



Grupo eumed.net / Universidad de Málaga y
Red Académica Iberoamericana Local-Global
Indexada en IN-Recs (95 de 136), en LATINDEX (33 DE 36), reconocida por el DICE, incorporada a la
base de datos bibliográfica ISOC, en RePec, resumida en DIALNET y encuadrada en el Grupo C de la
Clasificación Integrada de Revistas Científicas de España.
Vol 12. N° 34
Junio 2019
www.eumed.net/rev/delos/34/index.html

EVOLUÇÃO DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS NO BRASIL: desafios para agricultura familiar.

Adriana Carvalho Pinto Vieira ¹
dricpvieira@gmail.com

Ana Elisa Bressan Smith Lourenzani ²
ana.lourenzani@unesp.br

Brasil

CONTENIDO

Resumo	2
Abstract	2
Resumen	3
1. Introdução	4
2. As indicações geográficas no Brasil	5
2.1 Indicação Geográfica como valor agregado	7
3. Discussão dos resultados	9
4. Considerações finais	14
5. Referências	14

¹ PPGAD/UNESP/TUPÃ

² PPGAD/UNESP/TUPÃ

RESUMO

As indicações geográficas (IGs) surgiram a partir do momento em que produtores e consumidores percebem sabores diferenciados e/ou qualidades em produtos de determinados locais e não são encontradas estas características em outros produtos de outras regiões. A lei brasileira não define o que é uma IG, mas estabelece suas espécies: a) Indicação de Procedência (IP) e a Denominação de Origem (DO). O trabalho tem por objetivo apresentar a evolução das indicações geográficas brasileiras e os desafios para o desenvolvimento da agricultura familiar. A análise é qualitativa e descritiva e, quanto aos meios de investigação, classifica-se como bibliográfica, a partir de fontes secundárias. A partir do estudo constata-se que a maior parte dos registros de IGs são solicitadas no setor agropecuário, o que pode-se inferir que a IG se constitui em uma opção concreta para uma nova etapa de desenvolvimento do agronegócio brasileiro, uma vez que poderá agregar valor e gerar riqueza para os produtores, principalmente aos pequenos, criando produtos típicos e tradicionais, com qualidade diferenciada, valorizada nos dias atuais pelos consumidores modernos.

Palavras-chave: 1. Valor agregado 2. Agricultura familiar 3. Indicação Geográfica 4. Desenvolvimento.

EVOLUTION OF GEOGRAPHICAL INDICATIONS IN BRAZIL: challenges for family farming

ABSTRACT

Geographical indications (GIs) have emerged from the moment farmers and consumers perceived different flavors and/or quality attributes in products from certain locations that are not found in other products from other regions. Brazilian law does not define what is a GI, but establishes its species: a) Indication of Origin (IP) and Denomination of Origin (DO). The objective of this work is to present the evolution of Brazilian geographical indications and the challenges for the development of family farming. The analysis is qualitative and descriptive and, as far as the means of investigation, it is classified as bibliographical, from secondary sources. From the study, it can be concluded that most of the GI records are requested in the agricultural sector, which can be inferred that the GI constitutes a concrete option for a new stage of development of Brazilian agribusiness, since can add value and generate wealth for producers, especially small ones, creating typical and traditional products with differentiated quality, valued today by modern consumers.

Keywords: 1. Value aggregation. 2. Family farming. 3. Geographical Indication. 4. Development.

EVOLUCIÓN DE LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS EN BRASIL: desafíos para la agricultura familiar.

RESUMEN

Las indicaciones geográficas (IGs) surgieron a partir del momento en que productores y consumidores perciben sabores diferenciados y / o calidades en productos de determinados locales y no se encuentran estas características en otros productos de otras regiones. La ley brasileña no define lo que es un IG, pero establece sus especies: a) Indicación de Procedencia (IP) y la Denominación de Origen (DO). El trabajo tiene por objetivo presentar la evolución de las indicaciones geográficas brasileñas y los desafíos para el desarrollo de la agricultura familiar. El análisis es cualitativo y descriptivo y, en cuanto a los medios de investigación, se clasifica como bibliográfica, a partir de fuentes secundarias. A partir del estudio se constata que la mayor parte de los registros de IGs son solicitados en el sector agropecuario, lo que puede inferirse que la IG se constituye en una opción concreta para una nueva etapa de desarrollo del agronegocio brasileño, una vez que se puede agregar valor y generar riqueza para los productores, principalmente a los pequeños, creando productos típicos y tradicionales, con calidad diferenciada, valorada en los días actuales por los consumidores modernos.

Palabras clave: 1. Valor agregado 2. Agricultura familiar 3. Indicación geográfica 4. Desarrollo.

Código JEL: Q10, R11, R30, R38.

1. INTRODUÇÃO

As indicações geográficas (IGs) surgiram a partir do momento em que produtores e consumidores percebem sabores diferenciados e/ou qualidades em produtos de determinados locais e não são encontradas estas características em outros produtos de outras regiões. Assim, novos nichos de mercados foram surgindo, adquirindo estratégias de valorização do produto (VIEIRA; BUAINAIN, 2011; VIEIRA; PELLIN, 2014). Para Cerdan (2013), as IGs surgiram quando produtores e consumidores passaram a reconhecer que um determinado produto se distinguia dos demais, dada a sua ligação inerente às condições climáticas, culturais e o saber-fazer local.

No mundo globalizado em que há a massificação dos produtos, tem surgido uma vertente contrária de preferência a produtos diferenciados, oriundos de processos socioambientalmente orientados, saudáveis, incorporando novos sabores e traduzindo em novos atributos intangíveis, como história, cultura e tradições (MASCARENHAS, WILKINSON, 2016). Estes atributos estão especificados pela indicação geográfica (IG) o qual, apesar de ser um instituto jurídico de propriedade intelectual, reconhecido na Europa há muito tempo, no Brasil ele teve uma evolução do regime de proteção a partir dos acordos internacionais, internalizados ou não, anteriores à era Organização Mundial do Comercio (OMC), dos quais o país já possuía mecanismos de proteção (BRUCH; COPETTI, 2010).

