

Indicação geográfica de produtos não-agrícolas: estudo de caso da indicação *Solingen* (Alemanha)

Geographical indication of non-agricultural products: case study of *Solingen* (Germany)

Juliano Scherner Rossi*

João Alfredo Ziegler Filho**

Resumo: A reputação de Solingen (Alemanha), como produtora de talheres, espadas e instrumentos de corte, deu origem à indicação geográfica *Solingen*, para instrumentos de corte. Este artigo é um estudo de caso dos instrumentos de corte (artigos de cutelaria) “Solingen”, para verificação da inovação como fator de sucesso de uma indicação geográfica. A proteção ao nome Solingen deu-se inicialmente por lei específica (“Lei de Proteção ao Nome Solingen”, de 25.07.1938), que reconheceu a indicação geográfica qualificada. A proteção era indireta, a partir da repressão à concorrência desleal. Com a promulgação da Lei de Marcas (1994), a Lei de Proteção foi substituída pelo Regulamento Solingen (1994), que manteve as linhas gerais da lei. O regime geral de tutela das práticas honestas de comércio é mantida atualmente na Lei de Marcas, em relação aos produtos não agrícolas. Fora da Alemanha, a indicação geográfica é regida pela Convenção de Paris (1883), Acordo de Madri (1891) e Acordo TRIPS (1994), além de acordos bilaterais. O regime de tutela das práticas honestas de comércio pode ser utilizado para proteção de indicações geográfica de produtos não agrícolas, no Brasil, por meio da Lei de Patentes. A inovação foi uma das razões pelas quais Solingen permanece como centro produtor de instrumentos de corte, mesmo após diversos ciclos econômicos, desde a Idade Média.

Palavras-chave: Indicação geográfica. Indicação de procedência. Denominação de origem. Produto não-agrícola. Cutelaria. Solingen. Alemanha.

Abstract: The reputation of Solingen (Germany), as a producer of cutlery, swords and cutting instruments, gave rise to the geographical indication “Solingen”, for cutting tools. This is a

case study of "Solingen" cutlery that assesses innovation as a success factor for a geographical indication. The protection of the name Solingen was formally established in statutory law in 1938 ("Solingen Name Protection Act" of 25.07.1938), which recognized the qualified geographical indication of origin status. The protection was indirect, based on repression of unfair competition. With the enactment of the Trademark Act (1994), the Protection Act was replaced by the Solingen Regulation (1994), with the same concept. In relation to non-agricultural products, the Trademark Act establishes a general system of protection of honest trade practices, rather than the appellation system. Outside Germany, the geographical indication is governed by the Paris Convention (1883), Madrid Agreement (1891) and the TRIPS Agreement (1994), in addition to bilateral agreements. The regime of protection of honest trade practices can be used for protection of geographical indications of non-agricultural products in Brazil, through Brazilian Patent Act. Innovation was one of the reasons why Solingen remains a centre of production of cutting instruments, even after several economic cycles, since the Middle Ages.

Keywords: Geographical indication. Indication of origin. Appellation of origin. Non-agricultural product. Cutlery. Solingen. Germany.

INTRODUÇÃO

As indicações geográficas – IGs, no Brasil, passam por um processo de crescente organização. O foco inicial é o desenvolvimento regional, por meio da agregação de valor a produtos e cooperação entre os produtores. A proteção jurídica das indicações geográficas tem um escopo muito mais restrito, a proteção do nome, com objetivo de se evitar o uso indevido. É possível que o direito não possa determinar quais sejam as melhores estratégias de desenvolvimento. Ainda assim, se elas existem, ao sistema jurídico cabe dar a forma que distribua direitos e obrigações de modo a que se viabilizem essas estratégias. Então, o objeto do estudo jurídico se amplia, evidenciando o caráter multidisciplinar da pesquisa das IGs.

Das 41 indicações geográficas reconhecidas, pelo INPI, 33 são brasileiras. Pouco mais da metade delas, 18, dizem respeito a produtos imediatamente identificáveis junto ao público como indicações geográficas, como vinhos, bebidas espirituosas ou produtos agroalimentares, como queijos e café. Certamente existe um componente de qualidade no reconhecimento desses produtos junto ao consumidor. Existe, todavia, algo mais, uma evocação da tradição, uma ligação com a terra. Quatro das demais, entretanto, são produtos

claramente modernos, com processos produtivos dependentes da inovação: os têxteis de algodão naturalmente colorido da Paraíba (PB), os calçados de Franca (SP), o couro acabado do Vale dos Sinos (RS) e os serviços de tecnologia da informação do Porto Digital (PE). Se a relação feita pelo consumidor entre indicação geográfica e produto tradicional é uma meia verdade, ela é, ao menos, inofensiva. Para os produtores, não. Mesmo setores tradicionais, como de produção de vinhos, empregam tecnologia intensivamente e provavelmente não sobreviveriam, não fosse desse modo.

Um exemplo de sucesso e longevidade, em um setor não tradicional, com indicação geográfica, é o de Solingen, na Alemanha. Os produtos de metais fabricados na cidade de Solingen, na Alemanha, remontam o período da Idade Média. Essa cidade se destacou em vários períodos da história, graças à fabricação de espadas, armas, talheres, facas de uso doméstico e militar, lâminas de barbear, etc., confeccionados com materiais de alta qualidade, trabalhadores e artesãos qualificados e um excelente método de produção, em que os produtos se tornaram conhecidos e apreciados no mundo inteiro.

Essa reputação trouxe a necessidade de uma proteção ao nome "Solingen", dando origem a uma indicação geográfica do produto. Sem a proteção dessa origem, os produtos da região de Solingen podem ser confundidos com produtos fabricados em outras regiões da Alemanha e do mundo, ocasionando o mau uso do nome.

Este artigo é um estudo de caso dos instrumentos de corte (artigos de cutelaria) "Solingen", como ferramenta para compreensão da inovação como fator de sucesso de uma indicação geográfica. Far-se-á uma comparação jurídica, de como se compreender como se dá a proteção do nome "Solingen", como marca e como indicação geográfica. No primeiro capítulo, há a descrição dos aspectos históricos e culturais da região onde surgiu a IG "Solingen", e nos dois capítulos subsequentes, a proteção jurídica das indicações geográficas e marcas, em geral, na Alemanha e nos contextos da União Europeia e internacionalmente e como se dá a proteção do nome "Solingen" especificamente. Serão pontuados os aspectos em que houver pontos de contato com a legislação brasileira, em comparação jurídica.

