



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
INSTITUTO DE GEOCIÊNCIAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA**

LIVIA LIBERATO DE MATOS REIS

**INDICAÇÃO GEOGRÁFICA NO BRASIL:
DETERMINANTES, LIMITES E POSSIBILIDADES**

SALVADOR

2015

LIVIA LIBERATO DE MATOS REIS

**INDICAÇÃO GEOGRÁFICA NO BRASIL:
DETERMINANTES, LIMITES E POSSIBILIDADES**

Tese apresentada ao Curso de Doutorado em Geografia do Instituto de Geociências da Universidade Federal da Bahia como requisito para obtenção do grau de Doutor em Geografia.

Área de Concentração: Análise do Espaço Geográfico

Orientador: Prof. Vitor de Athayde Couto

SALVADOR

2015

Ficha catalográfica elaborada pela
Biblioteca do Instituto de Geociências - UFBA

R375 Reis, Livia Liberato de Matos
Indicação Geográfica no Brasil : determinantes, limites e possibilidades / Livia Liberato de Matos Reis - Salvador, 2015.
270 f. : il. Color.

Orientador: Prof. Vitor de Athayde Couto

Tese (Doutorado) – Universidade Federal da Bahia. Instituto de Geociências, 2015.

1. Propriedade industrial - Brasil. 2. Desenvolvimento econômico. 3. Monopólios. 4. Geografia econômica. I. Couto, Vitor de Athayde. II. Universidade Federal da Bahia. Instituto de Geociências. III. Título.

CDU: 911.3:33(81)



TERMO DE APROVAÇÃO

INDICAÇÃO GEOGRÁFICA NO BRASIL: DETERMINANTES, LIMITES E POSSIBILIDADES

LÍVIA LIBERATO DE MATOS REIS

BANCA EXAMINADORA

Dr. Vitor de Athayde Couto

Doutor em Economia Rural
Programa de Pós-Graduação em Geografia (UFBA)

Dra. Cristina Maria Macêdo de Alencar

Doutora em Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade
Programa de Pós-graduação em Planejamento Territorial e Desenvolvimento Social (UCSal)

Dra. Camila Xavier Nunes

Doutora em Geografia
Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos – IHAC/UFBA

Dra. Maria Auxiliadora da Silva

Doutora em Geografia
Programa de Pós-Graduação em Geografia (UFBA)

Dr. Gustavo Bittencourt Machado

Doutor em Geografia, Planejamento Territorial e Gestão Ambiental
Escola de Medicina Veterinária e Zootecnia (UFBA)

Aprovada em Sessão Pública de 15/12/2015.

*On sait trop peu de chose
en sciences sociales
pour se diviser bêtement de la sorte.*

(Thomas Piketty)

AGRADECIMENTOS

São muitos...

À FAPESB, pela bolsa concedida, que me possibilitou dedicação exclusiva em tempo integral à elaboração desta tese e, sobretudo o estímulo proporcionado pela seleção do meu projeto.

Ao programa de Pós-Graduação em Geografia (PosGeo) da UFBA. Aos professores doutores Cristina Maria Macêdo de Alencar, Maria Auxiliadora da Silva, Alcides dos Santos Caldas, e Gustavo Bittencourt Machado, pela presteza com que atenderam ao convite para integrar a banca examinadora; pelas análises críticas, que certamente enriqueceram a minha pesquisa; por disporem generosamente do seu tempo para leituras e anotações. Aproveito para renovar a minha gratidão pelas sugestões preciosas que me foram apresentadas na banca de qualificação e pré-banca.

Uma menção especial ao professor Vitor de Athayde Couto, meu orientador, e sua contribuição inestimável à minha formação acadêmica e pessoal. Com ele compartilho os possíveis acertos desta tese, como resultado do incentivo constante e da autonomia intelectual concedidos em sua elaboração. Os eventuais equívocos que aqui forem detectados devem ser atribuídos à incontrolável obstinação de quem tenta dar forma e sentido a um esforço de reflexão.

Aos produtores que me acolheram, individualmente, ou através das suas associações e outras representações.

Aos professores e pesquisadores do INA-PG (ParisAgroTech), INRA, CNRS, técnicos do INAO e do INPI, e às lideranças-chave dos territórios selecionados, pela paciência e doação dos seus tempos, enfim, pela complacência de Deus.

Sou grata aos amigos, estendo a minha gratidão a todos os colegas do curso de Doutorado. Aos meus familiares agradeço todo o apoio, em especial, aos meus pais e irmãos-de-alma pelo amor incondicional.

Muito obrigada por possibilitarem essa experiência enriquecedora e gratificante.