O tema tem despertado interesse de diversas cadeias produtivas, instituições de fomento, pesquisa e extensão na busca por conhecimento sobre o papel das IGs e dos reconhecimentos das regiões notoriamente reconhecidas, conforme apontam Bruch et al (2017). Diversos exemplos europeus de indicações geográficas conhecidas podem ser mencionados: Champagne (França), Bordeaux (França), Presunto Parma e Queijo Grana Padano (Itália), entre outros.

Desta forma, conforme apontam Bruch e Kretschmann (2014), quando um determinado produto, reconhecido a partir do registro de uma IG p.e., é reconhecido e valorizado pelo consumidor, este poderá ter um valor agregado que o diferencie no mercado. Isto se dá em razão da confiança que o consumidor passa a ter no produto. Ele pode se traduzir em um preço mais elevado ou em uma demanda constante (e não sazonal). No entanto, para os fornecedores concorrentes isso pode gerar o desejo, de ter um produto igual, produzindo similares e tentar usufruir dos signos distintivos já conhecidos e que não é o original (CERDAN; BRUCH; SILVIA, 2010). Desta forma, pode se inferir que o objetivo de se ter uma IG, pode ser além do acesso a mercados, ela pode proporcionar o desenvolvimento local, valorizando os territórios, proporcionando maior renda para a agricultura familiar que possui forte vinculação com o local de origem.

Buscando conhecer a dinâmica das IGs no Brasil, o presente trabalho tem por objetivo apresentar a evolução das indicações geográficas brasileiras e os desafios para melhor desenvolvimento da agricultura familiar. A análise do presente artigo é caracterizada como qualitativa e descritiva e quanto aos meios de investigação classifica-se como bibliográfica. A pesquisa bibliográfica foi realizada como meio de investigação em fontes secundárias (os registros de indicações geográficas no Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI).

O artigo está estruturado em 3 seções. A primeira é esta introdução. A segunda apresenta o conceito e a valorização dos produtos a partir do reconhecimento das indicações geográficas. A terceira seção apresenta os dados de evolução das indicações geográficas brasileiras e, por fim, são tecidas as considerações finais.

2. AS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS NO BRASIL

Distinguir a origem (geográfica ou pessoal) de um produto, foi o objetivo da criação dos signos distintivos. Alguns acordos bilaterais foram formulados para proteger as indicações geográficas, já que estas eram bastante frágeis. Em 1883, os países produtores, especialmente de vinho, para proteger os direitos de propriedade intelectual organizaram um tratado internacional, e não somente os de indicações geográficas. Cria-se a Convenção União de Paris para a proteção da propriedade industrial (CUP). O tratado tinha como objetivo inicial coibir a falsa indicação de procedência (BRUCH, 2013).

Posteriormente, em 1981, para obter uma proteção mais consistente contra o uso da falsa indicação de procedência foi proposto um tratado adicional, a partir do Acordo de Madri, que tinha por objetivo a repressão das falsas indicações de procedência (Acordo de Madri). Somente em 1958, novo avanço ocorreu em termos de regulação de IG, o qual foi firmado o Acordo de Lisboa relativo à proteção das denominações de origem (Acordo de Lisboa) (BRUCH, 2013).

Com a criação da Organização Mundial do Comércio (OMC), em 1994, houve a discussão da propriedade intelectual e, conseqüentemente, das indicações geográficas, foi aprovado o Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual relacionados ao Comércio (TRIPS).

Para colocar em prática a adesão aos acordos internacionais no que se refere à propriedade intelectual, o Brasil internaliza as normas e promulga em 1996 a nova Lei de Propriedade Industrial (Lei nº 9279, LPI) e, nos artigos 176 a 183, regulamenta as indicações geográficas no país (BRASIL, 1996), conforme demonstrado no Quadro 1. Este instituto é principalmente utilizado para fomentar o comércio, informando o consumidor a procedência. Seu emprego é frequentemente sinônimo de certa qualidade, que corresponde à procura pelo consumidor e podem ser utilizadas para produtos industriais ou agrícolas e para serviços.

Quadro 1 - Internalização do TRIPS no Brasil.

	Acordo TRIPS	Lei nº. 9.279/1996	
Gênero	Indicação Geográfica	Indicação Geográfica	
Espécie	--	Indicação de Procedência	Denominação de Origem
Nome a ser protegido	Qualquer indicação	Nome geográfico	Nome geográfico
Abrangência	Produto	Produto ou serviço	Produto ou serviço
Origem	Território de um Membro, ou região, ou localidade do território	País, cidade, região ou localidade de seu território	País, cidade, região ou localidade de seu território
Fundamento	Qualidade ou reputação, ou outra característica	Tenha se tornado conhecido (reputação)	Qualidade ou característica
Produção ou origem da matéria-prima	Atribuída essencialmente à sua origem geográfica	Centro de extração, produção ou fabricação do produto ou de prestação do serviço	Atribuída exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos.

Fonte: BRUCH, 2013

A LPI diz respeito às obrigações que estão relacionadas com a propriedade industrial. Seu conteúdo define que a proteção à propriedade intelectual no Brasil é realizada por meio da concessão de patentes de invenção e de modelo de utilidade, concessão de registro de desenhos industriais, concessão de registros de marcas, repressão às indicações geográficas fraudulentas e repressão à concorrência desleal (BRASIL, 1996).

A lei brasileira não define o que é uma IG, mas estabelece suas espécies: a) Indicação de Procedência (IP) e a Denominação de Origem (DO). De acordo com a lei (BRASIL, 1996) – A IP é caracterizada por ser o nome geográfico conhecido pela produção, extração ou fabricação de determinado produto, ou pela prestação de dado serviço, de forma a possibilitar a agregação de valor quando indicada a sua origem, independentemente de outras características. Ela protegerá a relação entre o produto ou serviço e sua reputação, em razão de sua origem geográfica específica, condição esta que deverá ser, indispensavelmente, preexistente ao pedido do registro (VIEIRA; PELLIN, 2014).