1 ASPECTOS HISTÓRICOS E CULTURAIS DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA

SOLINGEN

Vários centros produtores de instrumentos de corte desenvolveram-se durante a Idade média, na Europa. A facilidade de acesso a energia hidráulica, na região de Solingen, foi o fator inicial de atração de artesãos couteiros (HUEBNER, 2002). O processo tradicional

de produção de ferro exigia que fosse bombeado ar, por meio de foles, para os fornos (*kilns*), para extração do ferro metálico do minério de ferro. O minério fundido nos fornos era então martelado, para remoção de impurezas. Nesses dois processos, a energia hidráulica, a partir de moinhos, é importante. A produção era realizada por artesãos autônomos e o trabalho era especializado e socialmente dividido entre as guildas. A produção de uma faca envolvia um ferreiro, um afiador-polidor e um fazedor de cabos. Os detalhes exatos dos processos utilizados eram estritamente guardados, a fim de evitar que eles fossem copiados em outros lugares.

Ainda nesse período da Idade Média as armas produzidas na região ganharam espaço e fama no mercado pela utilização do “método solingen” aplicado na forma de trabalho, com equipes diferenciadas de artesãos. Os centros europeus produtores de armas mais conhecidos eram Toledo (ESP), Milão e Veneza (ITA) e Solingen (ALE). Apenas este permanece, no entanto, ativo e com renome internacional (SÁNCHEZ *et al.*, 2010). A produção de armas na região de Solingen começou no ano de 1560, pela família Weyersberg WKC (2013). De modo a diferenciar os produtos da época e para fins de prestígio, as armas eram forjadas com uma marca por seus artesãos e fabricantes. A WKC utilizou, nesse período, pela primeira vez, a imagem da “cabeça do rei” estampada nas lâminas de suas espadas e sabres.

O desenvolvimento de rotas de comércio, durante o séc. XV, permitiu que o gusa – produto imediato da redução do minério de ferro pelo coque ou carvão e calcário em alto forno e matéria prima do ferro fundido e do aço – pudesse ser transportado facilmente para centros de comércio e manufatura. O processo produtivo, nesse mesmo século, teve grande avanço, com a utilização, pela primeira vez de altos fornos. As temperaturas atingidas eram mais altas, que permitiram a produção de ferro fundido e um melhor controle da composição da matéria prima e a produção de ferro metálico.

No séc. XVIII, avanços científicos permitiram descrever as relações entre carbono e ferro metálico na estrutura cristalina do aço e as influências de alguns elementos de liga, como o molibdênio. A metalurgia, então, sofreu algumas transformações que proporcionaram melhorias no processo de produção:

A fronteira entre o ferro e o aço foi definida na Revolução Industrial, com a invenção de fornos que permitiam não só corrigir as impurezas do ferro, como adicionar-lhes propriedades como resistência ao desgaste, ao impacto, à corrosão, etc. Por causa dessas propriedades e do seu baixo custo o aço passou a representar cerca de 90% de todos os metais consumidos pela civilização industrial (INSTITUTO AÇO BRASIL, 2013).

Durante essa época da Revolução Industrial a família Weyersberg desempenhou um papel importante na produção e comercialização de espada em Solingen, em que foi adquirida uma máquina de forja da Inglaterra, sendo possível uma expansão das linhas de produção aumentando a capacidade funcional da empresa.

A Revolução Industrial e as Guerras Napoleônicas alteraram profundamente a forma de organização do trabalho. Durante o domínio napoleônico de Solingen (1813-1815), foram revogadas as leis que conferiam privilégios às guildas, o que permitiu a industrialização do processo e a produção em fábricas. A energia a partir do vapor quebrou a velha dependência da energia hidráulica. Em 1852, havia dez moinhos a vapor, na área de Solingen (HUEBNER, 2002). Martelos a vapor tornaram o forjamento das lâminas mais fácil e racional.

Outras empresas de cutelaria começaram a se estabelecer na região como as empresas Wüsthof, no ano de 1814 e Böker no ano de 1830. No ano de 1854, a família Kirschbaum influenciou a indústria metalúrgica na região com suas técnicas, introduzindo a gravação da marca do “capacete do cavaleiro” em suas lâminas. Em 1870 surge mais uma empresa de cutelaria denominada Linder, através de seu fundador Carl Wilhelm Linder, que criou sua oficina em uma pequena aldeia chamada Bech, que hoje faz parte de Solingen. No ano de 1883 as famílias Weyersberg e Kirschbaum se uniram e formaram o complexo industrial que ainda hoje funciona na Região de Solingen sob o nome de WKC.

No início do séc. XX, a produção fabril, em escala, já respondia pelo grosso do mercado de talheres e cutelaria, na área de Solingen, tendo substituído os pequenos produtores autônomos. Ainda assim, muitas empresas pequenas prosperaram fabricando componentes para as demais empresas (HUEBNER, 2002). As exportações da cutelaria de Solingen, em 1900, eram superiores as de Inglaterra, France e EUA, combinados (ROSENKAIMER, 2009). As empresas da região de Solingen haviam expandido seus negócios na América do Norte e América do Sul, como o caso da empresa Böker, com fábricas nos Estados Unidos, México, Chile e Argentina.

Institucionalmente, houve também mudanças importantes. Em 1830, foi aprovado o novo Estatuto da Câmara de Comércio de Elberfeld e Barmen. A câmara passa a administrar a gestão e consultoria política em todos os assuntos relativos à economia do distrito que englobava a cidade de Solingen, tornando-se um modelo para a Prússia e posteriormente para a legislação da Câmara Alemã. Em 1840, foi aprovado o Estatuto da Câmara de Comércio de Solingen e, em 1841, ocorreu a reunião de fundação da Câmara de Comércio de Solingen.

O séc. XX, por sua vez, foi tormentoso e essa indústria em expansão. Na década de 1920, as exportações caíram 80%, em relação aos níveis pré-guerra e várias empresas faliram (ROSENKAIMER, 2009). Ao fim da II Guerra, o parque industrial estava destruído. Ainda assim, a região prosperou novamente, mantendo-se como referência em qualidade de produto e tecnologia de fabricação.