RESUMO

No mercado mundial, a Indicação Geográfica (IG) é um tipo de propriedade intelectual. Mercadorias reconhecidas, nacional e internacionalmente, com este signo distintivo impedem ou dificultam a aplicação de restrições sociais, ambientais, etnoculturais, e outras barreiras não tarifárias sobre as *tradable commodities* e serviços, enquanto produtos territoriais. No Brasil, a IG é um reconhecimento oficial, registrado no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). A Indicação de Procedência (IP) e a Denominação de Origem (DO) são dois tipos brasileiros de IG reconhecíveis. Esta tese cumpre dois objetivos. Primeiro, analisar, por meio de estudo comparativo, as diversas experiências realizadas nos territórios reconhecidos nacionalmente com uma IG. Segundo, construir, por meio dessa análise, uma tipologia que identifique a relação entre IG e renda de monopólio. A aprovação depende de fatores diversos, como apoio de parceiros institucionais, organização sócio-produtiva, que legitima a técnica – o saber-fazer, com sua riqueza histórica e simbólica; depende também da capacidade de articulação político-territorial dos produtores, de explorar as potencialidades locais, consolidar sistemas de produção/atividade e sistemas agrários, além de valorizar produtos territoriais georreferenciados. Inicialmente faz-se uma abordagem geográfico-histórica. O estudo comparativo e a tipologia apoiam-se em dados secundários, principalmente do INPI, e informações primárias, coletadas junto aos representantes de instituições que lideram pedidos de registro. Objetivamente, a tipologia permite identificar casos bem ou mal sucedidos. Permite ainda diagnosticar potencialidades e entraves em outros territórios, ainda desprotegidos, embora potencialmente reconhecíveis. Essas informações são indispensáveis para que os *policy makers* tenham uma visão totalizante do projeto socioeconômico, político-institucional, geoambiental, histórico-cultural e técnico-científico que fundamentam o pedido de registro. Infelizmente, os estudos disponíveis reportam-se apenas a casos específicos. Espera-se que a pesquisa contribua para aperfeiçoar um projeto nacional visando à reestruturação sustentável dos sistemas agrários brasileiros enquanto territorialidades. Entendendo-se os territórios como multifuncionais, o reconhecimento valoriza o produto ou serviço objeto do pedido de reconhecimento. Valoriza também o respectivo espaço reestruturado – a territorialidade emergente. Outros produtos e serviços dos territórios reconhecidos, como transporte, hotelaria, restauração, artesanato e turismo, viabilizam a inclusão socioeconômica de famílias pluriativas. Essas externalidades positivas contribuem para reduzir o êxodo rural. No limite, a IG contribui para integrar, ao mercado global, a produção familiar, patronal e integrada. O seu registro valoriza e protege produtos e serviços territoriais, reconhecidos nas escalas nacional, macrorregional ou mundial, como parte de um projeto mais amplo, objetivo e operacional de desenvolvimento territorial – sobre o que, muito se tem apenas discutido, porém com pouca objetividade e nenhuma coragem crítica.

Palavras-chave: Indicação Geográfica. Indicação de Procedência. Denominação de Origem. Renda de monopólio. Desenvolvimento territorial.

