz do inciso XXIII, que institui a função social da propriedade, chegamos ao entendimento de que, para usufruir de proteção constitucional, a indicação deverá necessariamente corroborar com o interesse público, conectar-se aos direitos do consumidor, trazer desenvolvimento social, econômico e tecnológico a pequenos produtores e, ainda, auxiliar diretamente na preservação do patrimônio cultural do país ou região (PORTO apud BARBOSA, 2010, p. 412)

As indicações geográficas são signos distintivos de cunho geográfico que individualizam, identificam e diferenciam os produtos quanto à sua origem, qualidades e peculiaridades. [...] Uma indicação geográfica, para ter a proteção garantida pela Constituição, deve atender obrigatoriamente os requisitos das cláusulas vinculantes do artigo 5º, XXIX, da CRFB/88, e, em adição, deve atender à função social da propriedade (PORTO apud BARBOSA, 2010, p. 412).

Ou seja, a proteção é condicionada à sua contribuição para com o desenvolvimento, dado que a redação do inciso XXIX conferiu à proteção dos direitos de propriedade industrial uma cláusula finalística, como explica Denis Borges Barbosa⁷ (2010, p. 109-110):

⁷ Quando da elaboração da Constituição de 1988, Denis Borges Barbosa ocupava o cargo de procurador geral do Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Por tal razão, teve a oportunidade de redigir o dispositivo em questão (art. 5º, inciso XXIX), que acabou inserido no texto em vigor da forma como foi proposto (BARBOSA, 2010, p. 109).

Como se vê, o preceito constitucional se dirige ao legislador, determinando a este tanto o conteúdo da Propriedade Industrial (“a lei assegurará...”), quanto a finalidade do mecanismo jurídico a ser criado (“tendo em vista...”). A cláusula final, novidade do texto atual, torna claro que os direitos relativos à Propriedade Industrial não derivam diretamente da Constituição brasileira de 1988, mas da lei ordinária; e tal lei só será constitucional na proporção em que atender aos seguintes objetivos:

- a) Visar o interesse social do País;
- b) Favorecer o desenvolvimento tecnológico do País;
- c) Favorecer o desenvolvimento econômico do País.

Assim, no contexto constitucional brasileiro, os direitos intelectuais de conteúdo essencialmente industrial (patentes, marcas, nomes empresariais, etc.) são objeto de tutela própria, que não se confunde mesmo com a regulamentação econômica dos direitos autorais. Em dispositivo específico, a Constituição brasileira de 1988 sujeita a constituição de tais direitos a condições especialíssimas de funcionalidade (a cláusula finalística), compatíveis com sua importância econômica, estratégica e social.

[...]

O Art. 5º, XXII, da Carta, que assegura inequivocamente o direito de propriedade, deve ser sempre contrastado com as restrições do inciso seguinte, a saber, as de que a propriedade atenderá sua função social. Também no Art. 170 a propriedade privada é definida como princípio essencial da ordem econômica, sempre com o condicionante de sua função social.

Apesar da natureza jurídica da indicação de procedência não corresponder à noção estrita de propriedade privada advinda da tradição romanística⁸, esta, ao se encaixar no sentido patrimonial do termo

⁸ Não há como classificar a indicação de procedência como direito clássico de propriedade em virtude da inexistência de hipótese na qual o titular de uma IP receba prerrogativa de dispor sobre ou transmitir seu direito, somente possuindo direito à fruição e uso (LOCATELLI, 2008, p. 241). A indicação geográfica enquanto gênero não é capaz de proporcionar todas as faculdades essenciais que integram o instituto da propriedade (ROCHA FILHO, 2009, p. 86-87), sendo esta uma possibilidade descartada mesmo que todos os produtores de uma região se encontrem em situação de unanimidade para propor sua venda (ROCHA FILHO, 2009, p. 95). Além disso, o ente não possui pessoa (física ou jurídica) como titular, mas sim um ente abstrato “atrelável” a qualquer produtor estabelecido na região reconhecida com a IP, estabelecido o requisito de que a atividade reconhecida precisa continuar sendo desenvolvida para que o direito oriundo da IP continue existindo para aquele produtor, daí a opção pelo uso do termo “titularidade líquida”.

adotado pelo legislador⁹ e enquanto direito de propriedade intelectual (BARBOSA, 2010, p. 75), vincula-se aos artigos 218, 219, 219-A, 219-B da Constituição Federal, que preveem incentivos para o desenvolvimento socioeconômico (SCUDELER, 2007, p. 47), e também ao § 1º do art. 1.228 do Código Civil de 2002:

§ 1º O direito de propriedade deve ser exercido em consonância com as suas finalidades econômicas e sociais e de modo que sejam preservados, de conformidade com o estabelecido em lei especial, a flora, a fauna, as belezas naturais, o equilíbrio ecológico e o patrimônio histórico e artístico, bem como evitada a poluição do ar e das águas. (BRASIL, 2002)

O Brasil promulgou em 1996 a Lei de Propriedade Industrial, ou Lei 9.279 de 14 de maio de 1996 que, embora tenha adotado a nomenclatura “Lei”, se trata em verdade de um Código da Propriedade Industrial¹⁰. Quanto ao seu conteúdo material, a lei tomou como base o Acordo TRIPs, apesar de acabar por instituir distinta definição para as IP (MARTINS, 2014, p. 13), tendo sido também influenciada por discussões e acordos referentes ao Mercosul¹¹.

No artigo 176 a lei instituiu o reconhecimento de duas espécies de indicação geográfica no Brasil: a indicação de procedência e a denominação de origem, que foram respectivamente definidas pelos dois artigos subsequentes:

Art. 177. Considera-se indicação de procedência o nome¹² geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu

⁹ “A Constituição vincula quanto a serem ou não propriedade em sentido técnico. Encontramos, pois, na Constituição apenas um sentido amplo de propriedade segundo o qual propriedade é todo o direito patrimonial privado, para efeitos da garantia e da disciplina destes. Mas, prosseguindo a análise, vemos que este é também o sentido em que “propriedade” é usado noutros setores ainda da ordem jurídica. Assim, quando se discute a justificação da propriedade, sem mais esclarecimentos, discute-se a justificação da propriedade privada, no sentido dos direitos patrimoniais privados, e não apenas a da existência de propriedade como direito real máximo.” (ASCENSÃO apud BARBOSA, 2010, p. 79-80)

¹⁰ Denis Borges Barbosa (2010, p. 10) explica que, em virtude do disposto no art. 64, § 4º da Constituição Federal, projetos de Código não poderão ser sujeitos a prazo de urgência, situação esta que acabou contornada pelo Poder Executivo através da mudança de nomenclatura, o que frustrou severamente o espaço de participação e debate junto à população, impedindo a participação do setor industrial em seu processo, o que fere seu interesse e direito constitucional reconhecido.

¹¹ Indicações geográficas também foram discutidas no âmbito do Mercosul em momento anterior ao TRIPs e à LPI, o que poderia explicar a proximidade entre as legislações brasileira e uruguaia, especialmente no que tange ao reconhecimento de serviços. (MERCOSUL, 1995)

¹² Apesar da previsão legal fazer referência direta à visão doutrinária, segundo a qual a indicação de procedência protege apenas o nome geográfico (ou a sua representação

território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço.