No dia primeiro de abril do ano de 1977 mediante a Resolução das Câmaras de Comercio de Solingen, Remscheid e Wuppertal, as mesmas se unificam e passam a utilizar uma nova denominação: Câmara de Indústria e Comércio de Wuppertal-Solingen-Remscheid (*Industrie- und Handelskammer Wuppertal-Solingen-Remscheid*).

A fabricação de produtos metálicos é responsável por boa parte da industrialização e comércio da região da IHK Wuppertal-Solingen-Remscheid, movimentando 2,6 bilhões de euros, no ano de 2012 (diante de um volume total de negócios, na indústria e no comércio dessa região, de 9,5 bilhões de euros) (IHK, 2013). No ano de 2010 (INSIGHT, 2013), o ramo de produção de instrumentos de corte “Solingen” possuía 56 empresas (26 delas com mais de 20 empregados), e faturamento de 500 milhões de euros. O setor gera um total de 4,5 mil empregos, o que representa entre 5% e 10% da mão-de-obra local.

As cutelarias sediadas na região consolidaram o nome Solingen no mundo inteiro com seus produtos tais como espadas, adagas, facas, tesouras, talheres e outros, que possuem uma qualidade reconhecida junto ao mercado, graças à seleção de materiais e artesãos qualificados.

2 O REGIME ALEMÃO DE PROTEÇÃO DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS

A indicação geográfica “Solingen” é válida apenas na Alemanha. Não há ainda, no âmbito da União Europeia, normatização de indicação geográfica de produtos não-agroalimentares.¹ No exterior, o uso do nome "Solingen" não está especificamente regulado, mas é coberto pela legislação doméstica de tutela da concorrência e de marcas e acordos internacionais das quais é signatária a Alemanha, como a Convenção da União de Paris para a Proteção da Propriedade Industrial – CUP (1883) e revisões, o Acordo de Madrid para a Repressão das Indicações Falsas ou Enganosas de Origem de Mercadorias (1891) e revisões,

¹ Os setores protegidos são bebidas espirituosas (Regulamento CE n. 110/2008, do Parlamento Europeu e do Conselho), produtos vitínicos (Regulamento CE n. 479/2008, do Parlamento Europeu e do Conselho), especialidades tradicionais de produtos agrícolas (Regulamento CE n. 509/2006, do Parlamento Europeu e do Conselho) e gêneros alimentícios e indicações geográficas e denominações de origem dos produtos agrícolas e dos gêneros alimentícios (Regulamento CE n. 510/2006, do Parlamento Europeu e do Conselho).

o Acordo sobre Aspectos Comerciais dos Direitos de Propriedade Intelectual – TRIPS (1994) e acordos bilaterais.

A Alemanha (assim como o Brasil) não é signatária do Acordo de Lisboa para a Proteção das Denominações de Origem e seu Registro Internacional (1958). Segundo Gangjee (2012), a não-adoção do Acordo de Lisboa deu-se parcialmente pelo fato de ele incorporar o *terroir* tão enfaticamente à denominação de origem que potencialmente excluiria diversas importantes indicações alemãs, muitas das quais são produtos artesanais, manufaturados ou baseados em receitas tradicionais (como o Marzipan de Lübeck), o que certamente inclui o caso de “Solingen”.

A proteção básica à indicação geográfica é oferecida por dois tratados internacionais, a Convenção de Paris e o Acordo de Madrid, com fundamento na concorrência desleal. A Convenção de Paris prevê a adoção de medidas *ex officio* de apreensão de produtos que utilizem, direta ou indiretamente, “uma falsa indicação relativa à proveniência do produto ou à identidade do produtor, fabricante ou comerciante” (Art. 9.º e 10). O Acordo de Madrid foi além da CUP, pois combatia, além das indicações geográficas falsas, as enganosas, ou seja, aquelas que, embora verdadeiras, sejam capazes de causar confusão, no consumidor:

Artigo 1.º

(1) Todos os produtos que levem uma indicação falsa ou enganosa, em virtude da qual sejam indicados, direta ou indiretamente, como o país ou como lugar de origem algum dos países aos quais se aplique o presente Acordo, ou um lugar situado em algum deles, serão apreendidos ao serem importados em cada um dos ditos países.

O Acordo de Madrid autoriza, em tese, que um produtor se utilize de termos retificativos ou deslocalizadores associados a uma indicação geográfica reconhecida (como “tipo *Champagne*”, “imitação de *Cognac*” ou “estilo *Parmigiano*”), desde que ressalvasse, de forma visível, a verdadeira origem do produto. O acordo, ainda previu a exclusão do âmbito de proteção de indicações que tenham se tornado genéricas (com exceção dos vinhos) (art. 4.º), ou seja, denominações que perderam seu significado original e servem a designar gêneros de produtos ou serviços ou indicações de suas características, como qualidade, natureza, variedades.

O Acordo de Lisboa para a Proteção das Denominações de Origem e seu Registro Internacional (1958), não adotado por Brasil ou Alemanha, avançou em regulamentação, mas alcançou baixa adesão (27 países, até 2012). Ele estabeleceu, pela primeira vez, um regime jurídico às indicações geográficas – de espécie denominação de origem – que as protegia

diretamente, não somente por meio da proibição da concorrência desleal. Ele estabeleceu um regime de proteção automático às denominações de origem devidamente reconhecidas nos demais países signatários (e registradas igualmente no órgão respectivo da Organização Mundial da Propriedade Intelectual – OMPI) (art. 1.º). Proibiu a adoção de termos retificativos ou deslocalizadores associados a uma indicação geográfica reconhecida (art. 3.º). Também estabeleceu presunção de que uma denominação de origem reconhecida não perderia a proteção, ainda que viesse a tornar-se genérica (art. 6.º). As razões para a baixa adesão, segundo Blakeney (2012), foram a existência de poucos países com regras estabelecidas de denominação de origem – percebe-se que a proteção à indicação geográfica pode dar-se conforme sistema diverso, como o combate à concorrência desleal ou a proteção do consumidor – e o fato de não haver exceções da proteção absoluta das indicações genéricas.