RÉSUMÉ

Sur le marché mondial, l'Indication Géographique (IG) est un signe de propriété intellectuelle. Marchandises reconnues, nationalement et internationalement, avec ce signe distinctif empêchent l'adoption de contraintes sociales, environnementales, ethnoculturelles et autres barrières non tarifaires sur les produits et services échangeables, tandis que les produits régionaux. Au Brésil, l'IG est une reconnaissance officielle, enregistrée à l'Institut National de la Propriété Industrielle (INPI). L'Indication de Provenance (IP) et l'Appellation d'Origine (DO) sont deux sortes d'IG reconnaissable brésilienne. Ce projet de recherche répond à deux objectifs. Tout d'abord, analyser, par le moyen d'une étude comparative, les diverses expériences menées dans les territoires reconnus au niveau national avec une IG. Deuxièmement, construire une typologie fondée sur la relation entre IG et rente de monopole. Pour que l'INPI accorde une IG, il faut le soutien des partenaires institutionnels et l'organisation socio-productive des producteurs, qui légitime leur savoir-faire, sa richesse historique et symbolique; il faut aussi l'articulation politico-territoriale des producteurs pour exploiter le potentiel local, et mieux structurer leurs systèmes agricoles et de production-activité et améliorer les produits territoriaux géoréférencés. La démarche de la recherche suit une approche géographique-historique. L'étude et la typologie comparative sont fondées sur des données secondaires et primaires (recherche sur le terrain), recueillies auprès des représentants des institutions qui ont présenté leurs projets de demande d'une IG. Objectivement, ces études de cas (les types représentatifs) permettent vérifier soit la réussite, soit l'échec des projets. Elles permettent également vérifier le potentiel et les contraintes dans d'autres territoires, encore non protégés, bien que potentiellement reconnaissables. Cette information est indispensable aux cadres décideurs pour qu'ils puissent avoir une vue d'ensemble des projets. Ces projets doivent être à la fois socio-économiques, politiques et institutionnels, géo-environnemental, historique-culturels et techno-scientifiques. Malheureusement, les quelques études disponibles ne concernent que certains cas spécifiques. Il est à espérer que cette recherche, et bien d'autres, permettront de mettre au point un projet national envisageant la restructuration durable des systèmes agricoles en tant que territoires. Ces territoires sont tous multifonctionnels, ce qui met en valeur tous les actifs y compris les produits et services objets des concertations autour des IG. La mise en valeur atteint aussi l'espace restructuré – la territorialité. Autres produits et services dans les territoires reconnus, tels que les services de transports, d'hébergement, de restauration, l'artisanat et le tourisme, ouvrent la porte à l'inclusion socio-économique des familles pluriactives. Ces externalités positives contribuent à réduire l'exode rural. À la limite, l'IG contribue à intégrer l'agriculture familiale et patronale au marché mondial. En plus, l'IG protège les produits et les services territoriaux, reconnus dans l'échelle nationale, macro-régionales ou mondiales, dans le cadre d'un projet plus large, le développement territorial objectif et opérationnel – dont on a beaucoup discuté, mais sans objectivité.

Mots-clés: Indication Géographique. Indication de Provenance. Rente monopoliste. Développement territorial.

LISTA DE FIGURAS

- Figura 1 – Appellation d’Origine Contrôlée (AOC) et Appellation d’Origine Protégée (AOP)
- Figura 2 – Appellation d’Origine Contrôlée (AOC)
- Figura 3 – Appellation d’Origine Protégée (AOP)
- Figura 4 – Label Rouge
- Figura 5 – Selo da Agricultura Biológica
- Figura 6 – Certificado de Conformidade de Produto (CCP)
- Figura 7 – Denominação de Origem Protegida
- Figura 8 – Indicação Geográfica Protegida
- Figura 9 – Especialidade Tradicional Garantida
- Figura 10 – Certificação Orgânica IBD/CCE 2092/91
- Figura 11 – Selo Combustível Social
- Figura 12 – Brazilian Sisal
- Figura 13 – Presidente da Aproarroz, Sr. Clovis Terra.” II Seminário Internacional sobre a IG”(2012)
- Figura 14 – Presidente da Aproarroz, Sr. Clovis Terra na Feira de Negócios do Futebol- SOCCERex. (2012)
- Figura 15 – Produtos Agropecuários Com Potencialidades De Reconhecimento de uma IG
- Figura 16 – Visita ao Vale do Submédio do São Francisco
- Figura 17 – Visita vinícola em Panzano in Chianti (Toscana)

LISTA DE GRÁFICOS

- Gráfico 1 – Indicação Geográfica por tipo
- Gráfico 2 – Pedidos e Concessões de IG no Brasil
- Gráfico 3 – Classificação por tipo de produto ou serviço de IG no Brasil
- Gráfico 4 – Fluxograma do encaminhamento do pedido ao INPI
- Gráfico 5 – Situações de IG no Brasil
- Gráfico 6 – Pedidos de IG no Brasil por Região
- Gráfico 7 – Justificativas usadas pelos produtores no âmbito dos projetos IG

LISTA DE QUADROS

- Quadro 1 – Obtenção dos selos de abordagem territorial para Produtos da UE e estrangeiros
- Quadro 2 – Diferenças entre Denominação de Origem e Indicação de Procedência
- Quadro 3 – Depósito e processamento do Pedido no Brasil

LISTA DE TABELAS

- Tabela 1 – Documentação para Registro de IG
- Tabela 2 – IG concedidas até agosto de 2014
- Tabela 3 – Bens com dupla proteção: IG e patrimônio cultural
- Tabela 4 – Diferenças entre o acordo ADPIC e a LPI/96
- Tabela 5 – Grupos e subgrupos tipológicos