Art. 178. Considera-se denominação de origem o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos. (BRASIL, 1996)

Desta forma, a lei exige que o local de produção, extração ou fabricação, seja aquele que carrega a notoriedade que legitima o reconhecimento da indicação, ou seja, exige a notoriedade da origem para configurar indicação de procedência (LOCATELLI, 2008, p. 229).

2 INDICAÇÕES DE PROCEDÊNCIA VS. MARCAS: PROXIMIDADE E DESCARACTERIZAÇÃO

A indicação de procedência dá origem à marca enquanto prática comercial. As primeiras marcas criadas por mercadores indicavam justamente a origem geográfica de seus produtos, com a intenção de explorar a reputação de sua região de origem (RANGNEKAR apud BRAMLEY, 2011, p. 114). Porém, o direito de marca é muito mais abrangente e diz referência a tudo o que possui a capacidade de distinguir produtos ou serviços¹³ (SOARES, 2000, p. 14).

Uma marca, desde que não seja de domínio comum ou genérica, pode ser livremente apropriada (BARBOSA, 2010, p. 236), diferindo-se das indicações de procedência, que são resultado de longo desenvolvimento histórico e valorização a partir de culturas e tradições locais.

Distintamente das indicações de procedência, o direito marcário não exige qualquer uso anterior para que seja adquirida a propriedade sobre a marca¹⁴ (BARBOSA, 2010, p. 63), além de seu registro possuir

gráfica, como será visto adiante), materiais institucionais do INPI afirmam que são objetos da proteção tanto o nome quanto os produtos e serviços em si (JUNGMANN; BONETTI, 2010, p. 47), o que denota tratamento administrativo diferenciado do ente se comparado à previsão legal.

¹³ “Não obstante a nossa lei vigente restrinja-a aos sinais visualmente perceptíveis, não se pode olvidar a existência em muitos países das marcas sonoras e olfativas” (SOARES, 2000, p. 14).

¹⁴ Ressalvado o exposto no art. 129 da LPI, que versa sobre o direito de preferência (BRASIL, 1996).

natureza atributiva¹⁵, conforme expressa o artigo 129 da Lei de Propriedade Industrial brasileira¹⁶.

Enquanto as marcas identificam produtos e serviços sem qualquer limitação¹⁷, as indicações de procedência possuem na geografia o núcleo de sua existência, que lhe confere uma dimensão coletiva que envolve não somente um titular ou um grupo destes, mas os bens locais, a história, os hábitos e a cultura da comunidade ali estabelecida (BRAMLEY; BIÉNABE; KIRSTEN, 2009, p. 111).

Durante muito tempo, as indicações de procedência foram tratadas como parte do direito de marcas, constituindo exceções ao registro e muitas vezes sendo objeto de confusão entre os dois distintos institutos.

Em geral, indicações de procedência desempenham papel similar ao das marcas, protegendo seus titulares e oferecendo informação ao consumidor. Ambas são signos distintivos designados para atrair o consumidor para determinados produtos ou serviços e funcionando como indicativos de diferenciais (LOCATELLI, 2008, p. 231), o que os valoriza e os auxilia para uma maior imersão em diferentes mercados.

Neste contexto, três são os principais conflitos diretos entre direitos de marca e indicações de procedência:

- a) partes diferentes utilizam o mesmo signo como marca e como indicações geográficas para assinalar o mesmo produto;
- b) o mesmo signo é usado por diferentes interessados como marca e como indicação geográfica para produtos distintos e tanto a marca quanto a indicação geográfica são conhecidas;
- c) uma marca registrada, composta por um nome geográfico e não coincidente com a designação de origem do produto, tem longa data e reputação, mesmo que seu titular desconheça a existência de um local geográfico com aquele nome. (D'HANENS, 2007, [p. 13])

Para a resolução de conflitos, são utilizados como parâmetros os diversos princípios que afetam ambos os direitos em questão, sendo eles: o

¹⁵ Enquanto indicações geográficas possuem registro meramente declaratório, ou seja, são direito de fato desde antes de seu reconhecimento formal pela autarquia federal, as marcas possuem registro atributivo, sendo um direito que se constitui a partir do deferimento do registro pelo INPI.

¹⁶ "Art. 129. A propriedade da marca adquire-se pelo registro validamente expedido, conforme as disposições desta Lei, sendo assegurado ao titular seu uso exclusivo em todo o território nacional, observado quanto às marcas coletivas e de certificação o disposto nos arts. 147 e 148." (BRASIL, 1996).

¹⁷ Não se mostram relevantes para este estudo as limitações relacionadas ao princípio da territorialidade, visto que este também afeta as indicações de procedência em igual peso.

princípio da territorialidade, princípio da especialidade e, o mais polêmico, no caso de conflito com indicação geográfica por se aplicar apenas ao direito de marca, o princípio da anterioridade (D'HANENS, 2007, [p. 13]).

Além disso, as restrições para registro de marcas homônimas como indicações de procedência persistem na lei brasileira, expressas por meio do artigo 124 da Lei de Propriedade Industrial¹⁸, que versa especificamente sobre termos não registráveis como marca.

Ambas as proibições somente se aplicam caso exista uma afinidade de mercado entre a indicação e a marca solicitada para registro. A análise de tal afinidade é incumbida ao INPI, uma vez que, diferentemente das marcas, que possuem seus segmentos mercadológicos divididos por meio de uma Classificação Internacional (NICE) de Produtos e Serviços para o Registro de Marcas, as indicações são protegidas independentemente de classe, levando em conta seu produto ou serviço (BARBOSA, P. M. S.; DUPIM; PERALTA, 2016, p. 172).

Entretanto, há autores que ressaltam que, segundo o texto legal, o legislador, ao vedar o registro de uma indicação como marca, o faz de maneira absoluta, afastando o princípio da especialidade para indicações geográficas, uma posição que, inclusive, já foi confirmada por julgado do Superior Tribunal de Justiça brasileiro quanto ao registro da marca *Bordeaux* (LOCATELLI, 2016a, p. 239)

Perante o INPI, a proibição advinda dos incisos do artigo 124 se aplica ainda que o requerente esteja estabelecido na região da indicação. Seu endereço somente é utilizado para definição do inciso que será aplicado. O inciso IX é aplicado quando o requerente do registro de marca reside dentro da região da indicação, sendo o inciso X aplicado para casos em que o requerente reside fora de tal localidade, sendo importante ressaltar, contudo, que isto se refere somente à região oficialmente reconhecida como indicação geográfica pelo órgão (BARBOSA, P. M. S.; DUPIM; PERALTA, 2016, p. 173).

Caso tal situação ocorra enquanto o registro da indicação se encontra pendente, o órgão opta por manter o pedido de marca sobrestado até que o pedido de IG seja ou não indeferido (BARBOSA, P. M. S.; DUPIM; PERALTA, 2016, p. 175). Já no caso de indicação ainda não reconhecida e sem pedido pendente, a decisão é norteada de acordo com o local onde são estabelecidos os requerentes, visto que o INPI não possui capacidade

¹⁸ “Art. 124. Não são registráveis como marca: [...] IX - indicação geográfica, sua imitação suscetível de causar confusão ou sinal que possa falsamente induzir indicação geográfica; X - sinal que induza a falsa indicação quanto à origem, procedência, natureza, qualidade ou utilidade do produto ou serviço a que a marca se destina.” (BRASIL, 1996).

de ter conhecimento sobre todas as indicações ainda não reconhecidas (BARBOSA, P. M. S.; DUPIM; PERALTA, 2016, p. 176).