A DO, segundo a norma cuida do nome geográfico "que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos". Em suma, a origem geográfica deve afetar o resultado final do produto ou a prestação do serviço, de forma identificável e mensurável, o que será objeto de prova quando formulado um pedido de registro enquadrado nesta espécie junto ao INPI. Assim, a DO pertencente a uma região, garantindo um direito de propriedade intelectual que pode ser utilizado por aqueles que naquela área explorem um ramo de produção característico daquela região. Tem por função designar um produto ou uma mercadoria originária, cuja qualidade e características são devidas exclusiva e essencialmente ao meio geográfico, incluindo os fatores humanos (VIEIRA; PELLIN, 2014).

Portanto, de acordo com Vieira e Pellin (2014), as IGs podem permitir benefícios econômicos, tais como: agregação de valor ao produto, aumento da renda do produtor, acesso a novos mercados internos e externos, inserção dos produtores ou regiões desfavorecidas, preservação da biodiversidade e recursos genéticos locais e a preservação do meio ambiente. Entretanto, ela por si só não garante o sucesso comercial determinado (VIEIRA; WATANABE; BRUCH, 2012).

Desta forma, quando uma IG é reconhecida, infere-se que poderá induzir a abertura e o fortalecimento de atividades e de serviços complementares, relacionados à valorização do patrimônio, à diversificação da oferta, às atividades turísticas (acolhida de turistas, rota turística, organização de eventos culturais e gastronômicos), ampliando o número de pessoas que podem ser beneficiadas na localidade. Assim cria-se sinergia entre agentes locais, entre o produto ou serviço da IG e outras atividades de produção ou serviço. A utilização do registro de IG como meio de proteger o ativo dos produtores é estratégico para o Brasil, tendo em vista que há uma grande extensão territorial e que tem potencial para elaboração de produtos com identidade própria, que

possam entrar para nichos de mercados cada vez mais exigentes em termos de produtos com maior qualidade.

2.1 Indicação Geográfica como valor agregado

A circulação acelerada das mercadorias requer novas formas de regulação entre os diferentes países. Desta forma, a economia se baseia em forte abertura de mercados, com destaque para a definição de regras em nível internacional de natureza pública. Globalizada, esta nova economia é ao mesmo tempo liberal e regulada. As convenções e tratados internacionais, a maioria com pelo menos alguns instrumentos de enforcement, cobrem praticamente todos os aspectos da vida social (BUAINAIN; VIEIRA, 2010; BRUCH, 2013; VIEIRA; BUAINAIN; BRUCH, 2015).

Neste contexto, as regras são ao mesmo tempo uma exigência e uma possibilidade de vantagem competitiva. É e será cada vez mais necessário atendê-las como condição para ser um participante ativo. Mas os países e empresas inovadoras, que logrem se antecipar às exigências, podem conquistar vantagens nos mercados e assegurar um melhor posicionamento para enfrentar a concorrência (BUAINAIN; VIEIRA, 2010).

Para o agronegócio, foi estabelecido em contexto institucional - regras e normas de comércio; exigência dos consumidores; alta tecnologia; políticas gerais e setoriais ao longo das últimas décadas, - de forma que condicionam substancialmente a dinâmica produtiva e tecnológica das cadeias produtivas (BUAINAIN; VIEIRA, 2010). Como indica o documento Perspectivas Agrícolas 2010-2019 (FAO, 2011) a demanda é crescente e as perspectivas de médio e longo prazo são favoráveis; de outro a concorrência é cada vez mais acirrada e sustentar a competitividade exige investimentos contínuos e o atendimento a um conjunto de regras formais e informais (nova economia institucional) (BUAINAIN; VIEIRA, 2010).

Desta forma, novos nichos de mercado adquiriram valorização do produto, como é o caso das indicações geográficas. A partir do momento que produtores e consumidores passaram a perceber sabores ou qualidades peculiares em alguns produtos que provinham de determinados locais, surge as IGs de forma gradativa. Essas características não eram encontradas em produtos equivalentes feitos em outro local. Passa-se a denominar produtos que tem diferencial - com o nome geográfico de sua procedência (FÁVERO et al., 2010).

Inseridas no movimento global de segmentação de mercados, nota-se que as IGs valorizam os recursos territoriais. Cerdan et al. (2014) exemplificam com destaque a União Europeia (França, Itália e Espanha, juntas têm mais de cinco mil registros de produtos - 4.200 para vinhos e destilados e 812 para outros produtos). A França possui 9466 para vinhos e destilados e 127 para outros produtos, representando um valor acima de 19 bilhões de euros em comércio (16 bilhões para vinhos e destilados e 3 bilhões para outros produtos) apoiando 138 mil propriedades agrícolas.

Nierdele (2013) aponta que o registro da IG é um importante instrumento de estratégia para a indução do desenvolvimento territorial rural, por estimular os atores locais e promover "processos de qualificação". Estes "processos de qualificação" decorrem das normas que foram estabelecidas

pelo Conselho Regulador (CR) das IGs para que o produto possa receber o "selo" que caracteriza que o produto passou por normas e análises estipuladas no Caderno de Uso/Caderno de Normas/Manual de Uso.

Vieira, Buainain e Bruch (2015, p.221) apresentam que:

A proteção proporcionada pelo registro de indicação geográfica permite aos territórios abrangidos um melhor aproveitamento de seu potencial produtivo, com desenvolvimento de produtos com identidade própria e para ocupar espaços em mercados cada vez mais exigentes em termos de oferta de produtos de qualidade e singularidade. Porém, não basta que determinada região se torne apenas conhecida pelo produto diferenciado que produz. É preciso ir além. É preciso criar um sistema de proteção que valorize o perfil dos produtos e o vínculo entre esses produtos e as condições regionais, que incentive a indústria e o mercado local, propiciando a criação de empregos e geração de renda.