O Acordo TRIPS, no que diz respeito às indicações geográficas, cobre seis tópicos: (i) definição e âmbito de uma indicação geográfica, (ii) padrões mínimos e proteção comum prevista indicações geográficas correspondentes a todos os tipos de produtos, (iii) a inter-relação entre marcas e indicações de origem, (iv) proteção adicional para indicações geográficas para vinhos e bebidas espirituosas, (v) a negociação e a revisão da seção sobre indicações geográficas, e (vi) exceções à proteção das indicações geográficas.

O artigo 22 define as indicações geográficas como

indicações que identifiquem um produto como originário do território de um Membro, ou de uma região ou localidade desse território, onde uma determinada qualidade, reputação ou outra característica do produto, seja essencialmente atribuída à sua origem geográfica.

Essa definição é mais aberta do que o conceito, no Acordo de Lisboa, de denominação de origem e protege indicações geográficas cujos produtos tenham boa reputação, sem possuir uma determinada qualidade ou outra característica específica desse lugar ou *terroir*. Além disso, no âmbito do Acordo TRIPS, uma indicação geográfica deve trazer um referencial geográfico, mas não necessariamente o nome de um lugar. Assim, por exemplo, “Basmati” é tomado como uma indicação para o arroz proveniente do subcontinente indiano, embora não seja um nome de cidade como tal (BLAKELEY, 2012).

O Acordo TRIPS não especifica os meios legais para proteger as indicações geográficas, o que é deixado aos membros para decidirem. A legislação brasileira, nesse particular, mantém a distinção entre a *indicação de procedência* e a *denominação de origem*, sendo a definição do TRIPS próxima da de indicação de procedência (art. 176 e ss., Lei de

Patentes). A distinção é compatível com o Acordo TRIPS, mas o desacordo conceitual pode causar conflitos e diferenciações, mesmo hierarquizações, desnecessárias entre indicações geográficas (FÁVERO, 2010, p. 37).

Na legislação doméstica alemã, as indicações geográficas são consideradas uma forma especial de marca. Nos termos da Lei de Marcas (“*Gesetz über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen, von 25. Oktober 1994*”)² (§ 126), indicações de origem geográfica, na acepção da lei, são os nomes dos lugares, áreas, territórios ou países, bem como outras indicações ou sinais que são utilizados no comércio para identificar a origem geográfica dos produtos ou serviços – excluídos os nomes genéricos, que perderam seu significado original e servem a designar produtos, serviços ou indicações de qualidade, natureza, variedades ou outras características ou propriedades de bens ou serviços. A Lei de Marcas internalizou ao direito doméstico alemão a Diretiva 89/104/CEE do Conselho, de 21 de Dezembro de 1988, que harmoniza as legislações dos Estados-Membros em matéria de marcas.³

A Lei de Marcas faz um compromisso entre as disposições nacionais anteriores, que previam a tutela das práticas honestas de comércio, que continuam constituindo o regime geral, com as normas da União Europeia, que adotam o sistema de denominação de origem, especialmente o Regulamento (CE) n. 510/2006, do Conselho, de 20 de Março de 2006, relativo à proteção das indicações geográficas e denominações de origem dos produtos agrícolas.⁴ O escopo de proteção é previsto no § 127, que igualmente prevê a indicação de origem qualificada, uma proteção especial a indicações geográficas de reputação particular, análoga às marcas de alto renome (vide art. 25, Lei de Patentes brasileira):

(1) As indicações de origem geográfica não podem ser utilizadas no curso de comércio de bens ou serviços que não se originem do lugar, região, território ou país que é designado pela indicação de proveniência geográfica se puderem induzir em erro sobre a origem geográfica desses bens ou serviços de origem diferente.

(2) Se os bens ou serviços assinalados pela indicação da origem geográfica têm propriedades especiais ou uma qualidade especial, a indicação de origem

² Para uma relação compreensiva da legislação atual alemã, em inglês, sobre propriedade intelectual, recomenda-se o sítio da WIPO (<http://www.wipo.int/wipolex/en/profile.jsp?code=DE>).

³ Uma diretiva é um ato legislativo da União Europeia que “vincula o Estado-Membro destinatário quanto ao resultado a alcançar, deixando, no entanto, às instâncias nacionais a competência quanto à forma e aos meios” (art. 288, Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia). São distinguidos de regulamentos diretamente aplicáveis (*self executable*), que não requerem quaisquer medidas de execução.

⁴ O regulamento é um ato legislativo da União Europeia, com caráter geral; “é obrigatório em todos os seus elementos e diretamente aplicável em todos os Estados-Membros” (art. 288, Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia).

geográfica só pode ser utilizada no curso de comércio para os produtos ou serviços correspondentes desta origem se os bens ou serviços têm essas propriedades ou essa qualidade.

(3) Se uma indicação de origem geográfica goza de uma reputação particular, não pode ser utilizado no curso de comércio de bens ou serviços de uma origem diferente, mesmo que não possa induzir em erro quanto à origem geográfica se o uso fornece sem justa causa uma oportunidade para os bens ou serviços de uma origem diferente tirar vantagem injusta, ou ser prejudicial para a reputação da indicação de proveniência geográfica ou seu caráter distintivo.

(4) São igualmente aplicáveis as subseções acima se nomes, indicações ou sinais usados são semelhantes a indicação da origem geográfica protegida ou se a indicação da origem geográfica seja utilizada com adições, na medida em que

1. nos casos previstos no n. (1), apesar do desvio ou as adições, é suscetível de induzir sobre a origem geográfica ou

2. nos casos previstos no n. (3), apesar do desvio ou os acréscimos, ele é adequado para tirar vantagem injusta, ou ser prejudicial para a reputação ou o caráter distintivo da indicação de proveniência geográfica.

Nesse sentido, a lei tem por escopo principal evitar a confusão no comércio, vedando condutas que possam induzir em erro o consumidor. A Alemanha, ao contrário de outros estados-membros da UE, não trata a concorrência desleal por meio de órgãos estatais e base no direito administrativo, mas por ações individuais ou coletivas de competidores e associações, com fundamento na lei civil (vide Lei contra a Concorrência Desleal, de 3 de julho de 2004) (“*Gesetz gegen den unlauteren Wettbewer, von 3. Juli 2004*”) (INSIGHT, 2013a).

