



## Papa Francisco chega a Moçambique as 18h30 com mensagens de Paz, Reconciliação e Esperança

**Maputo (O Autarca)** – O Papa Francisco inicia esta quarta-feira (04Set19) a histórica visita a Moçambique. É a segunda visita papal a Moçambique, depois da primeira realizada em 1988 pelo Papa João Paulo II.

Segundo apurou O Autarca de fonte da Sala de Imprensa da Santa Sé, em Vaticano, o Papa Francisco já partiu (hoje) do Aeroporto Internacional de Fiumicino e deverá desembarcar no Aeroporto Internacional de Maputo (capital moçambicana) no final desta tarde, estando previsto logo a sua chegada um encontro de cortesia com o Presidente da República, Filipe Nyusi.



**Frase:** **A reconciliação nos deixa mais leves, pois para ela acontecer precisamos primeiro jogar todo orgulho fora!■**

Todos os pormenores à volta da realização da histórica visita do Pa-

### CÂMBIOS/ EXCHANGE – 04/09/2019

Moeda	País	Compra	Venda
EUR	UE	67.13	68.45
USD	EUA	60.95	62.15
ZAR	RSA	4.1	4.18

**FONTE: BANCO DE MOÇAMBIQUE**



**Empresa Moçambicana de Dragagens – Empresa Pública**  
 por uma navegabilidade segura



Visaqua - Gestão de Infra-estruturas e Serviços Ambientais, S.A.



**UM GRUPO COM ENERGIA MOÇAMBIicana**

**Continuado da Pág.01**

pa Francisco a Moçambique já foram acautelados, que incluem medidas de segurança que impõem determinadas restrições a circulação na grande cidade de Maputo onde o Santo Padre irá permanecer até sexta-feira próxima (06 et19), dia que deixará o país com destino a Antananarivo, capital do Madagáscar.

O programa da Viagem Apostólica do Papa Francisco a Moçambique, divulgado recentemente pela Sala de Imprensa da Santa Sé, indica que amanhã, quinta-feira (05Set19), o Papa fará uma visita de cortesia ao Presidente da República, Filipe Nyusi, no Palácio da Ponta Vermelha, onde vai, igualmente, encontrar-se com membros do governo, a sociedade civil e o corpo diplomático, num encontro em que o Sumo Pontífice irá proferir seu primeiro discurso.

Ainda amanhã, segundo dia sua visita, o líder da igreja Católica estará no Pavilhão do Maxaquene, para um encontro inter-religioso em que vai falar aos jovens. Depois de um almoço na Nunciatura Apostólica, o Papa desloca á Catedral da Imaculada Conceição onde estarão bispos, sacerdotes, religiosos, consagrados e seminaristas, catequistas e animadores, para os quais fará o terceiro e último discurso do dia.

Já na próxima sexta-feira (06 Set19), último dia da visita a Moçambique, o Papa Francisco irá visitar o Hospital de Zimpeto e depois deslocar-se á ao Estádio Nacional do Zimpeto para a Santa Missa que marcará o encerramento da visita ao país e logo a seguir deixa Maputo para o próximo



**Pormenore do momento de embarque, na manhã desta quarta-feira, do Papa Francisco no avião da companhia de bandeira italiana rumo a Maputo, capital de Moçambique, dando início à sua 31ª viagem apostólica, que o levará também a Madagáscar e Maurícias. Segundo site Vatican News, são cerca de 10h30 de voo para percorrer 7.836 quilômetros até Maputo onde deverá desembarcar as 18h30 locais. O avião papal sobrevoará, além da Itália, mais oito países: Grécia, Egito, Sudão, Sudão do Sul, Uganda, Tanzânia, Malauí e Zâmbia**

destino nessa sua digressão em África, que é Antananarivo, capital madagascarcar.

A visita do Papa Francisco não obstante circuncrever-se apenas a cidade de Maputo, está a ser celebrada em todo o país.

Na cidade da Beira, a Igreja Católica programou a instalação de telas gigantes nas paróquias da urbe para permitir que os fiéis acompanhem a visita do Papa.

Cidadãos na cidade da Beira que comentaram ao O Autarca a visita do Papa Francisco a Moçambique foram unânimes em considerar que se trata, sem dúvidas, de uma ocasião especial para o país e acreditam que a mesma estará focada ao reforço do processo em curso de construção da PAZ efectiva e definitiva em Moçambique.

A visita do Sumo Pontífice a Moçambique decorrerá sob o lema “Esperança, Paz e Reconciliação” e coincide menos de um mês que o país e o mundo testemunharam a assinatura do Acordo de Paz Definitiva, rubricado em Maputo entre o Governo e a Renamo, para pôr fim a um conflito que se arrasta desde a 42 anos.

