



Consultor Jurídico

OPINIÃO

## Marca 'Champagne': risco silencioso de generalizar indicações geográficas

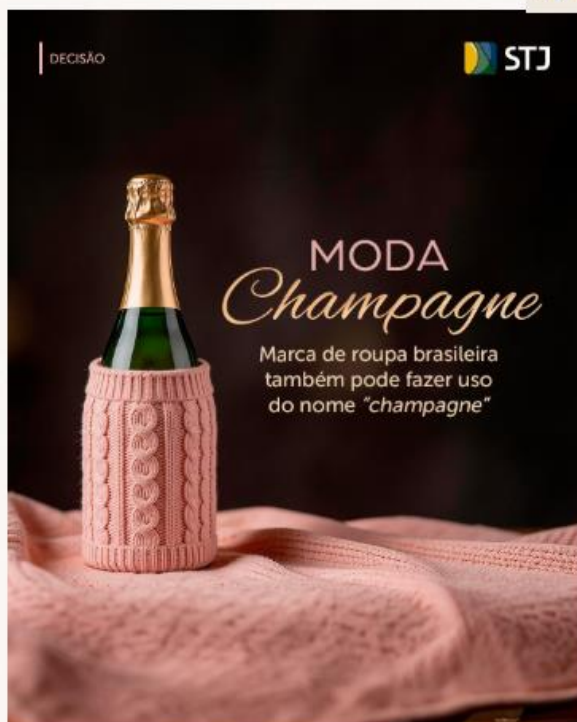
■ [Claudia Zeraik](#)

11 de maio de 2026, 19h19

Civil

Propriedade Intelectual

As indicações geográficas (IGs) ocupam posição singular no sistema de propriedade intelectual, pois associam signos distintivos a fatores naturais, humanos e reputacionais vinculados a um território específico. Diferentemente das marcas, cuja função primordial é distinguir produtos ou serviços segundo a origem empresarial, as IGs exercem papel coletivo, cultural e econômico, garantindo ao consumidor a autenticidade da origem e da qualidade de determinados bens.



STJ

Nesse contexto, o conflito entre marcas e indicações geográficas suscita problemas jurídicos complexos, sobretudo quando se invoca o princípio da especialidade como critério de solução. A decisão do Superior Tribunal de Justiça no caso *Champagne* reacendeu esse debate ao afastar a tese de proteção absoluta da denominação de origem e admitir sua convivência com marca registrada em ramo mercadológico diverso, desde

que inexistente risco de confusão ao consumidor.

A recente decisão do STJ no caso envolvendo a denominação de origem “Champagne” trouxe novamente ao centro do debate um tema sensível do direito da propriedade industrial: os limites da proteção das indicações geográficas frente à lógica do princípio da especialidade em matéria de marcas.

No julgamento do REsp 2.246.423/RJ, o STJ afastou a tese de proteção absoluta da denominação de origem “Champagne” e admitiu a convivência do termo com marca registrada no setor de vestuário. Para a Corte, inexistindo risco concreto de confusão ou indução em erro do consumidor, a diferença entre os ramos de atividade seria suficiente para legitimar o uso.

O raciocínio é coerente dentro da dogmática clássica do Direito Marcário. O ponto crítico surge quando essa lógica é aplicada às indicações geográficas sem as devidas cautelas.

## **Marcas e indicações geográficas não são institutos equivalentes**

A marca identifica a origem empresarial de um produto e é fruto de criação privada. A indicação geográfica, por sua vez, protege um nome geográfico associado a qualidades, reputação e saber-fazer coletivos, vinculados a um território específico. Sua função vai além de evitar confusão concorrencial: ela preserva a integridade de um ativo coletivo e territorial.

Ao submeter a IG, ainda que implicitamente, ao princípio da especialidade, corre-se o risco de reduzir sua proteção a um critério puramente funcional. Esse movimento pode parecer inofensivo no caso concreto, mas produz efeitos sistêmicos relevantes.

O principal deles é a generalização da indicação geográfica. Quando o nome geográfico protegido passa a ser utilizado de forma reiterada em marcas para produtos ou serviços alheios ao seu contexto original, sua força distintiva se enfraquece. O vínculo entre produto e território se dilui, e o signo passa a operar como expressão genérica ou meramente evocativa.



Esse processo é gradual e silencioso. Não depende de confusão imediata do consumidor, mas do acúmulo de usos desviados que favorecem o aproveitamento parasitário da reputação construída pelos produtores legítimos da IG. No médio prazo, compromete-se a função informativa da indicação geográfica e, no longo prazo, esvazia-se o próprio instituto.

A doutrina especializada tem sustentado, de forma consistente, que o princípio da especialidade não se presta a resolver conflitos entre marcas e indicações geográficas, pois desconsidera diferenças fundamentais entre os dois institutos, especialmente quanto à natureza do sinal, à titularidade e às funções jurídicas desempenhadas

A orientação adotada pelo STJ também contrasta com a tendência do Direito Internacional contemporâneo. Instrumentos como o Ato de Genebra do Acordo de Lisboa e o Acordo Mercosul–União Europeia caminham no sentido de uma proteção reforçada das indicações geográficas, que não se limita ao risco de confusão, mas alcança também a evocação, a diluição e o uso indevido da reputação da IG, ainda que para produtos distintos.

Nesse cenário, a jurisprudência brasileira, ao insistir na centralidade do critério da confusão, pode revelar-se dissonante em relação às obrigações internacionais futuras assumidas pelo Brasil. Com a internalização plena do acordo Mercosul-EU, decisões como a do caso *Champagne* poderão ser revistas ou tensionadas.

## **Decisão no caso *Champagne* não encerra o debate, mas lança um alerta**

Tratar a indicação geográfica como marca sujeita à lógica do princípio da especialidade pode comprometer sua função estratégica como instrumento de valorização econômica, cultural e territorial. A questão que se impõe é se o sistema brasileiro pretende proteger as IGs apenas no curto prazo ou preservá-las como ativos coletivos cuja força depende, justamente, de sua unicidade, especialmente à luz dos compromissos internacionais assumidos acerca do tema.

### **Claudia Zeraik**

é advogada e sócia do escritório Montauray Pimenta, Machado & Vieira de Mello.