Desta forma, observamos que, antes de seu reconhecimento formal, indicações de procedência somente obstarão o registro de marcas caso seja identificada falsa identificação de proveniência, uma vez que, para a indicação de procedência, seriam necessários os trâmites para comprovação de notoriedade.

Quadro 2 - Procedimentos de exame de colidência entre IG e marcas

IG	Marca	Procedimento
Reconhecida pelo INPI	Imitação ou reprodução de IG, requerente da região	Indeferimento da marca pelo inc. IX art. 124 da LPI
	Imitação ou reprodução de IG, requerente de região distinta da IG	Indeferimento da marca pelo inc. X art. 124 da LPI por falsa indicação de procedência
	Imitação ou reprodução de IG, entre outros elementos distintivos registráveis	Exigência para a exclusão da IG da marca
Reconhecimento solicitado ao INPI pendente de decisão	Imitação ou reprodução de IG, independente de ser o mesmo requerente da IG, solicitada após o pedido da IG	Sobrestamento da marca
Sem reconhecimento solicitado ao INPI	Imitação ou reprodução de IG, requerentes da região da IG	Marca passível de ser registrada
	Imitação ou reprodução de IG, requerentes de região distinta da IG	Indeferimento da marca pelo inciso X art. 124 da LPI por falsa indicação de procedência
Reconhecida pelo INPI	Contendo siglas que remetem a IGs (DOC/IPG) acompanhado de nome geográfico que se enquadram na categoria de IG ou outros termos, induzindo o consumidor a entender que o produto teria como origem região ou localidade habitualmente protegido por IG	Indeferimento da marca pelo inc. IX art. 124 da LPI
Sem reconhecimento solicitado ao INPI		Indeferimento da marca pelo inciso X art. 124 da LPI por falsa indicação de procedência

-	Contendo siglas que remetem a IGs (DOC/IPG) acompanhado de nome geográfico que <i>não</i> se enquadram na categoria de IG ou outros termos	Marca passível de ser registrada
-	Imitação ou reprodução de nome geográfico sem notoriedade para o produto/serviço solicitado	Marca passível de ser registrada

Fonte: (BARBOSA, DUPIM; PERALTA, 2016, p. 178-179)

Enquanto as marcas distinguem produtos de diferentes empresas e são escolhidas arbitrariamente por meio de ocupação, indicações de procedência distinguem produtos de origens geográficas distintas e não podem ser escolhidas arbitrariamente, por dependerem do nome geográfico e da notoriedade historicamente conquistada.

Marcas podem constituir um sinalizador de origem, entretanto, ela não é obrigada a assegurar tal característica, além de não indicar necessariamente a natureza, a composição ou demais características do produto ou serviço que designa (MARTINS, 2014, p. 44). Além disso, marcas que contenham indicações geográficas possuem expressa proibição pela LPI, apesar de a doutrina ressaltar que, quando o nome geográfico não carrega o significado de designação geográfica (como Polo Norte), não se aplicaria tal proibição.

Não há qualquer vedação para que mais de uma empresa utilize a mesma indicação geográfica, somente se exige que todas se situem dentro da área demarcada e produzam o produto cuja produção se tornou notória e enseja a proteção da IP (LOCATELLI, 2008, p. 231).

Outra distinção é quanto à titularidade. Qualquer um pode exigir registro de uma marca de produto ou serviço, sendo possível que o seu direito sobre tal marca perca para sempre, mesmo que todos os aspectos de sua produção ou prestação sejam modificados (modo de fazer, localização etc). Contudo, no caso da indicação de procedência, só é titular do direito aquele que se estabelece na região reconhecida pela produção ou prestação (LOCATELLI, 2008, p. 231). Ou seja, o produtor que resolver transferir o local de sua produção perderá o direito de utilizar a indicação de procedência.

Ademais, quando em conflito os direitos de marca e indicação de procedência, a principal preocupação da Lei é a de oferecer proteção aos consumidores, sendo que a IP goza de relativa prioridade se comparada à marca. Além disso, não há previsão legal para casos em que a marca homônima for reconhecida antes da IP, ou para casos de indicações homônimas (LOCATELLI, 2008, p. 253).

Contudo, Martins (2014, p. 47) destaca que, em caso de registro de indicações homônimas a marcas já antes registradas é necessário cautela, a fim de evitar que produtores de má-fé aproveitem o renome construído durante anos pela marca já reconhecida, apesar de reafirmar que, mesmo com o registro anterior, a marca deverá ser modificada compulsoriamente, dado que a indicação possui preferência (MARTINS, 2014, p. 53).

O INPI procura minimizar tais conflitos através da publicidade dos procedimentos de registro da indicação através da Revista da Propriedade Industrial (RPI), com abertura para manifestação e contestação por terceiros (DUPIM; BARBOSA; PERALTA, 2016, p. 180). Contudo, na prática, as marcas homônimas a indicações seguem convivendo com o registro da IP, o que “Pode acarretar confusão por parte dos consumidores, além de diluição do sinal distintivo.” (DUPIM; BARBOSA; PERALTA, 2016, p. 184).

Ademais, destaco a existência de três subespécies de direito marcário, sendo elas: a marca coletiva, marca de certificação, e marca tridimensional. Para fins de estudo e comparação com indicações de procedência, somente nos interessam as duas primeiras. Sendo subespécies de marca, a marca de certificação e a marca coletiva obedecem aos parâmetros legais gerais aplicados às marcas de maneira geral (BARBOSA, P. M. S.; DUPIM; PERALTA, 2016, p. 161).

2.1 Marca coletiva

A marca coletiva surgiu empiricamente na idade média, sendo utilizada inicialmente com sentido de comunidade, distinguindo aglomerados de produtores de terceiros (SOARES, 2000, p. 42). O signo serve de selo de garantia, protegendo consumidores quanto a origem de produtos, especificamente com relação à qualidade da associação que o produz, muitas vezes compreendendo todos os produtores de uma região, cidade ou país.

Na marca coletiva, assim como na indicação de procedência, é de responsabilidade subjetiva de cada produtor prezar pela integridade de seus estabelecimentos a fim de não prejudicar a imagem dos demais (SOARES, 2000, p. 42-43).

Desta forma, guarda diversos aspectos em comum com indicações geográficas, sobretudo com as denominações de origem, se considerarmos a necessidade de adequação dos produtos a padrões de qualidade. Contudo, no caso das marcas coletivas, estes padrões são arbitrariamente definidos

pela coletividade, enquanto na denominação de origem tais padrões dizem respeito às qualidades que o produto possui em função de sua localização geográfica, qualidades sobre as quais entes privados não possuem controle.

No caso da indicação de procedência, as semelhanças são menores. Apesar de também se tratar de um direito coletivo, é um direito que se atrela à uma delimitação geográfica, não a pessoas específicas. Apesar de admissível a possibilidade de situação de titularidade única momentânea, indicações de procedência são direitos essencialmente coletivos e, talvez somente por isso, se assemelham às marcas coletivas.