Ainda, segundo Nierdele (2013) estes fatos ocorrem por ensejar a revalorização de tradições, costumes, o saber fazer e outros bens imateriais associados a uma identidade territorial e à origem geográfica específica, além de novas práticas para agregação de valor e acesso a novos mercados.

Apontamentos sobre abordagem das perspectivas das IGs após a concessão do registro, apresentam três vantagens (PELLIN; VIEIRA, 2016): (i) o aumento na produção de produtos não atrelados diretamente à IG, mas que acabam sendo beneficiados; (ii) o reconhecimento pelo consumidor da relação entre produto e território; e (iii) a inserção de inovações nos produtos reconhecidos. Em relação à primeira vantagem, a pesquisa confirma a capacidade das IGs de estimular atividades complementares na região demarcada que, muitas vezes, não têm relação direta com o produto reconhecido, no entanto são beneficiadas. É o que Pecqueur (2001, p. 45) classifica como "cesta de bens e serviços do território". O consumidor, ao se interessar em adquirir produtos com IG, pode se interessar também em consumir outros produtos e serviços provenientes daquela região demarcada e, assim, estimular a produção e oferta de outros bens (PELLIN; VIEIRA, 2016).

No mesmo sentido, Flores (2006) cita que o reconhecimento de Indicação Geográfica, seja IP ou DO, é uma potencial estratégia de desenvolvimento de uma cesta de bens do território, valorizando um conjunto de produtos locais, sejam econômicos, sociais e ambientais. Corroboram esse mesmo pensamento Vieira e Pellin (2015), observando que na maioria dos casos as Indicações de Procedência e as Denominações de Origem podem induzir o desenvolvimento de outros segmentos que não tenham relação direta com o produto.

A segunda vantagem aponta o reconhecimento pelo consumidor de questões relacionadas além das qualidades intrínsecas ao produto, estimuladas pela IG, ao relacionar produto com o território. O produto da IG possui qualidades vinculadas ao meio geográfico e componentes da identidade territorial que o diferencia de outros produtos similares (PELLIN; VIEIRA, 2016).

Nos produtos de IG são identificados critérios subjetivos do meio geográfico e da identidade e cultura local. Essas características são determinantes à nova dinâmica de consumo e do mercado, em que são oferecidos, além de um produto, memórias de experiências vividas em dado tempo ou espaço, estando presentes os ativos territoriais e a identidade cultural (GASPAR, 2015).

Por fim, a terceira vantagem apontada sugere uma relação com o sistema de produção. A partir do momento em que as regras para produção são transcritas no Regulamento de Uso/Caderno de Uso/Manual de Uso, a tendência é que sejam estabelecidos controles internos e externos, como também incorporadas inovações, sejam tecnológicas na linha de produção quanto nos processos de gerenciamento (organizacionais) e de posicionamento de mercado, com marketing e divulgação. A contribuição do processo coletivo e a democratização dos processos de decisão conjugam na melhoria do processo produtivo sem alterar a tipicidade do produto e também refletem na possibilidade de redução de custos operacionais (GASPAR, 2015).

Ainda de acordo com a pesquisa realizada por Pellin e Vieira (2016), em relação às contribuições das IGs para o desenvolvimento territorial, destacaram-se três vantagens: (i) o aumento no fluxo de turistas; (ii) o aumento das vendas dos produtos; e, apontadas com o mesmo percentual; (iii) o aumento no número de estabelecimentos na região da IG e valorização das terras e propriedades na região demarcada. Todas as vantagens se relacionam com a dimensão econômica.

Para Faleiros et al. (2017) as maiores preocupações nas regiões delimitadas com IG são a busca de informações sobre os fatores que influenciam aspectos produtivos e comerciais da organização e os procedimentos relacionados à colheita.

Portanto, as IGs apresentam características de uma determinada região, o qual distingue um produto ou serviço de seus semelhantes ou afins, provenientes dos fatores humanos e naturais. Ainda, pode ser pensada como uma ferramenta de ocupação harmoniosa do espaço cultural, produtivo, aliando a valorização de um produto típico e seus aspectos históricos e culturais, à conservação da biodiversidade e o desenvolvimento rural (MAPA, 2018; VIEIRA, WATANABE; BRUCH, 2012).

3. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O tema sobre indicações geográficas tem despertado interesse de diversas cadeias produtivas e instituições de fomento, pesquisa e extensão na busca por conhecimento sobre o papel das IGs e dos reconhecimentos das regiões notoriamente reconhecidas, conforme apontam Bruch et al (2017). Consequentemente, o número de indicações geográficas oficialmente reconhecidas vem aumentando, tendo em vista que em setembro de 2018 estão registradas no INPI – 49 indicações de procedência e 19 denominações de origem (11 nacionais e 8 estrangeiras) em diversas cadeias produtivas e uma de serviço (INPI, 2018), como pode ser observado no Quadro 2 abaixo. São produtos nacionais que possuem um significativo vínculo com seu meio geográfico, podendo ser reconhecido pelo consumidor por meio deste signo distintivo ((BRUCH, 2013)

Quadro 2: Indicações Geográficas registras no INPI (setembro 2018).