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AB	Agricultura Biológica
ABPI	Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
ACCN	Associação de Carcinicultores da Costa Negra
ADPIC	Acordo sobre os Aspectos dos Direitos da Propriedade Intelectual referente ao Comércio
AGRIDEA	Association suisse pour le développement de l'agriculture et de l'espace rural
AGRIFERT	Representante brasileira da associação francesa Formation pour l'Epanouissement et le Renouveau de la Terre (FERT)
AGROPARISTECH	Institut des Sciences et Industries du Vivant et de l'environnement
ANVISA	Agência Nacional de Vigilância Sanitária
AOC	Apelação de Origem Controlada
APEX	Agência de Promoção de Exportações e Investimentos
Aproarroz	Associação dos Produtores de Arroz do Litoral Norte Gaúcho
APROPAMPA	Associação dos Produtores de Carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional
Aprovale	Associação dos Produtores de Vinhos Vale dos Vinhedos
ATER	Assistência Técnica e Extensão Rural
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CCO	Certificado de Conformidade
CCP	Certificado de Conformidade de Produto
CDB	Convenção da Diversidade Biológica
CEE	Comunidade Econômica Europeia
CGIR	Coordenação Geral de Indicações Geográficas e Registros
CIG	Coordenação de Incentivo à Indicação Geográfica de Produtos Agropecuários
CNLC	Comissão Nacional dos Labels e Certificações
CUP	Convenção da União de Paris
DEPTA	Departamento de Propriedade Intelectual e Tecnologia da Agropecuária
DICIG	Diretoria de Contratos, Indicações Geográficas e Registros
DO	Denominação de Origem
DOC	Denominação de Origem Controlada
DOLPHINS	Development of Origin Labeled Products: Humanity, Innovation and Sustainability

DOOR Database of Origin and Registration

DOP Denominação de Origem Protegida

EC Economia Criativa

EMATER Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural

EMBRAPA Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária

ETG Especialidade Tradicional Garantida

EUA Estados Unidos da América

FAM Produto de Origem Familiar

FAPESB Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia

GATT *General Agreement on Tariffs and Trade* (Acordo Geral de Tarifas e Comércio)

GRU Guia de Recolhimento da União

IBAMETRO Instituto Baiano de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial

IBRAVIN Instituto Brasileiro do Vinho

IDH Índice de Desenvolvimento Humano

IG Indicação Geográfica

IGP Indicação Geográfica Protegida

IGT Indicação Geográfica Tradicional

IMA Instituto Mineiro de Agropecuária

IN Instrução Normativa

INAO Institut National des Appellations d'Origine

INMETRO Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial

INPI Instituto Nacional da Propriedade Industrial

INRA Institut National de la Recherche Agronomique

IP Indicação de Procedência

IPHAN Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

IPVV Indicação de Procedência Vale dos Vinhedos

IVPD Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto

LPI Lei de Propriedade Industrial (Lei 9.279/96)

MAPA Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento

MDIC Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior

MDS Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome

MRE Ministério das Relações Exteriores

OMC Organização Mundial do Comércio

OGM Organismos Geneticamente Modificados

OMPI Organização Mundial da Propriedade Intelectual
ONG Organização Não Governamental
ORD Órgão de Regulamento de Diferenças
ORG Agricultura Orgânica
ORIGIN Organization for an International Geographical Indications Network
P&D Pesquisa e Desenvolvimento
PIB Produto Interno Bruto
PPART Programa para a Promoção dos Ofícios e das Microempresas Artesanais
RPI Revista da Propriedade Industrial
SDC Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo
SEAPA/Minas Secretaria de Estado da Agricultura, Pecuária e Abastecimento de Minas Gerais
SEBRAE Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresa
SIE Serviço Inspeção Estadual
SIF Serviço Inspeção Federal
SINDFIBRAS Sindicato das Indústrias de Fibras Vegetais do Estado da Bahia
SOBER Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural
SPHAN Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
TIC Tecnologia da Informação e Comunicação
TRIPS Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights
UE União Europeia
UESC Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus–BA
UNIVALE União das Associações e Cooperativas dos Produtores de Uvas de Mesa e Mangas do Vale do Submédio São Francisco
WIPO World Intellectual Property Organization (vide OMPI)