3 PROTEÇÃO JURÍDICA DO NOME *SOLINGEN*: INDICAÇÃO GEOGRÁFICA E MARCA COLETIVA

A primeira referência a Solingen, como indicação geográfica, deu-se em 1571, quando o então Duque Wilhelm von Berg deu a ordem para rotular cada lâmina feita em Solingen com as palavras latinas "ME FECIT SOLINGEN" ("Solingen me fez") (IHK, 2008). As primeiras falsificações documentadas ocorreram no século 19 (IHK, 2008), o que motivou, a partir do início do séc. XX, a criação de leis que garantissem proteção da indicação geográfica qualificada *Solingen*. Como a região de Solingen era reconhecida, desde a Idade Média, pela qualidade de seu aço e das ferramentas de corte que produzia, um fabricante de

ferramentas de Solingen somente poderia ser permitido utilizar o nome “Solingen”, se seus produtos tivessem a mesma qualidade dos produtos que trouxeram trânsito e reconhecimento a Solingen. De outra forma, haveria abuso de qualidade, na rotulação (ROSENTHAL apud KICKLER, 2012). Não se trata de uso indevido de indicação de procedência, mas do uso indevido de um designador de qualidade, o que pode configurar prática comercial desleal.

O termo *Solingen* para ferramentas de corte foi então legalmente protegido na “Lei para a Proteção do Nome *Solingen*” (“*Gesetz zum Schutz des Namens Solingen*”), de 25 de julho de 1938. A lei previa que:

§ 1.º. Com o nome "Solingen", termo correspondente ou referido de qualquer forma a Solingen, somente podem ser designados os instrumentos de corte que:

I. sejam manufaturados em todas as fases-chaves de produção e acabados na área industrial de Solingen e

II. sejam adequados, em termos de matéria-prima e processo de fabricação, a satisfazer seu propósito específico.

§ 2.º. Aplica-se o § 1.º igualmente à designação de instrumentos de corte em embalagens, envelopes, anúncios, listas de preços, cartas comerciais, recomendações, notas fiscais e afins.

Assim, não era suficiente que os instrumentos de corte marcados com o nome "Solingen" procedessem da cidade de Solingen. Deveriam também atender a certos requisitos de qualidade, expressa pelas fórmulas “satisfazer seu propósito específico” e “adequados, em termos de matéria-prima e processo de fabricação”. Matthiolius (apud KICKLER, 2012, p. 395), a propósito da “Lei para a Proteção do Nome *Solingen*”, comentou que o “satisfazer seu propósito específico” não era algo subjetivamente determinado, segundo a perspectiva do fabricante ou do consumidor quanto à qualidade ou ainda em comparação com produtos semelhantes da mesma faixa de preço, mas analisado objetivamente, ou seja, se uma navalha cumpre seu propósito ao fazer a barba ou se o cortador cumpre seu propósito ao cortar um charuto. Assim, a proteção do nome “Solingen”, ao estabelecer um critério técnico objetivo de qualidade, diferia-se da proteção a outras indicações geográficas.⁵

Segundo a literatura anterior, a proteção de uma indicação geográfica dependia da avaliação subjetiva quanto a uma qualidade particular das mercadorias. A França, nessa

⁵ Segundo KICKLER (2012, p. 395-396), não há como saber se a lei tinha o propósito afirmado por Matthiolius, pois não há outra literatura sobre o tema e os anais do Parlamento não registram os debates, por ocasião da promulgação da lei.

época, experimentava um processo de especificação formal das qualidades do produto e de seu processo de fabricação, em razão de sua experiência com o vinho (*Appellation d'Origine Contrôlée - AOC*).⁶ A Alemanha, por outro lado, ainda tratava da questão sob o enfoque da concorrência desleal, na qual a proteção apoiava-se sobre normas de comércio e percepção do consumidor, quanto ao sinal distintivo em questão. Esse sistema protege adequadamente os sinais geográficos sem preocupar-se com os aspectos técnicos e regulatórios do sistema AOC. Reconhecimento e proteção eram relacionados ao conteúdo comunicativo do signo. Em um processo judicial, pesquisas seriam realizadas junto ao público relevante para estimar se o signo causava confusão ou era equívoco, em vez do procedimento de registro engendrado para identificar características específicas do produto (GANGJEE, 2012).

Com a promulgação da Lei de Marcas, em 1994, a “Lei de Proteção...” foi revogada e, em seu lugar, foi editado o “Regulamento para a Proteção do Nome *Solingen* (Regulamento *Solingen*)” (“*Verordnung zum Schutz des Namens Solingen – Solingenverordnung*”), em vigor a partir de 1.º de janeiro de 1995.

O regulamento editado, nos termos do § 137 da Lei de Marcas, prescreve que a portaria de regulamentação preverá (a) a área de origem, por referência aos limites políticos ou geográficos, (b) a qualidade ou outras propriedades e os fatores relevantes, como determinado método ou forma de fabrico ou produção de bens ou a prestação de serviços ou características de qualidade das matérias-primas utilizadas, tais como a sua origem, e (c) o modo de utilização da indicação geográfica. As práticas comerciais honestas existentes, hábitos e costumes devem ser considerados no uso da indicação geográfica.

O regulamento *Solingen* repete, em boa medida, as disposições da “Lei de Proteção...”; na parte relativa à definição, repete literalmente as disposições dos incisos I e II, do § 1.º, da Lei de Proteção. O nome “*Solingen*” pode ser usado comercialmente apenas para instrumentos de corte que satisfaçam dois requisitos cumulativos. O primeiro, de ordem geográfica, terem sido manufaturados e acabados, em todas as fases-chave da produção, dentro da área industrial de *Solingen* (que inclui a cidade de *Solingen* e a área localizada no distrito de *Mettmann Haan*). O segundo requisito, que diz respeito à funcionalidade e à qualidade dos produtos, terem sido fabricados, em termos de suas matérias-primas e de processo de fabricação, adequados para seu propósito específico.

⁶ Vide *Loi du 6 mai 1919 relative à la protection des Appellations d'Origine* (revogada). A proteção das indicações geográficas está, na atualidade, contida no *Code de la propriété intellectuelle*, como parte do direito de marcas.