O primeiro Acordo Geral de Paz (AGP) assinado entre o Governo e a Renamo para estancar um conflito armado que em 16 anos consecutivos desde 1977 penalizou bastante Moçambique, foi rubricado em Outubro de 1992, em Roma, sob a mediação da Igreja Católica. A assinatura do também apelidado Acordo de Roma aconteceu quatro anos após a primeira visita papal a Moçambique, concretizada pelo Papa João Paulo II. ■ (Érica Chabane)



**Nossos serviços:**  
- Consultoria Ambiental  
- Planeamento Físico  
- Auditoria Ambiental  
- Consultoria em Minas  
- Consultoria em água e saneamento

**Magutsa's Global View.**

**JOSÉ ZECA, MSc**

**CONSULTOR**

**BEIRA  
SOFALA**

Rua Comandante Gaivão N°160 PONTA-GEA  
Tel: +258 825782820 , +258 845782820  
Email: [zezeca07@gmail.com](mailto:zezeca07@gmail.com), [zezeca07@yahoo.com.br](mailto:zezeca07@yahoo.com.br)



**Our services:**  
- Environmental consulting  
- Physical planning  
- Environmental audit  
- Mining consulting  
- Water and sanity consulting

**Magutsa's Global View.**

**JOSÉ ZECA, MSc**

**CONSULTOR**

**BEIRA  
SOFALA**

Comandante Gaivão Road, N°160 P4NTA-GEA  
Tel: +258 825782820 , +258 845782820  
Email: [zezeca07@gmail.com](mailto:zezeca07@gmail.com), [zezeca07@yahoo.com.br](mailto:zezeca07@yahoo.com.br)

## FALANDO DE MARCAS

Por: Salomão Viagem  
Prof. Doutor (UEM)  
([sviagem@svevigny.com](mailto:sviagem@svevigny.com))



# A Marca Olfativa no novo Código da Propriedade Industrial de Moçambique - II

## 1. O CASO PARTICULAR DA MARCA OLFACTIVA: DISCUTÍVEL CAPACIDADE DISTINTIVA E O PROBLEMA DA REPRESENTAÇÃO GRÁFICA

A marca olfativa<sup>4</sup> é uma das mais importantes “novas marcas” ou “marcas não tradicionais ou ainda visualmente não perceptíveis”, a avaliar pelo nível de debate que se trava na doutrina e jurisprudência em torno da sua aceitação como marca.

É através do olfato, segundo alguns autores, o mais forte de todos os órgãos sensoriais humanos que se percebe este tipo de sinal; “*Se a vista nos pode enganar e nos dar a ilusão da excelência, o nariz raramente nos trai*”<sup>5</sup>

O olfato humano é (apesar do respeito que nutrimos pela ideia de ser o mais apurado em termos de sensibilidade) um órgão sensorial subjetivo, na medida em que um cheiro pode não ser percebido da mesma maneira por todas as pessoas, o que faz com que, de certo modo, seja arriscado afirmar que o olfato humano é o mais apurado, pois se assim fosse, não seria necessário o uso, pela polícia, dos chamados “cães farejadores” para localizar pessoas e/ou coisas.

Embora os aromas<sup>6</sup> possam ser registados como marca desde que lhes confirmam distintividade, não existe nenhuma obrigação legal, a nível internacional de prever a possibilidade de registo de marcas olfativas, cabendo às legislações nacionais a sua consagração; esta é a posição oficial da OMPI quanto às marcas olfativas<sup>7</sup>.

Existem vários ordenamentos jurídicos que, expressamente, afastam do registo os sinais não visualmente perceptíveis. São os casos do México, de acordo com o artigo 88º da Lei da Propriedade Industrial, República Popular da China, artigo 8º da Lei de Marcas, Brasil, artigo 122º da Lei de Marcas<sup>8</sup>.

Pelo contrário, outras jurisdições, explicitamente, admitem os sinais olfativos, ou “*sensory signs*” como resulta do artigo 6º da Lei de Marcas da Austrália e da alínea e) do parágrafo 2.52 das “Regras de Execução” da Lei de Marcas dos EUA<sup>9</sup>.

Finalmente, noutras jurisdições, não há, face aos sinais olfativos, nem recusa nem admissibilidade expressa, uma vez que as legislações, em matéria de marcas, as definem de uma forma ampla como “sinais suscetíveis de representação gráfica e aptos a distinguir os produtos que assinalam dos demais com outra origem empresarial”. É, no conjunto dessas jurisdições, que se encontram a maior parte dos países<sup>10</sup>.

De referir que a nível da CE, encontram-se registadas duas marcas olfativas num dos Estados-membros, e uma no OHMI (O odor de erva recentemente cortada)<sup>11</sup>. O Reino Unido é o único Estado-membro da UE onde se encontram registadas marcas olfativas “*o odor de rosas*”<sup>12</sup> e “*o odor de cerveja*”<sup>13</sup>.