	Produto	Nome Geográfico	IP/DO	Estado	Concessão
VINHOS	Vinhos: tinto, branco e espumante.	Vale dos Vinhedos	IP	RS	2002
	Vinhos tintos, brancos e espumantes	Pinto Bandeira	IP	RS	2010
	Vinho e Espumantes de Uva Goethe	Vales da Uva Goethe	IP	SC	2012
	Vinhos e espumantes	Altos Montes	IP	RS	2012
	Vinhos e espumantes	Monte Belo	IP	RS	2013
	Vinho, Espumante; Vinho Frisante Moscatel; Vinho Brandy de Vinho	Farroupilha	IP	RS	2015
	Vinhos	Região dos Vinhos Verdes	DO / EST	PT	1999
	Destilado vínico ou aguardente de vinho	Cognac	DO / EST	FR	2000
	Vinhos, vinhos espumantes e bebidas alcoólicas	Franciacorta	DO / EST	IT	2003
	Vinho generoso (vinho licoroso)	Porto	DO / EST	PT	2012
	Vinhos	Napa Valley	DO / EST		2012
	Vinho e espumantes	Vale dos Vinhedos	DO	RS	2012
CACHAÇA	Vinhos espumantes	Champagne	DO / EST		2012
	Produção de Aguardentes, dos tipos, cachaça e aguardente composta azulada	Paraty	IP	RJ	2007
	Aguardente de cana tipo cachaça	Região de Salinas	IP	MG	2012
PRODUTOS AGROALIMENTARES	Aguardente de Cana do Tipo Cachaça	Microrregião Abaíra	IP	BA	2014
	Café	Região do Cerrado Mineiro	IP/DO	MG	2005
	Carne Bovina e derivados	Pampa Gaúcho da Campanha Meridional	IP	RS	2006
	Couro Acabado	Vale do Sinos	IP	RS	
	Uvas de Mesa e Manga	Vale do Submédio São Francisco	IP	BA/PE	2009
	Café	Região da Serra da Mantiqueira de Minas Gerais	IP	MG	2011
	Doces tradicionais de confeitaria e de frutas	Pelotas	IP	RS	2011
	Queijo Minas Artesanal do Serro	Serro	IP	MG	2011
	Queijo	Canastra	IP	MG	2012
	Café verde em grão e industrializado torrado em grão e ou moído	Norte Pioneiro do Paraná	IP	PR	2012
	Cacau em amêndoas	Linhares	IP	BA	2012
	Têxteis de algodão natural colorido	Paraíba	IP	PA	2012
	Biscoito	São Tiago	IP	MG	2013
	Café	Alta Mogiana	IP	SP	2013
	Melão	Mossoró	IP	RN	2013
	Cajuína	Piauí	IP	BA	2014
	Peixes Ornamentais	Rio Negro	IP	AM	2014
	Mel	Pantanal	IP	MS/MT	2015
	Linguça	Maracaju	IP	MS	2015
	Açafrão	Região de Mara Rosa	IP	GO	2016
	Goiaba	Carlópolis	IP	PR	2016
	Café Verde e Café Torrado e Moído	Região de Pinhal	IP	SP	2016

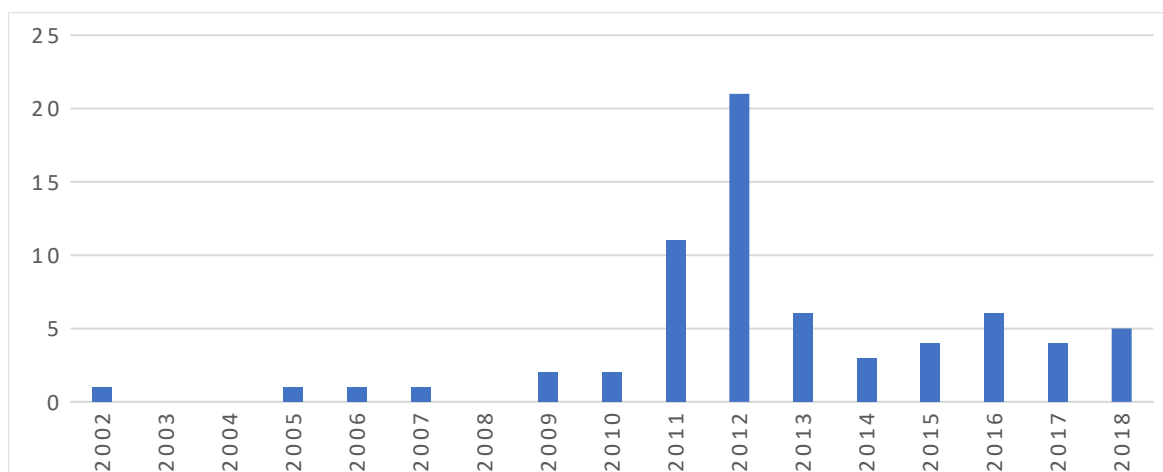
	Produto	Nome Geográfico	IP/DO	Estado	Concessão
	Inhame	Região São Bento de Urânia	IP	ES	2016
	Uvas Finas de Mesa	Marialva	IP	PR	2017
	Erva-mate	São Matheus	IP	PR	2017
	Mel de abelha (Jataí)	Oeste do Paraná	IP	PR	2017
	Farinha de Mandioca	Cruzeiro do Sul	IP	AC	2017
	Guaraná	Maués	IP	AM	2018
	Amêndoas de cacau (Theobroma cacao L.)	Sul da Bahia	IP	BA	2018
	Queijo	Colônia Witmarsum	IP	PR	2018
	Socol	Venda Nova do Imigrante	IP	ES	2018
	Coxas de suínos frescas, presunto defumado e cru	San Daniele	DO / EST		2009
	Arroz	Litoral Norte Gaúcho	DO	RS	2010
	Camarões marinhos	Costa Negra	DO	CE	2011
	Própolis vermelha e extrato de própolis vermelha	Manguezais de Alagoas	DO	AL	2012
	Queijo	Roquefort	DO / EST		2013
	Café verde em grão e café industrializado torrado em grão ou moído	Região do Cerrado Mineiro	DO	MG	2005
	BR/PR Mel de abelha – Apis Mellífera	Ortigueira	DO	PR	2015
	Própolis Verde	Região da Própolis Verde de Minas Gerais	DO	MG	2016
	Banana	Banana da Região de Corupá	DO	SC	2018
ARTESANATOS	Artesanato em Capim Dourado	Região do Jalapão do Estado do Tocantins	IP		2011
	Painéis de barro	Goiabeiras	IP	ES	2011
	Peças artesanais em estanho	São João del-Rei	IP	MG	2012
	Opala preciosa de Pedro II e joias artesanais de opalas de Pedro II	Pedro II	IP	PI	2012
	Renda de agulha em Lacê	Divina Pastora	IP	SE	2012
	Renda renascença	Cariri Paraibano	IP	PA	2013
	Bordado Filé	Região das Lagoas Mundaú-Manguaba	IP	AL	2016
OUTROS PRODUTOS	Calçados	Franca	IP	SP	2012
	Mármore	Cachoeiro de Itapemirim	IP	RJ	2012
	Rocha	Região Pedra Carijó Rio de Janeiro	DO	RJ	2012
	Rocha	Região Pedra Madeira Rio de Janeiro	DO	RJ	2012
	Rocha	Região Pedra Cinza Rio de Janeiro	DO	RJ	2012
SERVIÇOS	Serviços de Tecnologia de Informação e comunicação	Porto Digital	IP	PE	2012