O conceito de instrumentos de corte, segundo o regulamento, inclui: (a) tesouras, facas e lâminas de todos os tipos, (b) instrumentos de corte de todos os tipos e suas partes, (c) artigos auxiliares de cozinha, tais como espátulas, pinças e rolos para confeitaria, tesouras e artigos para trincar, (d) utensílios de mesa, como cortadores de charutos, abre-cartas, quebra-nozes, saca-rolhas e ferramentas de cozinha e de corte, tais como abridores de lata e amoladores, (e) navalhas, lâminas de barbear e aparelhos de barba, (f) aparadores de cabelo e máquinas de barbear, (g) equipamentos de manicuro e pedicuro, como lixas de unha, alicates de unha e cutícula, cortadores de unha e pinças, e (h) armas brancas de todos os tipos.

O Regulamento Solingen não prevê orientações concretas quanto à definição das “fases-chave da produção” ou parâmetros que definam os padrões de qualidade exigidos. Como resultado, a Câmara de Indústria e Comércio para a área de Wuppertal-Solingen-Remscheid (*Industrie- und Handelskammer Wuppertal-Solingen-Remscheid – IHK*) elaborou, em 2005, um regulamento de uso, que traz os “requisitos mínimos para o uso do nome Solingen”, então aplicados pelos fabricantes da indústria de instrumentos de corte da região de Solingen (IHK, 2005b). Ainda que não seja um regulamento de uso da indicação geográfica, o regulamento da marca aproxima, em certa medida, a indicação Solingen ao sistema AOC, uma vez que focado diretamente no produto, não no reconhecimento do mercado (não-confusão); este viria apenas indiretamente, pela manutenção dos padrões de produção.

Não se trata propriamente de um regulamento de uso da indicação geográfica, mas da utilização da marca coletiva “Solingen”. O nome “Solingen” é também registrado como marca coletiva na União Europeia – UE, desde 3 de fevereiro de 2005 (Reg. n° 002 988 285), de propriedade da IHK Wuppertal-Solingen-Remscheid. A criação da marca coletiva foi adotada como estratégia para proteção do nome “Solingen” em mercados fora da Alemanha, que eventualmente não reconheçam a indicação geográfica. Nesse sentido, constitui-se um mecanismo suplementar de proteção. Para consolidar a posição jurídica da marca “Solingen” da IHK Wuppertal-Solingen-Remscheid tem marcas registradas, coletivas e marcas de certificação em mais de 40 países do mundo, por exemplo, na União Europeia, EUA, China, Rússia e Canadá (IHK, 2008).

O regulamento de uso traz especificações técnicas quanto a processos de fabricação, montagem e acabamento, bem como das matérias primas, especialmente o aço, com composição química e dureza, fazendo referência às normas técnicas aplicáveis.⁷ Não traz,

⁷ Para o regulamento de uso, em inglês, vide sítio da IHK Wuppertal-Solingen-Remscheid: http://www.wuppertal.ihk24.de/linkableblob/895886/5./data/Regulations_for_the_Use-data.pdf.

todavia, a relação de produtos incluídos na categoria *instrumentos de corte*, tal como faz o Regulamento Solingen. Os âmbitos normativos da proteção de indicação geográfica e marca coletiva são diversos, mas a finalidade de proteção subsidiária da indicação geográfica, por meio da marca coletiva, autoriza a conclusão de que as categorias protegidas são as mesmas. Não foram encontrados precedentes, sobre a questão.

Assim, no caso de “Solingen”, produtores de instrumentos de corte que não se submetam às normas da indicação geográfica ou da marca coletiva não devem, por exemplo, conforme a IHK (2008): (a) marcar os bens com "Solingen", (b) aplicar etiquetas ou rótulos com o nome, (c) se referir a Solingen na embalagem, (d) incluir certificados implicando as mercadorias foram fabricadas em Solingen, (e) se referir ao nome de Solingen em folhetos ou catálogos ou (f) se referir a Solingen como a origem das mercadorias em publicidade. Se um número de produtos é reunido em um conjunto (por exemplo, de talheres), mas apenas alguns deles são “Solingen”, o fornecedor deve evitar criar a impressão de que todo o conjunto foi fabricado em Solingen. Expressões como “*designed in Solingen*” também são proibidas para designar produtos não fabricados em Solingen. A razão é que o consumidor é suscetível a ser confundido tanto pela menção a "Solingen" quanto pelo significado do termo *designed*.⁸

A Câmara de Indústria e Comércio é uma entidade de empresas, sob regime jurídico de direito público⁹ e supervisão do Ministério da Economia. A adesão à Câmara, por parte das empresas, é compulsória. Ela é financiada pelos próprios membros, por meio de contribuição obrigatória, nos termos da Lei das Câmaras de Indústria e Comércio (1956) (*Gesetz zur vorläufigen Regelung des Rechts der Industrie- und Handelskammern – IHKG, von 18. Dezember 1956* ou *IHK-Gesetz*).¹⁰ Está entre as suas prerrogativas legais promover medidas contra a competição desleal e promover a econômica de negócios na sua área territorial. Não há uma organização própria de produtores de instrumentos de corte e o registro financiado por um fundo criado pelas indústrias de instrumentos de corte da região de Solingen (EU-KOLLEKTIVMARKE..., 2005). A IHK Wuppertal-Solingen-Remscheid dispende cerca de 50 mil euros anuais para a proteção da marca “Solingen”, incluindo taxas de registro e ações judiciais contra uso indevido e contrafação (INSIGHT *et al.*, 2013a).

⁸ Não foram encontrados precedentes no Tribunal de Justiça da União Europeia, no Escritório Europeu de Patentes, no Tribunal Federal de Justiça (*Bundesgerichtshof*) (a partir de 01.01.2000) ou no Tribunal Administrativo Federal (*Bundesverwaltungsgericht*) (a partir de 01.02.2002), que refiram a denominação “Solingen”.

⁹ A IHK é uma entidade autárquica, de gestão autônoma, com diretoria eleita por seus membros. Nesse sentido, aproxima-se mais de uma entidade paraestatal, como as do Sistema-S, do que das autarquias clássicas.

¹⁰ Para a lei, em alemão, vide <http://www.gesetze-im-internet.de/ihkg/BJNR009200956.html>.