A marca olfativa surge da necessidade de atingir formas mais sofisticadas de atrair a clientela, partindo do princípio de que: “*...lo que huele bien se vende mejor*”<sup>14</sup> num mercado cada vez mais globalizado e competitivo, onde a exposição visual dos produtos ou serviços já não é em si suficiente para fazer a diferença. Pensou-se que tudo já estava no mercado e com a qualidade desejada à primeira vista; entretanto, como se poderia ir adiante na corrida concorrencial, era a questão que preocupava a sociedade de *Marketing*, fazendo com que propusesse aos comerciantes a criação de novas marcas que atingissem todos os sentidos. Foi desta maneira despontada a marca olfativa. Este pressuposto é salientado por SERGIO BALAÑA nos seguintes termos: “Las últimas tendencias en técnicas de mercadotecnia vienen, desde hace tiempo, explorando los horizontes que se abren frente a las posibilidades brindadas por estí-

**Moz Clipping**  
Notícias do seu interesse

Serviços de Assessoria de Imprensa

☎ Cel. +258 84 64 32 680  
📍 Rua.066, Bairro do Fomento, Cidade da Matola  
📘 [mozclipping](https://www.facebook.com/mozclipping)  
✉ [mozclipping@gmail.com](mailto:mozclipping@gmail.com)  
📍 Maputo - Moçambique

mulos que no se perciben visualmente: aromas, sonidos, gustos y signos táctiles irrumpen de esta forma en el escenario del mercado<sup>15</sup>”.

Apesar de se notar um crescente estudo doutrinário sobre a marca olfativa, não há unanimidade entre os autores que sobre ela se têm debruçado. As posições jurisprudenciais mais relevantes na história da marca dos EUA e Europa que iremos de seguida apresentar, mostram um grande ceticismo sobre a registabilidade das marcas olfativas. Com efeito, no que concerne a consagração legal deste tipo de sinal, assiste-se o silêncio na maior parte dos diplomas legais atinentes a marca nos diversos países. ■

<sup>4</sup> No tratamento deste tema, entre outros usaremos fundamentalmente os seguintes autores: RUI SOLDANA DA CRUZ, *A Marca Olfactiva*, Almedina, 2008; MARIA MIGUEL CARVALHO, “Novas” marcas e marcas não tradicionais: *Objecto*; in *Direito Industrial*, vol. VI, Faculdade de Direito de Lisboa, APDI-Associação Portuguesa de Direito Industrial, Coimbra, Almedina, 2009, pp. 217 e ss; ERIC GIPPINI FOURNIER, *Las Marcas Olfativas en Los Estados Unidos*, *Actas de Derecho Industrial*, Tomo XIV, 1991-92, Marcial Pons, Madrid, pp. 157 e ss; e SÉRGIO BALANA, *El Entorno Digital, Segunda Oportunidad Para La Marca Olfativa? Estudio Acerca de la Capacidad del Signo Olfativo para Funcionar como Marca en el Mercado*, *Actas de Derecho Industrial y Derecho de Autor*, Tomo XXVI, 2005-2006, Marcial Pons, Madrid, pp. 19 e ss.

<sup>5</sup> V. SOLNADO DA CRUZ, *A Marca...ob. cit.*, p. 61, cita BRUNO DAUCÉ, *Coment Gérer les Senteurs d'Ambiance*, in *Le Marketing Sensoriel du Point de Vente*, Coordonné par Sophie Rieunier, Dunod, 2006, p. 93.

<sup>6</sup> A mais tradicional representação gráfica de aromas consiste numa metodologia de “avaliação sensorial” assente em listas de pelo menos oito, entre 1756-1964, conforme RUI SOLNADO DA CRUZ, *A Marca Olfactiva, ob. cit.*, p. 77, nota 212 “A primeira lista, proposta em 1756 por LINNAEUS, é composta por 7 classes de odores (aromáticos, fragrâncias, ambrosíacos, aliáceos, hircinos, repulsivos e nauseabundos); a segunda lista, proposta em 1895 por ZWAARDEMAKER é composta por 30 subclasses (frutados, cerosos, etéreos, cânfora, cravo-da-índia, canela, anís, menta, tomilho, rosas, limão, amêndoa, jassin, rebentos de laranja, lírios, violetas, baunilha, âmbar, almíscar, alho francês, cheiro a peixe, bromo, queimado, cheiro a fenol” caprioc”, urina de gato, narcóticos, “bed bug”, a carne putrefacta e a fezes); a terceira lista, de HENNING data de 1915, classifica os aromas em seis classes (especiarias, frutados, florais, a queimado, resinosos e desagradáveis); em 1927, a CROKER AND HENDERSON apresenta uma lista composta por 4 classes (fragrância, queimado, apimentado e ácido); em 1952, AMOORE apresenta uma classificação assente em 7 classes (Etéreo, cânfora, menta, floral, almíscar, putrefacção e os não olfativos, designados por pungentes); SCHULTZ em 1964 reuniu 9 classes (etéreos, apimentados, fragrâncias, doces, queimado, sulfurosos, a gordura, a ranço e metálicos); WRIGT AND MICHAELS, no mesmo ano, apresentam uma classificação em 8 classes (“hexyl-acetate”, especiarias, benzenaftol, citrino, afectivo resinoso, desagradável, considerando ainda os não olfativos -“trigeminal” (relativo ao nervo trifacial); finalmente,