Alguns autores apontam que também são similares por apresentarem exigências, como normas de produção (LOCATELLI, 2008, p. 233), sendo este o instrumento que confere às marcas coletivas a capacidade de gerar um diferencial de mercado, a fim de agregar valor aos produtos e criar uma ferramenta de gestão, sendo frequentemente utilizadas como forma de criação de marcas coletivas setoriais (DUPIM; BARBOSA; PERALTA, 2016, p. 164).

É de perfeito entendimento que marcas coletivas necessitem de um regulamento para alcançarem *status* de diferenciação de mercado. Contudo, como a própria legal expressa, o núcleo atrativo de uma indicação de procedência é o reconhecimento do público acerca da produção local que já se tornou notória e diferenciada e, por isso, foi reconhecida legalmente enquanto IP. Sendo assim, apesar da exigência do INPI pela definição de um regulamento de uso, tal regulamento é de legalidade questionável se interpretado à luz da norma jurídica.

É justamente pela existência de marcas coletivas que se abstrai a impossibilidade de se “criar” uma indicação de procedência, visto que o instrumento mais adequado para tal seria a marca coletiva.

Entretanto, apesar de tal característica, enquanto a coletividade de titulares de uma indicação de procedência é constituída por produtores estabelecidos em determinada região, sendo uma coletividade indefinida, os titulares de uma marca coletiva, apesar de poderem estar estabelecidos em uma mesma região, possuem a prerrogativa de serem pessoas físicas ou empresas (necessariamente definidas) (MARTINS, 2014, p. 57) que estejam localizadas virtualmente em qualquer local, sem que isso interfira em seu direito (LOCATELLI, 2008, p. 233).

2.2 Marca de certificação

Mais além, a indicação geográfica, também em virtude da exigência de um regulamento de uso, é frequentemente confundida com o instituto da marca de certificação. Diferentemente de marcas de produtos e serviços, ou mesmo marcas coletivas e indicações geográficas, a marca de certificação possui caráter distinto por buscar igualar ao invés de diferenciar, visto que exige que todos que a utilizem alcancem um específico padrão de qualidade.

Mesmo no caso das denominações de origem, em que há a exigência ao cumprimento de requisitos de qualidade, prevalece o fator de distinção geográfica (BARBOSA; DUPIM; PERALTA, 2016, p. 162) em razão de sua natureza, funcionando como um direito de garantia.

Contudo, marcas de certificação protegem apenas os direitos dos consumidores, além de apresentarem ampla liberdade de criação e não poderem possuir como titular alguém que o faça em interesse próprio ou para sua própria atuação mercantil (LOCATELLI, 2008, p. 234).

Ou seja, quem for titular de uma marca de certificação não pode usá-la, mas possui a prerrogativa de conferir seu uso a terceiros que sejam capacitados (BARBOSA; DUPIM; PERALTA, 2016, p. 161) e obedeçam às regras estabelecidas em seu registro.

A aproximação ocorre por diversos motivos, dentre eles, o fato de alguns países estabelecerem o uso de marcas de certificação como alternativa para o registro de indicações geográficas, com é o caso dos EUA (MARTINS, 2014, p. 55).

Desta forma, algumas características essenciais merecem ser apontadas. Em primeiro lugar, uma marca de certificação existe para atestar que um produto obedece de fato às especificações apontadas pelo fabricante, especialmente quanto à sua natureza, material e qualidades, além da metodologia empregada em sua produção (BRASIL, 1996).

O regulamento deverá ser seguido estritamente, sendo que qualquer alteração deverá ser comunicada ao INPI, sob pena de ser desconsiderada para efeitos legais (MARTINS, 2014, p. 54). Não há, até o momento, qualquer previsão do INPI para que seja modificado o regulamento de uso de uma indicação de procedência, muito menos a descrição de possíveis sanções caso tal modificação não seja comunicada.

Em quesito de diferenciação, indicações de procedência são de titularidade de todos os produtores estabelecidos em sua região delimitadora,

além de, segundo alguns autores, serem também vinculados pelo necessário respeito aos requisitos do regulamento de uso.

Já marcas de certificação são de titularidade da entidade que requereu seu registro, sendo esta não interessada na produção daquilo que certifica, mas que realiza o controle da mesma e é livre para credenciar aqueles que se encontrem em situação de conformidade para com os requisitos estabelecidos pela marca de certificação.

Quadro 3 - Principais diferenças entre indicações geográficas, marcas, marcas coletivas e marca de certificação

Característ.	IG	Marcas	M a r c a s Coletivas	Marcas de Certificação
Legislação em vigor	Lei 9279/96; Instrução Normativa 25/2013	Lei 9279/96	Lei 9279/96 Instrução Normativa 19/2013	Lei 9279/96
Função	Identificar a procedência de produtos e serviços cuja reputação, qualidade ou outra característica se deva ao seu local de origem	Identificar e distinguir produtos e serviços	Identificar produtos/serviços da entidade coletiva titular da marca	Identificar o atendimento a normas ou especificações técnicas
Titularidade	Produtores e prestadores de serviço locais estabelecidos no local e que satisfaçam as condições de cada espécie de IG	Requerente do registro	Entidade Coletiva representativa de coletividade	Entidade certificadora, sem interesse direto
Condições para registro	Regulamento de uso; delimitação da área geográfica; comprovações relacionadas à espécie de IG solicitada	Inexistente	Regulamento de utilização	Documentação específica com critérios para atestar conformidade
Direito de uso	Restrito aos produtores/ prestadores de serviços estabelecidos no local e atendimento aos requisitos de qualidade no caso da DO	Titular do registro	Membros ou associados a entidade titular da marca	Autorizados pelo titular da marca

Vigência da proteção	Indefinida enquanto existir as condições previstas para cada espécie de IG, independentemente de renovação	Dez anos renováveis indefinidamente	Dez anos renováveis indefinidamente	Dez anos renováveis indefinidamente
----------------------	--	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------

Fonte: (BARBOSA; DUPIM; PERALTA, 2016, p. 170-171)

3 PORTO DIGITAL: UM ESTUDO DE CASO SOBRE A PRIMEIRA INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA DE SERVIÇOS

O Porto Digital foi a primeira indicação de procedência referente à prestação de serviços reconhecida no Brasil e possivelmente a primeira no mundo¹⁹. A prestação referenciada pela indicação de procedência do Porto Digital são serviços de tecnologia de informação e de comunicação através de desenvolvimento, manutenção e suporte. Seu pedido de registro foi oficializado pelo Núcleo de Gestão do Porto Digital (NGPD) em 5 de agosto de 2011, sendo então concedido em 11 de dezembro de 2012 (MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR, 2018, [p. 4]).

Seu reconhecimento como indicação de procedência é fruto de sua notoriedade enquanto referência internacional de qualidade em prestação de serviços no ramo digital (GIESBRECHT, 2014, [p. 134]). Na prática, o Porto Digital é um espaço empresarial vinculado ao Governo do Estado de Pernambuco (RECIFE, 2014, [p. 1]) e à Universidade Federal de Pernambuco (sua precursora) (CAMPOS; CHACUR, 2012, [p. 10]). Localizado dentro do município de Recife, bairro Santo Amaro, o espaço compreende 100 hectares de infraestrutura para instalação de empresas de tecnologia da informação (GIESBRECHT, 2014, [p. 138]). O Porto Digital foi desenvolvido em prol da criação de um ambiente de inovação e tecnologia que reúna núcleos políticos, acadêmicos e econômicos (GIESBRECHT, 2014, [p. 137]).