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	16
2	A PROTEÇÃO DOS NOMES GEOGRÁFICOS	32
2.1	NOÇÕES E EVOLUÇÃO HISTÓRICA DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS (IG)	32
2.2	DA CONVENÇÃO DA UNIÃO DE PARIS (CUP) AO ADPIC.....	37
2.2.1	Convenção da União de Paris (CUP).....	38
2.2.2	O Acordo e o Protocolo de Madri	38
2.2.3	O Acordo e o Protocolo de Lisboa	40
2.2.4	O Acordo ADPIC.....	42
2.3	DIREITO COMPARADO: DIFERENTES INTERPRETAÇÕES E PROTEÇÕES JURÍDICAS DA IG ENTRE OS PAÍSES	47
2.3.1	Diversidade das definições legais sobre IG	47
2.3.2	Selos Territoriais e os certificados de especificidade na UE: promoção de produtos agroalimentares.....	48
2.3.3	Divergências Normativas – escala local, nacional e internacional: limites e possibilidades para a proteção da IG	54
2.4	O RECONHECIMENTO DOS PRODUTOS TERRITORIAIS: ANÁLISE DAS QUATRO FASES DA JUSTIFICAÇÃO DA IG.....	60
2.4.1	Vantagem competitiva e Qualidade Superior - Economia da Qualidade	61
2.4.1.1	A valorização dos produtos territoriais e a conquista de vantagens competitivas no mercado globalizado.....	65
2.4.2	Produtos territoriais e desenvolvimento local.....	70
2.4.3	Produtos territoriais e a salvaguarda de patrimônio transformado socialmente em bens culturais para o mercado	73
2.5	EXEMPLOS BRASILEIROS DA INSTITUCIONALIZAÇÃO DA PROTEÇÃO DE PRODUTOS POR MEIO DE MARCAS E SELOS PARA UM MERCADO CONSUMIDOR PECULIAR.....	78
3	A IG PRODUZ NOVOS TERRITÓRIOS	81
3.1	IG NA LEGISLAÇÃO BRASILEIRA	82
3.1.1	IG e Serviços	88
3.1.2	IG, produtos não agroalimentares, e artesanato tradicional – patrimônio coletivo.....	88
3.2	O RECONHECIMENTO PELO REGISTRO E PELO DECRETO.....	96
3.2.1	Reconhecimento pelo Registro no âmbito nacional.....	96
3.2.2	Reconhecimento pelo Registro no âmbito internacional	105

3.2.2.1	Reconhecimento por Decreto	106
3.3	A IG E O MERCADO COMPETITIVO	108
3.3.1	Emergência dos produtos georreferenciados: a IG como instrumento mercadológico	108
3.4	TERRITÓRIO E TERRITORIALIDADE E SUA RELAÇÃO COM A IG.....	112
3.4.1	Território e Territorialidade	112
3.4.2	IG e o “Território da Exclusão”	116
3.5	IG, SISTEMAS AGRÁRIOS E MULTIFUNCIONALIDADE	118
3.5.1	A construção sócio-produtiva de um território e sua multifuncionalidade como forma de proteger a biodiversidade de produtos georreferenciados.....	119
4	CONSTRUINDO UMA TIPOLOGIA ANALÍTICA DOS TERRITÓRIOS NACIONAIS RECONHECIDOS COM IG.....	122
4.1	EIXO E DETALHAMENTO DA PESQUISA DE CAMPO	122
4.2	FICHAS TERRITORIAIS: A EXPERIÊNCIA BRASILEIRA.....	122
4.2.1	FICHA TERRITORIAL MODELO	123
4.3	ANÁLISE DAS INSTITUIÇÕES DE APOIO NA CONCRETIZAÇÃO DA IG... 151	
4.3.1	Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA)	155
4.3.2	Organizações Não Governamentais (ONG)	164
4.3.3	MAPA X MDA: desdobramentos para a IG.....	166
4.3.4	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA)	169
4.3.5	Sebrae	171
4.3.6	O envolvimento das instituições locais.....	174
4.4	A INCOMPETÊNCIA LEGISLATIVA DOS ESTADOS-MEMBROS DA REPÚBLICA BRASILEIRA E A IG.....	175
4.4.1	Competência da União e dos Estados	175
4.4.1.1	O caso de Santa Catarina.....	176
4.4.1.2	O caso de Minas Gerais	177
4.4.2	Por uma nova legislação estadual	178
5	TIPOLOGIA DOS TERRITÓRIOS GEORREFERENCIADOS	183
5.1	RENDA DE MONOPÓLIO E IG	183
5.1.1	Revisitando a teoria da renda.....	184
5.2	OS GRUPOS TIPOLÓGICOS E SEUS SUBTIPOS.....	194
5.2.1	Grupo A: Subgrupo1 → Produtos Endógenos	203
5.2.1.1	Panelas de Barro de Goiabeiras	204
5.2.2	Grupo A: Subgrupo 2 → Produtos (Exógenos-Adaptados).....	206
5.2.2.1	Uva do Vale dos Vinhedos.....	208

5.2.3	Grupo N.A: Subgrupo-3 → Produtos Novos	211
5.2.3.1	Camarão da Costa Negra	211
5.2.4	Grupo N. A: Subgrupo-4 → Produtos Esdrúxulos	215
5.2.4.1	Porto Digital	215
	CONDIDERAÇÕES FINAIS	221
	REFERÊNCIAS	227
	APÊNDICE	238
	ANEXOS	249