Fonte: INPI (2018)

Até o ano de 2010, seis (6) Indicações Geográficas são reconhecidas pelo INPI: 2002, a IP dos vinhos finos e espumantes do Vale dos Vinhedos corresponde à primeira delas, 2005 - do café do Cerrado; 2006 da carne bovina e derivados do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional; 2007-cachaça de PARATY e 2009 - couro curtido do Vale dos Sinos (2009), conforme demonstrado por

Silva et al. (2013). Posteriormente, houve um maior número de concessão de registros de IGs pelo INPI, principalmente para o setor agropecuário: em 2011 foram concedidos 11 registros; em 2012 foram concedidos 21 registros; em 2013 foram concedidos 6 registros; em 2014 foram concedidos 3 registros; em 2015 foram concedidos 4 registros; em 2016 foram concedidos 6 registros; em 2017 foram concedidos 4 registros e; até setembro de 2018 foram concedidos 5 registros (Gráfico 1).

Gráfico 1: Concessão de novos registros de IGs por ano. Fonte: INPI (2018).



Fonte: INPI (2018).

Portanto, podemos verificar que os números são expressivos, embora longe do potencial do país atualmente estão registradas: 13 IG na cadeia vitivinícola, 3 na produção de aguardentes/cachaças, 39 na cadeia agroalimentar (cafés, queijos, frutas, camarão, mel, banana, algodão colorido orgânico, entre outros produtos), 7 em artesanatos, 5 em pedras semipreciosas, 1 em calçados e 1 em serviços.

Estes números demonstram que a maior parte dos registros de IGs são solicitadas no setor agropecuário, o que pode permitir para agricultura familiar e pequenos produtores agregação de valor na sua produção, tendo em vista que a importância da IG está associada, segundo Wilkinson (2008), à reorganização social e política no campo, à mudança de paradigma da produção agrícola e ao surgimento de novos mercados e do consumo alimentar baseado na valorização do produto por qualidades e características específicas, como o mercado de nicho, de produtos artesanais e orgânicos, solidário e de origem. Ainda, como ressaltam Pereira, Lourenzani e Watanabe (2018, p.516) as IGs podem ser uma estratégia que tem o potencial de beneficiar todos os agentes envolvidos em um determinado território, inclusive a agricultura familiar.

Ainda, apontam as autoras que tendo em vista que agricultura familiar se caracteriza por uma produção diversificada e em pequenos lotes, isto pode vir a ser um trunfo por reduzir custos e incertezas inerentes à comercialização (BUAINAIN; ROMEIRO; GUANZIROLI, 2003). Os autores ressaltam que a diferenciação também pode ser utilizada como ferramenta para fortalecimento e geração de renda, considerando a demanda por produtos de qualidade reconhecida.

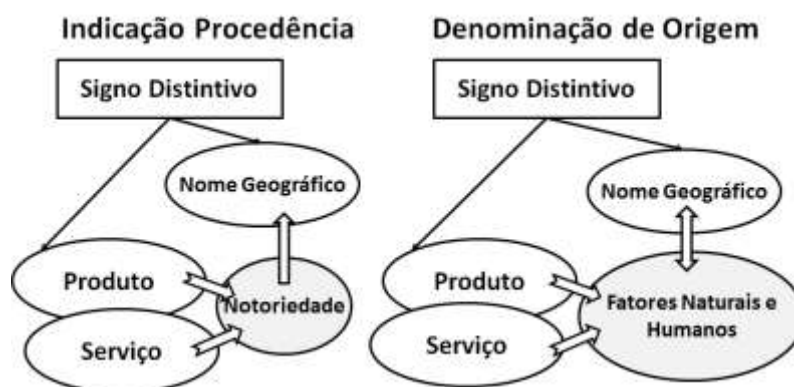
De acordo com o que aponta Cerdan (2013), a IG pode ser uma aposta para valorizar as regiões agrícolas menos favorecidas, onde os produtores não têm condições de reduzir o custo de produção. Nesse sentido, esses agricultores apostam na valorização da qualidade e dos conhecimentos tradicionais (*savoir-faire*). Assim, a partir da IG pode se promover, criar e implementar novas formas de governança local e de regulamentação entre os diferentes agentes da cadeia produtiva.

Ainda, a partir do Quadro 2, pode ser observado que a IP é a modalidade de registro que teve maior número de registros concedidos ao longo dos anos. Apontam Silva et al (2013), que a IP tem sido vista como uma forma de proteção mais flexível que a DO. Ainda, corroborando com o pensamento dos autores, não é conveniente, uma vez que se trata de proteger aspectos de propriedade imaterial diferenciados: reputação ou características qualitativas específicas (SILVA et al., 2013). Neste pensamento, pode levar os consumidores como uma figura de proteção aderida a um produto de qualidade inferior, o que não é verdade, uma vez que entre as duas classificações não há hierarquia.

É definido no art. 177 da LPI que, para as indicações de procedência (IP), o elemento fundamental é a notoriedade do meio geográfico de origem relacionado ao produto/serviço (grifo das autoras). No entanto, segundo Locatelli e Souza (2016), apesar de não haver a exigência legal, as autoras apontam que os pedidos de IP têm, em regra, relação com produtos que envolvem tradição e possuem vínculo com a cultura local. Ainda apontam as autoras que não há qualquer exigência normativa relacionada à qualidade ou à característica do produto vinculado ao meio geográfico de origem, bastando que o nome geográfico seja reconhecido (LOCATELLI; SOUZA, 2016).