O sistema alemão difere ligeiramente do brasileiro, no que tange à obrigatoriedade da filiação à Câmara de Indústria e Comércio. A filiação de empresas, a sindicatos e associações, no Brasil, é livre. Há, todavia, a obrigatoriedade do pagamento do imposto sindical ao sindicato patronal (art. 578 e 579, CLT), com exceção das micro e pequenas empresas optantes do Simples, isentas (art. 13, § 3.º, LC n. 123/06). A cobrança de contribuições compulsórias pode ser uma alternativa à baixa taxa de associativismo, para o levantamento dos recursos necessários à proteção da indicação geográfica. Como hipótese, entretanto, os melhores resultados são obtidos por meio da adesão voluntária. A baixa mobilização pode por em risco o esforço coletivo ou favorecer um comportamento oportunista. De qualquer modo, a solução compulsória dependerá do tamanho das empresas envolvidas, em razão da isenção prevista na Lei do Simples.

O nome "Solingen" também goza de proteção em acordos bilaterais com a França (1960/08/03), Itália (1963/07/23), Grécia (1964/04/16), Suíça (1967/3/7) e Espanha (1970/09/11).¹¹ Os acordos bilaterais, além da proteção ao nome, incluem a vedação ao uso de termos retificadores ou deslocalizadores (INSIGHT *et. al.*, 2013b, p. 471).

A IHK Wuppertal-Solingen-Remscheid pediu, no Brasil, o depósito do pedido de registro da indicação geográfica "Solingen", na modalidade indicação de procedência, em 2002. Ele foi arquivado, em 2007, pela não apresentação de resposta às exigências formuladas pelo INPI, mas está em fase de revisão.¹² Não há registro de marca coletiva "Solingen", no Brasil, mas o INPI registra dois pedidos de registro, por empresas brasileiras: (a) Etilux Ind. e Com. Ltda., de 30.09.1994, número 818053496; e (b) Multisabres Ind. e Com. De Peças Ltda. ME, de 09.09.2007, número 900490314. O primeiro foi indeferido, com fundamento em falsa indicação (art. 66, Lei n. 5.772/71); o segundo, arquivado a pedido do requerente.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A indicação geográfica de produtos manufaturados evidencia as limitações do conceito de *terroir*, como fator de distinção de um produto. O fato de a Alemanha manter como regime geral de proteção de indicações geográficas o sistema de tutela das práticas comerciais honestas (repressão à concorrência desleal), mesmo no caso das indicações

¹¹ Para maiores informações, em alemão, sobre os tratados bilaterais, vide sitio do Ministério das Finanças alemão (http://www.zoll.de/DE/Fachthemen/Verbote-Beschaenkungen/Gewerblicher-Rechtsschutz/Geografische-Herkunftsangaben/Schutzrechte/Bilaterale-Abkommen-und-Vertraege/bilaterale-abkommen-und-vertraege_node.html).

¹² Vide <http://revistas.inpi.gov.br/pdf/PATENTES1912.pdf>.

geográficas qualificadas, sugere que a ênfase em regulamentos técnicos, para garantia de qualidade, pode não ser a melhor estratégia de regulação, especialmente considerados os custos e a eventual disparidade no poder econômico dos produtores locais, que podem ter interesses divergentes, no aspecto técnico. O estabelecimento de um regulamento técnico com limites muito estreitos pode tirar do mercado uma parcela considerável de pequenos produtores, com efeito predatório. A limitação do sistema adotado na Alemanha, por outro lado, está em produtos originados de regiões pouco conhecidas ou estrangeiras, os quais permitem a identificação menos precisa quanto à sua reputação e à existência de confusão ou indução em erro. Nessas situações, o regime AOC parece ser mais seguro.

A experiência de Solingen pode ser útil, na medida em que o Brasil possui centros manufatureiros importantes. Além dos casos já citados, de indicações geográficas já reconhecidas, pode-se citar os cristais de Blumenau como produtos de renome, identificáveis junto aos consumidores, por sua qualidade e pela qualidade de sua mão-de-obra de manufatura. A experiência brasileira, com indicações geográficas, ainda é pequena e alguns caminhos ainda estão sendo testados. Parece certo, por outro lado, que a inovação constante foi um dos fatores que levaram Solingen a manter uma manufatura reconhecida, mesmo quando os fatores iniciais de fomento da atividade (a energia hidráulica e proximidade dos centros extrativos de minério) já perderam relevância, com o desenvolvimento tecnológico, e após diversos ciclos econômicos. Na Europa, é caso único, uma vez que outros produtores tradicionais, ao longo da história, como Toledo (ESP) ou Sheffield (ING) perderam posição de destaque.

5 REFERÊNCIAS

BLAKENEY, Michael. Geographical Indication and TRIPS. In: BLAKENEY, Michael; COULET, Thierry; MENGISTIE, Getachew; MAHOP, Marcelin Tonye. **Extending the Protection of Geographical Indications: Case Studies of Agricultural Products in Africa**. New York : Earthscan from Ruthledge, 2012. p. 7-34. Disponível em: <http://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID2179302_code1897310.pdf?abstractid=2177435&mirid=1>. Acesso em: 14 jun. 2013.

BORDA, Ana Lúcia de Sousa. **A evolução legislativa e jurisprudencial das indicações geográficas no Brasil: uma análise crítica**. 2010. 96 f. Monografia (Especialização em Direito da Propriedade Intelectual) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro. 2010.

BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Diário Oficial da União, Brasília, 15 maio 1996. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19279.htm>. Acesso em: 12 jun. 2013.

CHIAVERINI, Vicente. **Aços e ferros fundidos**. 6 ed. São Paulo : ABM, 1988.

COMPANY history: Böker Manufaktur Solingen. Disponível em:
<<http://www.boker.de/en/unternehmensgeschichte.html>>. Acesso em: 14 jun. 2013.

EU-KOLLEKTIVMARKE “Solingen”. [2005]. Disponível em:
<http://www.wuppertal.ihk24.de/recht_und_steuern/schutz_solingen/895874/EU_Marke_Solingen.html>. Acesso em: 13 jun. 2013.

FÁVERO, Klenize Chagas. **As indicações geográficas como instrumento de proteção jurídica internacional do conhecimento tradicional**: harmonizando propostas de OMC, ONU e OMPI. 2010. 107 f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2010.