1 INTRODUÇÃO

Nesta tese estuda-se a Indicação Geográfica (IG), um tipo de propriedade intelectual. No Brasil, a IG é uma das modalidades de propriedade intelectual, que o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) registra sob a designação de Indicação de Procedência (IP) e Denominação de Origem (DO). Trata-se de dois registros paralelos, à escolha dos produtores ou prestadores de serviços que planejam buscar proteção para seus produtos comercializáveis (*tradable commodities*), serviços (*non-tradable commodities*), processos produtivos (saber-fazer), e territórios, desde que sejam atendidos os requisitos da lei e de sua regulamentação.

A Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) define IG como um signo¹ aplicado em produtos que têm uma origem geográfica definida com precisão – um território demarcado pode-se dizer. Para ter um selo, o produto deve revelar qualidade ou notoriedade adquirida ao longo do tempo, no seu local de origem. Na maior parte dos casos, a IG consiste no nome do lugar de origem do produto. Em geral, os produtos agrícolas apresentam qualidade decorrente do seu lugar de produção, e são influenciados por fatores geográficos locais determinados, tais como o solo, o clima e o sol. Todavia, para que um selo funcione como uma IG é preciso que a legislação nacional de cada país-membro contenha as disposições concernentes e também que os consumidores tenham conhecimento da qualidade enunciada e confiem no selo. As IG podem ser aplicadas a uma grande variedade de produtos agrícolas. Por exemplo, o termo “Toscana” define um tipo de azeite de oliva produzido em determinada área – essa denominação é protegida na Itália pela lei n.169, de 5 de fevereiro de 1992. O termo “Roquefort”, por sua vez, define um queijo à base de leite de ovelha, produzido na França – essa denominação é protegida na União Europeia (UE) pelo Regulamento CE n.2081, de 1992, e nos Estados Unidos, em virtude do registro de marca de certificação n.571.798.

Com sede em Genebra, Suíça, a OMPI é uma instituição das Nações Unidas, cuja função é proporcionar o desenvolvimento de inovações em material de propriedade intelectual (direitos

¹ Signe, no original, em francês. Pode ser traduzido como signo, sinal ou marca. Disponível em: <<http://www.OMPI.int>> Na conferência magna de abertura do Encontro da Sociedade Brasileira de Economia, Sociologia e Administração Rural (SOBER), em Ilhéus, Bahia, o Professor Marc Dufumier referiu-se à existência de uma “teoria da certificação”, em desenvolvimento, na França, que trata de todos os signos, selos, símbolos, marcas, características, certificados e outras representações, desde que chanceladas pelas instituições nacionais e internacionais concernentes.

autorais, marcas e patentes) no âmbito internacional. Ela foi criada em 1970, em decorrência da entrada em vigor da convenção que a instituiu em 1967. Em inglês, WIPO são as iniciais de *World Intellectual Property Organization*.

Nesta tese, é imperativo atentar para o conteúdo da definição de IG, pela OMPI. A sua abrangência, bem como o seu elevado grau de abstração, obrigam a própria organização a fazer a seguinte advertência: “...é preciso que a legislação nacional de cada país-membro contenha as disposições concernentes”. A partir daí, em cada país definem-se signos, selos, certificações e seus respectivos regulamentos, individualmente ou em mega-blocos regionais, como é o caso da UE. Em decorrência, dado o seu nível de abrangência e abstração, a IG, da OMPI, aproxima-se mais de um conceito do que de uma definição. Assim sendo, independentemente do país que a adota, a IG é aqui considerada um signo aplicado em produtos que têm uma origem georreferenciada. Esses produtos, aqui definidos como produtos georreferenciados, nos seus respectivos territórios igualmente georreferenciados, são tratados mais adiante.²

No caso particular da França, que detém uma organização das mais antigas, o sistema de *Appellation d'Origine Contrôlée* (AOC)³ foi implantado em 1919. Nesse mesmo ano foi criado o *Institut National d'Appellation d'Origine* (INAO), ou Instituto Nacional de Denominação de Origem (INAO), instituição do governo. Na época, o objetivo era apenas proteger a notoriedade conquistada por certos vinhos de um território específico, frente à concorrência desleal, fraudes e usurpação da sua respectiva reputação. Esse sistema tem servido como modelo do sistema contemporâneo de muitos países, na formulação das normas que regulam as IG.

No Brasil, a IG é um instrumento jurídico-legal usado para identificar a origem de produtos ou serviços, quando o local torna-se conhecido, ou quando determinada característica ou qualidade do produto ou serviço se deve à sua origem geográfica.