Para definir a denominação de origem (DO), art.178 LPI, para a comprovação desse ativo, há a exigência na norma de demonstração do vínculo de uma característica ou qualidade do produto com o meio geográfico. O resultado esperado é que os produtos da região reconhecida como DO sejam diferenciados, ou até mesmo únicos, distintos dos demais em razão do meio geográfico, incluindo fatores naturais e humanos, conforme apontam Locatelli e Souza (2016).

Figura 1: Diferenciação entre IP e DO segundo a legislação brasileira.



Fonte: BRUCH (2013).

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Cada vez mais a valorização dos produtos brasileiros permite uma melhor competitividade ao agronegócio brasileiro. A sociedade, ao longo dos últimos anos demonstra uma maior conscientização quanto à importância das questões sociais e ambientais relacionadas à forma de produção e comercialização de produtos agroalimentares.

Pode-se inferir que a IG se constitui em uma opção concreta para uma nova etapa de desenvolvimento do agronegócio brasileiro, uma vez que pode agregar valor e gerar riqueza para os produtores, principalmente aos pequenos, criando produtos típicos e tradicionais, com qualidade diferenciada, podendo, inclusive, atender o mercado nacional e internacional. Neste sentido, para os produtores que cumprirem as normas impostas pelo Conselho Regulador, a obtenção da IG pode ampliar mercados, agregar valor aos produtos, gerar mais empregos, movimentar a economia local, mas também preservar o saber fazer, permitir que os produtores continuem no campo e que haja uma expectativa para seus filhos e netos sem que estes precisem ir até a cidade para sobreviver.

Há a necessidade de se preocupar com o estabelecimento de políticas públicas eficientes para auxiliar as que já existem e que tem muitas dificuldades para se desenvolver e popularizar seu conceito junto ao consumidor e a sociedade de maneira, antes de se estimular e se preocupar em aumentar o número de IGs reconhecidas. Pois, o que se observa nos dias atuais é que uma grande parte das que já são reconhecidas atualmente, ainda não conseguem colocar no mercado seu produto indicando que há um controle na sua produção, a partir das normas determinadas pelo Conselho

Regulador da IG no Caderno/Manual de Uso. O Estado exerce influência sobre a adoção das IGs durante todo o processo, desde organização da rede de atores sociais envolvidas, até o fomento à inovação que ocorrem dentro das propriedades rurais e ao longo das cadeias produtivas. Com o intuito de transformar as IGs em estratégias que promovam o desenvolvimento territorial/regional/local é necessário que elas sejam reconhecidas e valorizadas pelos consumidores, pois são eles que apresentam mudanças nos hábitos e padrões, com uma maior preocupação com a qualidade e aspectos de saúde, valorização do seu tempo, consequentemente, há maior valorização dos atributos que caracterizam um certo produto

5. REFERÊNCIAS

- BRASIL, LEI 9.279, de 14 de maio de 1996 (Código de Propriedade Industrial). Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. 1996. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/CCIVIL/Leis/L9279.htm>>. Acesso em: 04 abr. 2013
- BRUCH, K. L. Signos distintivos de origem: entre o velho e novo mundo vitivinícola. 1. Ed. Passo Fundo: Editora Imed, 2013. 320 p.
- BRUCH, K. L.; COPETTI, M. Evolução das indicações geográficas no direito brasileiro. Revista Brasileira de Viticultura e Enologia, v. 2, p. 20-40, 2010.
- BRUCH, K. L.; KRETSCHMANN, A. A compreensão da indicação geográfica como um signo distintivo de origem. In: Orides Mezzaroba; Raymundo Juliano Rego Feitosa; Vladimir Oliveira da Silveira; Viviane Coêlho Séllos-Knoerr; Florisbal de Souza DelOlmo; João