De acordo com Hulda Giesbrecht (2014, [p. 139]):

¹⁹ O Porto Digital é a única indicação de procedência de serviços reconhecida no Brasil. Dado que somente o Brasil e o Uruguai (URUGUAY, 1998a) (URUGUAY, 1998b) reconhecem indicações de procedência referentes a serviço, e que, na execução da pesquisa, não foram encontrados quaisquer registros referentes a uma indicação de procedência uruguaia referente à prestação de serviços durante o desenvolvimento desta pesquisa, é possível aferir que a indicação de procedência do Porto Digital é provavelmente o primeiro e único registro do gênero na História.

O Porto Digital já atraiu para a região mais de 200 empresas e quatro multinacionais, abrigando quatro centros de tecnologia, criando mais de 6.500 postos de trabalho. Em 2010, as empresas faturaram 1 bilhão. O Centro de Informática da Universidade Federal de Pernambuco possui a maior produtividade científica na formação de mestre e doutores em todo o Brasil. A região puxa o crescimento do PIB a taxas superiores à média do país, com previsão de dobrar na próxima década. O Núcleo de Gestão do Porto Digital ainda realiza a inclusão social da comunidade, desenvolvendo projetos e capacitando os jovens.

A indicação é utilizada por empresas situadas dentro da área do Porto Digital e que cumprem os requisitos estabelecidos em seu regulamento de uso, que será discutido adiante.

3.1 Estrutura de controle e regulamento de uso

No registro da indicação do Porto Digital, a estrutura de controle é prevista por um documento denominado “regimento interno”, iniciado pela definição das normas regentes e as prerrogativas referentes ao seu Conselho Regulador. Trata-se de um regulamento que confere poderes excessivos ao gestor da indicação, poderes estes que, do ponto de vista estritamente legal, se mostram nulos de pleno direito. São estes os poderes de:

Aprovar o credenciamento e descredenciamento de parceiros, responsáveis por conduzir os processos de certificação;

Aprovar a concessão do Selo de Indicação Geográfica do Porto Digital às empresas candidatas;

Estabelecer e revisar os critérios para credenciamento e descredenciamento de empresas parceiras, responsáveis por conduzir os processos de certificação;

Estabelecer e revisar os critérios para concessão do Selo de Indicação Geográfica do Porto Digital. (PORTO DIGITAL, 2012, [p. 5])

Todas as prerrogativas mencionadas são referentes a um processo de credenciamento e certificação inexistentes na indicação de procedência enquanto instituto jurídico, demonstrando clara afinidade para com o instituto da marca coletiva e, em uma interpretação extensiva, ao instituto da denominação de origem, ainda que para a adequação ao último sejam necessários fatores dos quais a indicação do Porto Digital não dispõe.

Adiante, o regulamento prevê as regras para a constituição de seu corpo administrativo, passando então à segunda parte, o “Regulamento de uso”. Nesta seção, o regulamento trata dos procedimentos de controle do selo, prevendo a necessidade de certificação de produtos²⁰ e serviços pela entidade, além de diversas práticas contrárias à natureza e titularidade das indicações de procedência, prevendo o estabelecimento de períodos de suspensão de seu uso e também a necessidade de renovação de certificados.

Somente as regras que tratam do uso da logomarca parecem estar em conformidade com a norma vigente. Contudo, não deve caber ao órgão gestor a aplicação de penas como suspensão e cancelamento da certificação para o utilizador do selo. É necessário lembrar que a indicação de procedência é de igual direito de todos os prestadores de serviço. Caso haja dissenso na questão da utilização do selo, é possível que mais de uma maneira de utilização seja admitida e, caso algum produtor seja identificado como responsável por causar danos à imagem da indicação em virtude de sua má utilização, poderá ser responsabilizado judicialmente por sua conduta.

Não parece admissível que uma entidade, que não o INPI, possua poderes para restringir individualmente o uso de direitos coletivos sem que a norma vigente a conceda tal prerrogativa. Mesmo no caso do INPI, a decisão poderia ser questionada judicialmente em virtude do caráter meramente declaratório do registro e da posição não terminativa conferida às decisões da autarquia pela legislação brasileira.

Em suas próximas divisões, o regulamento trata de critérios e indicadores exigidos pela entidade para a “concessão” do selo da indicação (PORTO DIGITAL, 2012, [p. 11]), além de especificar os processos de operacionalização do selo (PORTO DIGITAL, 2012, [p. 23]). Tais critérios consideram tanto fatores técnicos, quanto comerciais e humanos de forma detalhada, não compatíveis com a natureza da indicação de procedência, que não exige quaisquer requisitos de qualidade para serviços prestados sob a proteção da IP.

3.2 Distintos direitos de propriedade intelectual

O Núcleo de Gestão do Porto Digital, entidade responsável pelo pedido de registro e gestão da indicação de procedência do Porto Digital é uma sociedade civil de direito privado sem fins econômicos que é classificada

²⁰ Apesar de se tratar de um regulamento de uso de uma indicação de procedência de serviços, o regulamento faz menção a produtos. (PORTO DIGITAL, 2012, [p. 10]).

em documentos públicos como “Organização Social do Governo do Estado de Pernambuco” (RECIFE, 2014, [p. 1]).

Além de ser a proponente do registro da indicação de procedência, o NGPD é titular de nove distintas marcas de serviço, sendo cinco mistas e quatro nominativas, todas referentes a diferentes variações da expressão “Porto Digital” e seus diferentes logotipos. O depósito das duas primeiras foi realizado na data de 6 de agosto de 2004, 7 anos antes do pedido de registro da indicação.

Assim, o NGPD é, atualmente, titular de marcas de serviço para a expressão “PORTO DIGITAL” e “PORTODIGITAL” em quatro distintas especificações sendo elas:

a) Gestão de negócios compreendendo a criação de empreendimentos de classe mundial em tecnologia da informação e comunicação através da intenção e cooperação entre universidades; empresas, organizações não governamentais e governamentais no Estado de Pernambuco (MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO EXTERIOR E SERVIÇOS, 2017a, p. 3705-3706).

b) Consultoria profissional em negócios - [Informação em]; Consultoria profissional em negócios - [Consultoria em]; Consultoria profissional em negócios - [Assessoria em]; Consultoria profissional em negócios (MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR, 2015, p. 2370).