GANGJEE, Dev. **Relocating the Law of Geographical Indications**. New York : Cambridge University Press, 2012.

HUEBNER, Mary Louise. **The History of Cutlery**. [S. l. : s. n.], 2002. Disponível em:
<http://www.canadacutlery.com/product/facts_about_history1.pdf> . Acesso em: 28 jun. 2013.

INDUSTRIE- und Handelskammer Wuppertal-Solingen-Remscheid – IHK. **Protection of the brand Solingen: guideline against trademark piracy and misuse of the famous name**. [S. l. : s. n.], [2008]. Disponível em:
<http://www.wuppertal.ihk24.de/linkableblob/895882/.7./data/Solingen_Broschuere_Englisch-data.pdf;jsessionid=62897CCF8D511BEADD54169E2C000529.rep12>. Acesso em: 12 jun. 2013.

_____. **Regulations of the Chamber of Industry and Commerce Wuppertal-Solingen-Remscheid for the Use of the Community Collective Mark "Solingen" of 30 November 2005**. [S. l. : s. n.], [2005b]. Disponível em:
<http://www.wuppertal.ihk24.de/linkableblob/895886/.5./data/Regulations_for_the_Use-data.pdf>. Acesso em: 14 jun. 2013.

_____. **Wirtschaftsdaten aus dem Bezirk der Industrie- und Handelskammer Wuppertal-Solingen-Remscheid**. [S. l. : s. n.], 2013. Disponível em:
<http://www.wuppertal.ihk24.de/linkableblob/2365920/.5./data/Wirtschaftsdaten_2012-data.pdf>. Acesso em 15 jun. 2013.

INFORMATION Katana WCK Collection. Disponível em: <<http://www.wkc-sports.com/history.html>>. Acesso em: 14 jun. 2013.

INSIGHT Consulting; REDD; ORIGIN. **Study on geographical indications protection for non-agricultural products in the internal market**: Final report – 18 February 2013. [S. l. : s. n.], [2013a]. Relatório apresentado à Comissão Europeia, para avaliação da viabilidade da proteção de indicações geográficas de produtos não-agrícolas. Disponível em:
<http://ec.europa.eu/internal_market/indprop/docs/geo-indications/130322_geo-indications-non-agri-study_en.pdf>. Acesso em: 13 jun. 2013.

_____; _____. **National legal frameworks available for the protection of non-agricultural GI products.** [S. l. : s. n.], [2013b]. Anexo ao Relatório apresentado à Comissão Europeia, para avaliação da viabilidade da proteção de indicações geográficas de produtos não-agrícolas. Disponível em: <http://ec.europa.eu/internal_market/indprop/docs/geo-indications/130322_geo-indications-non-agri-study-annexes_en.pdf>. Acesso em: 11 jun. 2013.

KICKLER, Hilke. **Die Geschichte des Schutzes Geographischer Herkunftsangaben in Deutschland:** Vom Zweiten Deutschen Kaiserreich Bis Zum Markengesetz 1995. Tübingen : Mohr Siebeck, 2012. Disponível em: <http://books.google.com.br/books?id=t3nydH6kEcAC&dq=Die+Geschichte+des+Schutzes+Geographischer+Herkunftsangaben+in+Deutschland&hl=pt-BR&source=gbs_navlinks_s>. Acesso em 12 jun. 2013.

LINDER Solingen: about us. Disponível em: <<http://www.linder.de/en/aboutus>>. Acesso em: 15 jun. 2013.

LOCATELLI, Liliana. Indicações geográficas e desenvolvimento econômico. In: BARRAL, Welber; PIMENTEL, Luiz Otávio. **Propriedade intelectual e desenvolvimento.** Florianópolis : Fundação Boiteux, 2007. p. 233-254.

_____. **O reconhecimento e a proteção jurídica das indicações geográficas como instrumento de desenvolvimento econômico no Brasil.** 2006. 284 f. Tese (Doutorado em Direito) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.

O AÇO: processo siderúrgico. Disponível em: <<http://www.acobrasil.org.br/site/portugues/aco/processo--introducao.asp>>. Acesso em: 15 jun. 2013.

ROSENKAIMER, Siegfried. History of the Solingen cutlery industry. In: Blade's Guide to Knives & Their Values. Iola : Krause Publications, 2009. Disponível em: <<http://books.google.com.br/books?id=E6NZd17WtWoC&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>>. Acesso em 28 jun. 2013.

SÁNCHEZ, Laura García; LAFARGA, Alberto Azor; MARTIN, A. Javier Criado; PORTAL, Antonio J. Criado; DIETZ, Christian Dietz. A contribution to the understanding of Solingen steel in the 19th.century. **Prakt. Metallogr.**, München, v. 47, n. 6, p. 342-353, jun. 2010. Disponível em: <http://academia.edu/319632/A_contribution_to_the_understanding_of_Solingen_steel_in_the_19th.century> . Acesso em: 28 jun. 2013.

SIMON, Lori E. **Appellations of Origin:** The Continuing Controversy, 5 Nw. J. Int'l L. & Bus. 132 (1983-1984). Disponível em: <<http://scholarlycommons.law.northwestern.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1136&context=njiib>>. Acesso em: 15 jun. 2013.

TABELLARISCHE Übersicht: Geschichte der Industrie- und Handelskammer (IHK) Wuppertal-Solingen-Remscheid. Disponível em: <http://www.wuppertal.ihk24.de/servicemarken/wir_ueber_uns/geschichte/905900/geschichte.html>. Acesso em 14 jun. 2013.

WÜSTHOF: The company. Disponível em: <http://www.wusthof.ca/desktopdefault.aspx/tabid-60/52_view-196/categories-196/country-bra/wlang-2>. Acesso em: 14 jun. 2013.

* Procurador Federal, especialista em direito público (UnB), estudante do curso de mestrado em direito (PPGD-UFSC). Email juliano.rossi@agu.gov.br.

** Tenente-Coronel da Polícia Militar de Santa Catarina, Chefe do Setor de Pesquisa do Centro de Ensino da Polícia Militar de Santa Catarina, estudante do curso de mestrado em direito (PPGD-UFSC). Email zieglerfilho@gmail.com.