- Marcelo de Lima Assafim. (Org.). Propriedade Intelectual. 1ª.ed. Curitiba: Clássica, 2014, v. 32, p. 12-36.
- BRUCH, K.L.; VIEIRA, A.C.P.; GASPAR, L.C.M.; SILVA, C.F.; ARAÚJO, M.V. Normas técnicas para indicações geográficas e seus reflexos no setor vitivinícola. In: Propriedade intelectual, desenvolvimento e inovação: ambiente institucional e organizações. Org. Adriana Carvalho Pinto Vieira, Julio Cesar Zilli e Kelly Lissandra Bruch. Criciúma: EdiUnesc, 2017. p. 15-35.
- BUAINAIN, A. M.; ROMEIRO, A. R.; GUANZIROLI, C. Agricultura familiar e o novo mundo rural. Sociologias, Porto Alegre, v. 5, n. 10, p. 312-47, jul/dez. 2003.
- BUAINAIN, A. M.; VIEIRA, A.C.P. O futuro do agronegócio: qualidade, segurança, sustentabilidade e eficiência. Tropical Plant Pathology (Impresso), v. 35, p. XVI-XVIII, 2010.
- CERDAN, C. M. T; BRUCH, K. L; SILVA, A. L.; COPETTI, M.; FÁVERO, K. C.; LOCATELLI, L. Indicação Geográfica de Produtos Agropecuários: importância histórica e atual. In: PIMENTEL, L. O. (Org). Curso de propriedade intelectual e inovação no agronegócio. Módulo II – Indicação Geográfica. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. 4ª Edição, Florianópolis: FUNJAB, 2014.
- CERDAN, C.M.T. Indicações geográficas e estratégias de desenvolvimento territorial. In: NIERDELE, P.A. (org.) Indicações geográficas: qualidade e origem nos mercados alimentares. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2013.
- FALEIROS, G. D.; BLISKA JUNIOR, A.; TURCO, P. H. N.; BLISKA, F. M. M. Importância da gestão na competitividade dos cafezais da Alta Mogiana Paulista. In: 55o- Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, 2017, Santa Maria - RS. 55º- Congresso da SOBER. Inovação, Extensão e Cooperação para o Desenvolvimento. Brasília: SOBER, 2017. v. 1. p. 1-19.
- FÁVERO, K.C.; BRUCH, K.L.; CERDAN, C.; VELLOSO, C.Q. Indicação Geográfica. In: BRASIL, Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Curso de Propriedade Intelectual & Inovação no Agronegócio. Organização: Luis Otávio Pimentel. 2ªed. rev. e atual. Brasília: MAPA; Florianópolis: EAD/UFSC, 2010.
- FLORES, S. S.; FALCADE, I.; MEDEIROS, R. M. V.; Desenvolvimento Rural Sustentável sob a perspectiva da vitivinicultura no Rio Grande do Sul. Anais do VIII Congresso Latinoamericano de Sociologia Rural (ALASRU). Porto de Galinhas (PE). 2010.
- GASPAR, L. C. M. Potencialidades e estratégias para o mel de abelha do Estado do Rio de Janeiro: análise prospectiva para valorização por meio dos sinais distintivos do comércio. 2015. Dissertação (Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Inovação) - Academia de Propriedade Intelectual, Inovação e Desenvolvimento, Coordenação de Programas de Pós-Graduação e Pesquisa, Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI, Rio de Janeiro, 2015.
- INPI. Instituto Nacional de Propriedade Industrial. Lista de indicações geográficas concedidas. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/indicacao-geografica/pedidos-de-indicacao-geografica-no-brasil>. Acesso em: 06set2018.
- LOCATELLI, L.; SOUZA, K. A proteção jurídica e o processo de reconhecimento das indicações geográficas no Brasil: aspectos introdutórios. In: LOCATELLI, L. (Org.). Indicações geográficas: desafios e perspectivas nos 20 anos da Lei de Propriedade Industrial. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2016, p. 3-16.
- MAPA. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br>. Acesso em: 28ago2018.
- MASCARENHAS, G.; WILKINSON, J. A promoção das indicações geográficas no Brasil: o papel das alianças entre territórios, redes e o Estado. In: LOCATELLI, L. (Org.). Indicações geográficas: desafios e perspectivas nos 20 anos da Lei de Propriedade Industrial. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2016, p. 49-67.

- NIEDERLE, P. A. Indicações geográficas e processos de qualificação nos mercados agroalimentares. In: NIEDERLE, P. A. (Org.). Indicações geográficas: qualidade e origem nos mercados alimentares. Porto Alegre: UFRGS, 2013, p. 23-54.
- PECQUEUR, B. Qualité e développement territorial: l'hyphotès e dupannier de biens et de services territorialisés. *Economie Rurale*, n. 261, Paris. 2001
- PELLIN, V.; VIEIRA, A. C. P. Indicações geográficas no Brasil: uma perspectiva pro-registro. In: LOCATELLI, L. (Org.). Indicações geográficas: desafios e perspectivas nos 20 anos da Lei de Propriedade Industrial. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2016, p. 89-112.
- PEREIRA, M.E.B.G.; LOURENZANI, A.E. B.S.; WATANABE, K. Indicações Geográficas como estratégia de desenvolvimento: o caso do Norte Pioneiro do Paraná. *Interações, Campo Grande, MS*, v. 19, n. 3, p. 515-528, jul./set. 2018.
- SILVA, F.N.; SACCO DOS ANJOS, F.; CALDAS, N.V.; POLLNOW, G.E. Institucionalização das indicações geográficas no Brasil e na Espanha. *Ciência Rural, Santa Maria*, v.43, n.9, p.1727-1733, set, 2013.
- VIEIRA, A.C.P.; BUAINAIN, A.M. Propriedade Intelectual na Agricultura. In: Charlene Ávila, Patrícia Aurélia Del Nero. (Org.). Aplicação da propriedade intelectual no agronegócio. 1ª.edição. Belo Horizonte: Editora Fórum, 2011, v. 1, p. 21-50.
- VIEIRA, A.C.P.; WATANABE, M.; BRUCH, K.L. Perspectivas de desenvolvimento da vitivinicultura em face do reconhecimento da Indicação de Procedência dos Vales da Uva Goethe. *Revista Geintec*, v.2, 2012, p.327-343. Disponível em:
< <http://revistageintec.net/portal/index.php/revista/article/viewFile/49/125>>. Acesso em: 6set2018.
- VIEIRA, A.C.P.; PELLIN, V. O uso do instituto das indicações geográficas como instrumento de promoção do desenvolvimento territorial rural - O caso dos Vales da Uva Goethe ? Brasil /SC. In: 20° APDR Congress - Renaissance of the regions of southern europe, 2014, Evora - PT. 20° APDR Congress - Renaissance of the regions of southern europe. Evora: Evora, 2014. v. 1. p. 822-831.
- VIEIRA, A.C.P.; PELLIN, V. Indicações geográficas como políticas públicas de desenvolvimento territorial - o caso dos Vales da Uva Goethe. In: Valdir Roque Dallabrida. (Org.). Indicação geográfica e o desenvolvimento territorial: reflexões sobre o tema e potencialidades no Estado de Santa Catarina. 1ed.São Paulo - SP: Editora LiberArs, 2015, p. 273-288.
- VIEIRA, A.C.P.; BUAINAIN, A.M.; BRUCH, K.L. A indicação geográfica como estratégia para minimizar a assimetria de informação. In: Propriedade intelectual e inovações na agricultura. Org. Antônio Márcio Buainain, Maria Beatriz Machado Bonacelli, Cássia Isabel Costa Mendes. Brasília/Rio de Janeiro: CNPq, FAPERJ, INCT/PPED, IdeiaD, 2015. p.207-224.
- WILKINSON, J. Mercados, redes e valores: o novo mundo da agricultura familiar. Porto Alegre: UFRGS, 2008.