c) Gestão de programas e projetos para criação, atração e fortalecimento de empreendimentos inovadores de classe mundial nas áreas de tecnologia da informação e comunicação e de economia criativa através da cooperação entre universidades, organizações societárias, não governamentais e governamentais; análise, tratamento e difusão de informações estratégicas para os setores de tecnologia da informação e comunicação, economia criativa e eletro-eletrônica; assessoria, consultoria e informação em processos organizacionais, processos gerenciais, administrativos, estratégias de marketing e comercialização; implantação de programa de controle de qualidade; administração de programas de incentivo e fomento à competitividade e à inovação; pesquisa de mercado; assessoria, consultoria e produção de informações sobre o mercado nas áreas de tecnologia da informação e comunicação e economia criativa par fins de identificação, atração e captação de eventuais

clientes e parceiros comerciais; assessoria, consultoria e informação na gestão de planos e projetos para criação, atração, gestão e fortalecimento de empreendimentos inovadores nas áreas de tecnologia da informação e comunicação e de economia criativa; assessoria, consultoria e informação na estruturação de agências de fomento à inovação; assessoria, consultoria e informação na estruturação de entidades de gestão de habitats de inovação; assessoria, consultoria e informação na estruturação de entidades de gestão de arranjos produtivos locais; administração comercial do licenciamento de produtos e serviços de terceiros [ompi]; administração comercial; administração de empresa; administração de holding [tipo de empresa]; aluguel de escritório virtual [aluguel de equipamentos e material de escritório e fornecimento de serviços de escritório]; apoio administrativo e secretariado; assessoria em gestão comercial ou industrial; assessoria em gestão de negócios; assessoria promocional, consultoria e informação sobre propaganda; assessoria, consultoria e informação econômica, para os setores industrial e comercial das empresas, visando o planejamento, organização, monitoramento e desenvolvimento de projetos (também provido on-line) [assessoria em gestão comercial]; assessoria, consultoria e informação em auditoria; assessoria, consultoria e informação em gestão de negócios para companhias industriais ou comerciais; assessoria, consultoria e informação em investigações, avaliações e pesquisas em negócios; assessoria, consultoria e informação em marketing; assessoria, consultoria e informação em negócios relativos à realocização para empresas; assessoria, consultoria e informação em promoção de vendas; assessoria, consultoria e informação em publicidade e propaganda através de qualquer meio; assessoria, consultoria e informação empresarial; assessoria, consultoria e informação relacionadas ao planejamento, análise, gestão e organização de negócios para empresas; assessoria, consultoria e informação sobre gestão de negócios no campo da propriedade intelectual; assessoria, consultoria e informação sobre oportunidades de negócio; assessoria, consultoria e informação sobre organização de feiras para fins comerciais ou publicitários; assessoria, consultoria e informações sobre administração de pessoal; auditoria em negócios; avaliações de negócios; captação de patrocínio; consultoria em gestão de pessoal; consultoria em organização de negócios; consultoria profissional em negócios; especialistas em eficiência de negócios; estudos e pareceres pertinentes à macro e microeconomia, serviços

estes prestados com fins de assessoria na gestão de negócios e operação de uma empresa comercial; fornecimento de informações sobre contatos comerciais e de negócios; gestão (consultoria em -) de negócios; gestão de pessoal (consultoria em -); informações de negócios; levantamentos de informações de negócios; produção de estudos de tendências tecnológicas e de mercado; licenciamento, compra e venda, leasing de marcas e patentes (intermediação de negócios comerciais); negociação e conclusão de transações comerciais para terceiros; negócios (avaliações de -); negócios (consultoria em gestão de -); negócios (consultoria em gestão e organização de -); negócios (consultoria profissional em -); negócios (informações de -); organização de exposições para fins comerciais ou publicitários; organização de feiras para fins comerciais ou publicitários; organização e administração de empresa; patrocínio (captação de -); pesquisa em negócios; programa de qualidade total [gestão empresarial]; promotor de eventos [se comerciais]; serviços de incubação de empresas e negócios nas áreas de economia criativa e de tecnologia da informação e da comunicação; serviços de incubação e aceleração de negócios; serviços de aceleração de negócios através de aconselhamento e orientação profissional (mentoring) de empreendedores inovadores; serviços de aceleração [de negócios] através da intermediação entre investidores e empreendedores inovadores (MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO EXTERIOR E SERVIÇOS, 2017b, p. 2713-2714).

d) Serviços de aceleração de negócios para fins de investimento de capital e participação societária; aluguel temporário de postos e salas de trabalho com equipamentos, material e serviços de escritório em ambiente compartilhado (coworking); assessoria, consultoria e informações sobre recebimento de investimentos em empreendimentos inovadores; assessoria, consultoria e informação na área econômico financeira, participação em outras sociedades; administração de imóveis; administração de condomínio; administração financeira; aluguel de escritório virtual [aluguel temporário de espaço comercial]; aluguel de escritórios [imóveis]; aluguel temporário de espaços (salas, auditório, laboratórios, estúdios, galerias); provimento de instalações para apresentação e exibição de intervenções tecnológicas; análise financeira; assessoria, consultoria e administração de investimentos de terceiros; assessoria, consultoria e informação em administração de patrimônio; assessoria, consultoria e informação em administração de

riscos financeiros; assessoria, consultoria e informação em investimentos; assessoria, consultoria e informação em planejamento financeiro; assessoria, consultoria e informação na área econômico-financeira; assessoria, consultoria e informações financeiras prestadas a investidores; avaliação financeira [seguros, bancos, imóveis]; avaliação imobiliária; captação de financiamento para projetos de construção; consórcio de bens [serviços financeiros]; consultoria financeira; incorporação de imóvel; informações financeiras; investimentos de capital [finanças]; participação em outras sociedades (MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO EXTERIOR E SERVIÇOS, 2017b, p. 2716-2717).

e) Organização de eventos, cursos e articulação com atores estratégicos para formação, qualificação e certificação profissional de capital humano em gerenciamento de projeto, nas áreas de tecnologia da informação e comunicação e em economia criativa; organização e apresentação de eventos sobre empreendedorismo e inovação nas áreas de tecnologia da informação e comunicação, economia criativa e sustentabilidade; concepção, desenvolvimento, curadoria, implantação, treinamento e manutenção evolutiva de intervenções tecnológicas em exposições culturais; assessoria, consultoria e informação em educação [instrução]; assessoria, consultoria e informação em treinamento [demonstração] [ensino]; assessoria, consultoria e informação ensino; curso técnico de formação; cursos livres [ensino]; educação (serviços de -); ensino (serviços de -); informações sobre educação [instrução]; instrução (serviços de-); organização de competições [educação ou entretenimento]; organização de exposições para fins culturais ou educativos; organização e apresentação de colóquios; organização e apresentação de conferências; organização e apresentação de congressos; organização e apresentação de oficinas de trabalho [treinamento]; organização e apresentação de seminários; organização e apresentação de simpósios; orientação [treinamento]; organização de programas de intercâmbio cultural e educativo; reciclagem profissional; serviços de premiação organização de concursos e prêmios jornalísticos; treinamento prático [demonstração] (MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO EXTERIOR E SERVIÇOS, 2017c, p. 2978).

Ademais, a entidade possui outros quatro pedidos ainda aguardando exame de mérito, o que levantaria a questão acerca do conflito entre os direitos provenientes da indicação de procedência, sendo estes

pré-existentes ao registro de marca, e os direitos provenientes da própria marca registrada, visto que surge aqui um conflito entre matérias de direito adquirido (DUPIM; BARBOSA; PERALTA, 2016 p. 181).

Outra questão a ser debatida é o fato de que “Porto Digital” não se trata de nome geográfico em sentido estrito, mas sim de um nome comercial artificialmente atribuído a um parque tecnológico. Diferentemente do acordo TRIPS, que aceita o registro de nomes não geográficos como IG, a Lei de Propriedade Industrial brasileira é expressa ao restringir o registro de indicações de procedência a nomes geográficos (DUPIM; BARBOSA; PERALTA, 2016, p. 182). O exemplo trazido pelo Porto Digital demonstra que o órgão incumbido pelo registro aceita que se considere geográficos nomes artificialmente atrelados a espaços físicos de considerável extensão territorial, desde que estes tenham alcançado notoriedade suficiente.