² Os termos produto georreferenciado e território georreferenciado são propostos, pela primeira vez, nesta tese, como categorias de análise.

³ AOC ou Denominação de Origem Controlada (DOC, em português). Para ter uma AOC, o produto deve ter “qualidades que dependem das condições ambientais e dos fatores naturais e humanos (...). Simultaneamente, o meio ambiente natural e a história” ...e o saber-fazer (processos produtivos). Disponível in: <http://context.reverso.net/traduction/francais-portugais/d'appellation+d'origine>

Atualmente, as IG, nas modalidades brasileiras de IP e DO (essas modalidades variam conforme os países), vêm-se afirmando mundialmente na busca por competitividade, nos seus vários aspectos – qualidade, proteção, reputação, consumo consciente, dentre outros. A Lei de Propriedade Intelectual (Lei 9.279/96), arts. 176-182, e a Resolução do INPI nº 75, de 28 de novembro de 2000, arts. 177 e 178, definem IP e DO da seguinte forma:

[...] Considera-se indicação de procedência o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço.

No art. 178 da Resolução 75/2000, do INPI, lê-se:

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

Pode-se afirmar que a IP está ligada essencialmente ao renome (tradição de produção, extração, transformação ou fabricação do produto). A DO, por sua vez, está associada à qualidade, "sobretudo" natural (clima, solo, etc.), decorrente do meio geográfico. Aqui importa dizer "sobretudo", porquanto não se pode considerar que a produção de um serviço implique qualidade natural. No máximo, pode-se dizer que a abundância de um recurso natural contribui indiretamente para o desenvolvimento de determinado serviço. Por exemplo, serviços portuários dificilmente ganham notoriedade num espaço geográfico distante de um porto, quase sempre um recurso natural. A maioria dos portos implica a existência de baías ou acidentes assemelhados, profundidade, boa tença, etc.

As IG são entendidas, nesta pesquisa, por analogia e por aproximação aos sistemas agrários (MAZOYER, 2010), particularmente no caso de produtos de origem agrícola. Por sua vez, os sistemas agrários abrangem diferentes sistemas de produção. Os sistemas de produção (ou sub-sistemas) são combinações de atividades agrícolas e não-agrícolas, inclusive de transformação. (DUFUMIER, 2011). Os sistemas mais complexos podem ser considerados sistemas de atividades – agrícolas, não-agrícolas, de transformação, e de serviços. (COUTO; MACHADO; SCHEFFLER, 2007).

Como a legislação brasileira contempla também atividades de serviços, o conceito de sistemas de atividades é mais adequado, por ser mais completo do que o conceito de sistemas de produção. Quando um grupo de produtores, com interesses convergentes, organiza-se coletivamente em rede (parceiros), e lidera um projeto político em torno de uma atividade líder (produto ou serviço), emerge daí uma nova territorialidade. (FARIA NUNES, 2013; RAFFESTIN, 1993; SANTOS, M. & SILVEIRA, M. L., 2006). A delimitação geográfica da área para uma IG deve ser respaldada por argumentos técnicos, devendo-se considerar sempre o levantamento histórico-cultural, os fatores naturais, políticos e econômicos. Ela exprime as relações sociais de produção, transformação e elaboração do produto (LIMA et al, 2009). A área de abrangência de uma IG é sempre delimitada fisicamente, com base nas coordenadas, na área total ou parcial do “país, cidade, região ou localidade de seu território” – daí serem georreferenciados e reconhecidos, tanto o território, quanto os seus produtos e serviços. Os produtores organizados em rede identificam-se, uns com os outros, porque: pertencem a um mesmo sistema agrário ou territorialidade; praticam sistemas de produção/atividades semelhantes; seus interesses e objetivos são convergentes.

O controle, pelo grupo de produtores, de um território fisicamente delimitado e reconhecido, pode gerar sobrelucros tornados rendas de monopólio, enquanto relação de distribuição.⁴ Essa relação só existe se houver, nos dois extremos: a) um grupo de produtores (proprietários ou não, desde que tenham a posse de ou acesso aos recursos naturais) instalados no interior de um perímetro especial, exclusivo e sob seu controle; e, no outro extremo: b) um grupo de consumidores dispostos a pagar preços elevados (ou seja, acima do valor) por produtos considerados igualmente especiais, que apresentam raras e bem determinadas características. (GUTELMAN, 1974).