ainda em 1964, HARPER AND CO-WORKERS propõe a classificação mais extensa de todas, que divide os aromas em 44 classes (frutosa, a sabão, etéreo, cânfora, aromático,, especiarias, menta, citrinos, amêndoas, floral, fragrância, baunilha, animais, almíscar, alho, amoníaco, queimado, ácido fenético, adocicado, repulsivo, fecal, resinoso, putrido sulfuroso, ácido, gordura, rançoso, metálico, carne, mofo, erva, sangue, vegetais cozinhados e não olfativos –pungente e mais cinco), cita DOBRETT LYONS, *Sounds, Smells and Signs*, EIPR, 1994, p. 16, 540.

<sup>7</sup> Cfr. RUI SOLNADO DA CRUZ, *A Marca Olfativa, ob. cit.*, p. 93, que na nota 258 indica que esta posição da OMPI, é extensiva as marcas sonoras e pode ser encontrada em [http://www.wipo.int/sme/fr/faq/tm\\_faqs\\_q7.html](http://www.wipo.int/sme/fr/faq/tm_faqs_q7.html).

<sup>8</sup> *Idem.*, p. 93.

<sup>9</sup> *Idem.*, p. 94.

<sup>10</sup> V. RUI SOLNADO DA CRUZ, *A Marca Olfativa, ob. cit.*, p. 94.

<sup>11</sup> *Idem.*, p. 109 ss.

<sup>12</sup> Aplicado aos pneus Dunlop (Marca n. 20014 graficamente representada pela descrição “the mark is a floral fragrance/smell reminiscent of rose as applied to tyres”; a marca foi concedida em 1996 à Japan`s Sumitomo Rubber Co que posteriormente a transmitiu à Dunlop Tyres, v. RUI SOLNADO DA CRUZ, *A Marca Olfativa, ob. cit.*, p. 104, nota 304.

<sup>13</sup> Aplicado a dardos (Marca n. 2000234 graficamente representada pela descrição “the mark comprises the strong smell of bitter beer applied to flights for darts”, concedida em 1996 à Unicorn Products, v. RUI SOLNADO DA CRUZ, *A Marca Olfativa, ob. cit.*, p. 104, nota 305.

<sup>14</sup> V. ERIC GIPPINI FOURNIER, *Las Marcas...ob. cit.*, p. 157.

<sup>15</sup> V. SERGIO BALANA, *El Entorno Digital...ob. cit.*, p. 21. ■

## INAM prevê bom tempo durante a visita do Papa Francisco

**Beira (O Autarca)** – O INAM – Instituto Nacional de Meteorologia prevê bom tempo durante os dias em que o Papa Francisco estará em Moçambique, cuja visita inicia princípio desta noite até sexta-feira próxima.

A previsão meteorológica do INAM, válida especialmente para a cidade de Maputo, tem efeitos a partir da tarde de hoje,

da da chegada do Papa Francisco, até sábado próximo, um dia depois da partida do Sumo Pontífice.

Nestes dias, o INAM prevê a ocorrência de tempo predominantemente fresco com céu pouco nublado e ventos moderados de sueste a sudoeste com rajadas entre 10 até 50 kms/h. Na sexta-feira, dia da realização da Santa Missa, prevê-se chuvas fracas, sinónimo de bênção a histórica visita. ■ (Érica Chabane)

### Vista da Cidade da Beira



Capital do Centro e das Pescas de Moçambique



Primeiro jornal electrónico editado na cidade da Beira

Propriedade: AGENCIL – Agência de Comunicação e Imagem Limitada  
Sede: Rua do Aeroporto – Desvio 2141 – Casa 711 – Beira  
E-mail: oautarca@teledata.mz; oautarca@gmail.com  
Editor

Chaban

O Autarca: Preencha este cupão de inscrição e devolva-o através do fax 23301714, E-mail: oautarcabeira@yahoo.com.br ou em mão SIM, desejo assinar O Autarca por E-mail ( ), ou entrega por estafeta no endereço desejado ( )

Entidade..... Tel..... Fax..... E-mail.....  
Morada.....

Individual ( ) Institucional ( ) ...../ 2013

Assinaturas mensais MZM – Ordinária: 14.175,00 \* Institucional: 18.900,00