A admissibilidade de registro de nomes desta natureza é uma completa abstração do sentido originário de proteção da indicação de procedência, uma vez que se trata de um direito distinto, utilizado em função de fatores históricos e em função do fomento ao desenvolvimento local por meio da congregação de produtores e prestadores para a utilização de sua reputação como meio de agregar valor aos seus produtos ou serviços.

No caso do Porto Digital, em especial, a entidade responsável pelo espaço já possuía, com o próprio espaço e suas marcas registradas, todos os instrumentos necessários para o alcance das vantagens proporcionadas pela indicação de procedência, não possuindo este registro qualquer aproximação para com a proteção do patrimônio histórico e cultural da região reconhecida, a tradição ou o fomento ao turismo (que não de negócios, possível em uma interpretação extensiva).

Conforme demonstram os registros de marca anteriores e posteriores ao registro da indicação de procedência, todos referentes a variações do nome Porto Digital, a indicação de procedência foi registrada sem se adequar a diversos requisitos legais, mesmo conquanto ao entendimento doutrinário do instituto.

CONCLUSÃO

Por todo o exposto, os indícios nos levam a concluir que o registro da primeira indicação de procedência de serviços não passou de uma

estratégia de seus gestores para assegurar o completo domínio sobre a marca que já antes possuíam, além da geração de mídia espontânea, por se tratar do primeiro registro do gênero, o que descaracteriza objetivamente o instituto e pode causar sérios danos no futuro, caso outras entidades passem a ver o direito derivado da indicação de procedência como mera extensão e reforço do direito de marca coletiva.

Além disso, podemos denotar a possível intenção, demonstrada pelo estabelecimento de requisitos de qualidade pelo regulamento de uso, de se criar uma marca de certificação que pudesse beneficiar as empresas estabelecidas no espaço, visto que a proximidade com a denominação de origem é derivada de seu registro enquanto indicação geográfica normatizada.

Caso considerássemos a regulamentação de parâmetros de qualidade dos serviços prestados isoladamente, nos veríamos diante de uma marca de certificação ou marca coletiva, e não uma denominação de origem, visto que os parâmetros de qualidade não são referentes a um *know how* tradicional, nem a aspectos objetivos que possam associar materialmente os serviços prestados à região na qual se estabeleceram seus produtores.

É importante lembrar, ainda, que para o registro de uma marca de certificação, seria necessário que a entidade requerente não houvesse qualquer interesse econômico direto em sua exploração, o que também desqualificaria o Porto Digital para registro de marca de certificação, restando então, apenas, a marca coletiva.

Ou seja, através da descaracterização do direito à indicação geográfica, perde-se integralmente todo o fundamento pelo qual se justifica sua proteção no ordenamento jurídico brasileiro.

Todo o aparato legal utilizado para gerar ganhos difusos através da proteção da indicação, que se funda em signo aliado à proteção de valores agregados, sejam estes morais, históricos ou culturais, acaba por se tornar mais um aliado da exploração privada, possibilitando, ao fim, a exploração indevida de ativos intangíveis cuja intenção máxima é a proteção do patrimônio imaterial público em prol do desenvolvimento de pequenos e produtores locais.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, D. B. **Tratado da propriedade intelectual**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2010. t. 1.

BARBOSA, P. M. S.; DUPIM, L. C. O.; PERALTA, P. P. Marcas e Indicações Geográficas: Conflitos de Registrabilidade nos 20 Anos da Lei da Propriedade Industrial (LPI). In: LOCATELLI, Lílana (Org.). **Indicações geográficas: desafios e perspectivas nos 20 anos da Lei de Propriedade Industrial**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2016.

BASSO, M. **O direito internacional da propriedade intelectual**. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2000.

BRAMLEY, C. **A review of the socio-economic impact of geographical indications: considerations for the developing world**. Lima, Peru. 22-24 jun. 2011. Apresentação no WIPO Worldwide Symposium on Geographical Indications. Disponível em: http://www.wipo.int/edocs/mdocs/geoind/en/wipo_geo_lim_11/wipo_geo_lim_11_9.pdf. Acesso em: 2 fev. 2017.

BRAMLEY, C.; BIÉNABE, E.; KIRSTEN, J. The economics of geographical indications: towards a conceptual framework for geographical indication research in developing countries. In: WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION. **The economics of intellectual property: suggestions for further research in developing countries and countries with economies in transition**. Geneva, 2009. Disponível em: http://www.wipo.int/export/sites/www/ip-development/en/economics/pdf/wo_1012_e.pdf. Acesso em: 1 maio 2017.

BRASIL. Lei nº 5.648, de 11 de dezembro de 1970. Cria o Instituto Nacional da Propriedade Industrial e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, p. 10577, 14 dez. 1970. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L5648.htm. Acesso em: 13 ago. 2017.

BRASIL. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil - 1988. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, n. 191-A, p. 1, 5 out. 1988. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm. Acesso em: 1 maio 2017.

BRASIL. Decreto nº 1.355, de 30 de dezembro de 1994. Promulga a ata final que incorpora os resultados da rodada do Uruguai de negociações comerciais multilaterais do GATT. **Diário Oficial da União**. Brasília, DF, p. 21394, 31 dez. 1994b. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/legislacao-1/27-trips-portugues1.pdf>. Acesso em: 1 maio 2017.

BRASIL. Lei nº 9.279 de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos a propriedade industrial. **Diário Oficial da União**. Brasília, DF, p. 8353, 15 mai. 1996. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm. Acesso em: 1 maio 2017.

BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, p. 1, 11 jan. 2002. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/CCivil_03/leis/2002/L10406.htm. Acesso em: 10 mar. 2017.

CAMPOS, L. S.; CHACUR, D. F. Indicação geográfica como instrumento de desenvolvimento econômico sustentável. In: CONGRESSO NACIONAL DO CONPEDI/UFF, 21., 2012, Niterói. **Anais...** Niterói: Universidade Federal Fluminense, 2012. Disponível em: <http://www.publicadireito.com.br/artigos/?cod=fd272fe04b7d4e68>. Acesso em: 4 abr. 2017.

COPETTI, M. Registro de marcas - propulsor para o desenvolvimento? In: PIMENTEL, L. O.; BARRAL, W. (Org.). **Propriedade intelectual e desenvolvimento**. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2006.

D'HANENS, L. M. A. P. Indicações geográficas. In: JABUR, W. P.; SANTOS, M. J. P. dos (Coord.). **Propriedade intelectual: sinais distintivos e tutela judicial e administrativa**. São Paulo: Saraiva, 2007. p. 163-206.

DALLABRIDA, V. R. **Ativos territoriais, estratégias de desenvolvimento e governança territorial**: uma análise comparada de experiências brasileiras e portuguesas. EURE. v. 42. n. 126. Santiago do Chile: p. 187-212, maio 2016.

JUNGMANN, D. M.; BONETTI, E. A. **A caminho da inovação**: proteção e negócios com bens de propriedade intelectual: guia para o empresário. Brasília: IEL, 2010.

LOCATELLI, L. Indicações geográficas e desenvolvimento econômico. In: PIMENTEL, Luiz Otávio; BARRAL, Welber (Org.). **Propriedade intelectual e desenvolvimento**. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2006.

LOCATELLI, L. **Indicações geográficas**: a proteção jurídica sob a perspectiva do desenvolvimento econômico. Curitiba: Juruá, 2008.

LOCATELLI, L. Indicações Geográficas: da Revisão dos Parâmetros Legais aos Desafios nos 20 Anos da Lei de Propriedade Industrial. In: LOCATELLI, Liliana (Org.). **Indicações geográficas: desafios e perspectivas nos 20 anos da Lei de Propriedade Industrial**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2016a.

LOCATELLI, L. O processo de consolidação das indicações geográficas no Brasil: lacunas e omissões da lei n. 9.279/1996. **Cadernos de Prospecção**, Salvador, v. 9, n. 1, p. 152-158, jan./mar. 2016b. Disponível em: https://portalseer.ufba.br/index.php/nit/article/view/13497/pdf_168. Acesso em: 18 set. 2017.

LOUREIRO, L. G. A. V. **A lei de propriedade industrial comentada (lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996)**. São Paulo: Lejus, 1999.

MARTINS, C. B. V. C. **Indicações geográficas: regulamentação nacional e compromissos internacionais**. São Paulo: Atlas, 2014.

MENDES, G. F. **Curso de direito constitucional**. 8 ed. ver. e atual. São Paulo: Saraiva, 2013.

MERCOSUL. Conselho do Mercado Comum. **Protocolo de harmonização de normas sobre propriedade intelectual no Mercosul, em matéria de marcas, indicações de procedência e denominações de origem**. Assunção: 1995. Disponível em: http://www.mercosur.int/msweb/portal%20intermediario/Normas/normas_web/Decisiones/PT/Dec_008_095_Prot%20Harm%20Norm%20Intelect%20Proc%20Denom%20Origem_At%201_95.PDF. Acesso em: 14 jun. 2017.

MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO EXTERIOR E SERVIÇOS. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Marcas. **Revista da Propriedade Industrial**, n. 2423. Rio de Janeiro: 13 jun. 2017a. Disponível em: <http://revistas.inpi.gov.br/pdf/Marcas2423.pdf>. Acesso em: 19 nov. 2017.

MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO EXTERIOR E SERVIÇOS. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Marcas. **Revista da Propriedade Industrial**, n. 2442. Rio de Janeiro: 24 out. 2017b. Disponível em: <http://revistas.inpi.gov.br/pdf/Marcas2442.pdf>. Acesso em: 19 nov. 2017.

MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO EXTERIOR E SERVIÇOS. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Marcas. **Revista da Propriedade Industrial**, n. 2444. Rio de Janeiro: 7 nov. 2017c. Disponível em: <http://revistas.inpi.gov.br/pdf/Marcas2444.pdf>. Acesso em: 19 nov. 2017.

MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO EXTERIOR E SERVIÇOS. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. **Planilha de acompanhamento de pedidos/registros de indicações geográficas**. Rio de Janeiro: 2018. Disponível em: http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/indicacao-geografica/arquivos/copy_of_AcompanhamentodeIGs_RPI2482_31Jul18.pdf. Acesso em: 2 ago. 2018.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Instrução normativa nº 25/2013 de 21 ago. 2013. Estabelece as condições para o Registro das Indicações Geográficas. **Diário Oficial da União**. Brasília, DF, ago. 2013. Disponível em: http://www.inpi.gov.br/legislacao-1/in_25_21_de_agosto_de_2013.pdf. Acesso em: 15 mar. 2016.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Marcas. **Revista da Propriedade Industrial**, n. 2320. Rio de Janeiro: 23 jun. 2015. Disponível em: <http://revistas.inpi.gov.br/pdf/marcas2320.pdf>. Acesso em: 19 nov. 2017.

MIRANDA, F. C. P. **Tratado de direito privado**. Parte especial. Direito das coisas: propriedade mobiliária (bens incorpóreos). Propriedade industrial (sinais distintivos). Rio de Janeiro: Borsoi, 1956. t. 17.

PORTO DIGITAL. **Regulamento de uso da indicação de procedência do Porto Digital**. Rio de Janeiro: MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO EXTERIOR E SERVIÇOS, 2012.

PORTO, P. C. R. **Indicações geográficas: a proteção deste instituto jurídico visando o interesse público nacional**. 2007. Dissertação (mestrado em Direito) - Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Faculdade de Direito, Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: <http://denisbarbosa.addr.com/ig.pdf>. Acesso em: 1 maio 2017.

RANGNEKAR, D. **The socio-economics of geographical indications: a review of empirical evidence from Europe**. Geneva, maio, 2004. Disponível em: <http://www.ictsd.org/sites/default/files/research/2008/07/a.pdf>. Acesso em: 1 maio 2017.

RECIFE. Contrato de gestão nº 4, que entre si celebram o município do Recife e o Núcleo de Gestão do Porto Digital - NGPD, na forma abaixo. Recife: Porto Digital, jun. 2014. Disponível em: http://www.portodigital.org/arqSite/Contrato_de_Gestao_04_PCR.pdf. Acesso em: 10 dez. 2017.

ROCHA FILHO, S. A. **Indicações geográficas: a proteção do patrimônio cultural brasileiro na sua diversidade**. 2009. 234 f. Tese (Doutorado em Direito) - Pontifícia Universidade Católica, São Paulo, 2009.

SCUDELER, M. A. **A função social da propriedade industrial**. In: VELÁZQUEZ, Victor Hugo Tejerina (Org.). Propriedade intelectual: setores emergentes e desenvolvimento. Piracicaba: Equilíbrio, 2007.

SILVA, A. R. P. **Indicações geográficas e estratégia territorial competitiva**: estudo comparado Brasil x Espanha. 2014. Uberlândia, 2014. 193 f. Tese (doutorado - Economia). Universidade Federal de Uberlândia, Instituto de Economia. Programa de Pós-Graduação em Economia, Uberlândia, 2014. Disponível em: <http://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/13460/1/IndicacoesGeograficasEstrategia.pdf>. Acesso em: 5 ago. 2017.

SOARES, J. C. T. **Lei de patentes, marcas e direitos conexos**. Lei 9.279 - 14.05.1996. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1997.

SOARES, J. C. T. **Marca vs. nome comercial**: conflitos. São Paulo: Editora Jurídica Brasileira, 2000.

UNIÃO DE PARIS. **Convenção de Paris**. Paris, 20 maio 1883. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/legislacao-1/cup.pdf>. Acesso em: 1 maio 2017.

URUGUAY. **Ley 17.011**. Dictanse normas relativas a las marcas. Bruxelas: WIPO, 1998a. Disponível em: http://www.wipo.int/wipolex/en/text.jsp?file_id=177870. Acesso em: 14 jun. 2017.

URUGUAY. **Ley 17.052**. Apruebase el protocolo de armonizacion de normas sobre propiedad intelectual en el mercosur, en materia de marcas, indicaciones de procedencia y denominaciones de origen. Bruxelas: WIPO, 1998b. Disponível em: http://www.wipo.int/wipolex/en/text.jsp?file_id=196028. Acesso em: 14 jun. 2017.