É a existência de sistemas semelhantes, de produção e de atividades, no interior de um sistema agrário, que faz convergirem os interesses e objetivos dos produtores. Esse pertencimento é a motivação para que eles se mobilizem em torno de um produto ou serviço passível de reconhecimento e proteção. Todavia, as IG podem contribuir para a valorização de um produto ou serviço específico – e, por extensão, da propriedade fundiária. Indiretamente, pode extrapolar os limites da produção específica, valorizando outros produtos e serviços, além de

⁴ Sobrelucro ou lucro suplementar é a fração do valor de produção que excede o lucro médio. No caso específico da renda de monopólio, trata-se de uma fração da mais-valia social que excede o valor de produção. De todas as rendas, é a renda de monopólio que se revela com mais evidência enquanto relação de distribuição (cf. Gutelman, 1974).

todo o espaço apropriado – o território. Esse fenômeno já ocorre com frequência em países como Portugal, Itália e França. No Brasil, a IG, como catalisadora do agronegócio em um espaço apropriado e tornado território, pode ser observada, por exemplo, no Vale dos Vinhedos, primeiro registro de IP, outorgado pelo INPI, em 2002⁵.

Finalmente, a IG diferencia os produtos e serviços, mas especialmente os territórios, já que essas diferenças podem estar ligadas a um sabor peculiar, a uma tradição histórica, ou ainda a outros caracteres distintivos como os fatores socioambientais. Trata-se, por exemplo, de produtores que se agregam em torno de um processo produtivo (o saber-fazer) ou aspectos ambientais (condições de clima, solo, etc.)⁶. A ocorrência dessas características e a necessidade de proteção dos produtores e de segurança aos consumidores geram as condições prévias ideais (possibilidades) para solicitação de uma IG, que é um nome geográfico. O seu reconhecimento fundamenta-se em características particulares, bem precisas e delimitadas – o saber-fazer, as condições edafoclimáticas, etc.

Desde o século XIX, especialmente após a Segunda Guerra Mundial, o significativo crescimento e a importância das IG impuseram a sua regulamentação no âmbito internacional. A Convenção da União de Paris (CUP), de 1883, o Acordo de Madri, de 1891, o Acordo de Lisboa, de 1958, bem como o Acordo sobre os Aspectos dos Direitos à Propriedade Intelectual referente ao Comércio (ADPIC), de 1994, balizam a evolução jurídica internacional dos direitos da propriedade intelectual, de que a IG já é considerada como parte importante.

Na União Europeia os selos territoriais são utilizados especificamente na proteção de produtos agroalimentares. A promoção desses selos é justificada pelo desenvolvimento de áreas rurais, diversificação agrícola, e diminuição e inclusão socioeconômica de pequenos produtores. Por se tratar de um mecanismo de proteção do sistema de propriedade intelectual, as IG foram incluídas, no âmbito supranacional do Acordo de Propriedade Intelectual relacionado ao Comércio (ADPIC), na Organização Mundial de Comércio (OMC).

⁵ Em dez anos, o hectare de terra valorizou-se entre 200 e 500%. (cf. pesquisa de campo, ver fichas).

⁶ Não raro encontra-se, na literatura, modo de produção, em lugar de processo produtivo. Todavia, nesta tese, reserva-se o conceito de modo de produção, no sentido amplo, para designar uma totalidade social historicamente definida, e não um modo restrito ou particular de se produzir determinado produto ou de se prestar um serviço. Isso é processo produtivo.

O Acordo ADPIC (parte II, seção 3, art. 22-1) define as indicações geográficas como:

As indicações servem para identificar um produto como sendo originário do território de um membro, ou da região ou localidade deste território, nos casos em que uma qualidade, reputação, ou outra característica determinada do produto pode ser atribuída essencialmente a esta origem geográfica.

Inspirada na Denominação de Origem do Acordo de Lisboa, a definição supracitada é ampla, porquanto abarca a Denominação de Origem, a Indicação de Procedência, e as Denominações Tradicionais com origem geográfica, fixadas pelo Direito da Comunidade Europeia. A abrangência universal das IG, definidas no âmbito do Acordo ADPIC, na tentativa de harmonizar as diferenças nacionais das suas diversas modalidades, entre os países signatários, representa sua fragilidade. Pois, a conceituação vaga deliberada no Acordo suscita divergências no âmbito da OMC, cuja preocupação prática com a proteção das IG tem sido restringida a concorrência desleal (GÓMEZ SEGADE, 1996).

O ADPIC estabelece padrões mínimos de proteção, adotando, por conseguinte, uma definição de IG menos estrita, no que diz respeito à forma e ao conteúdo da proteção, quando comparada à definição de DO difundido entre os países europeus. Para atender às disposições do ADPIC, os países têm sido obrigados a criar ou adaptar seu arcabouço legal e garantir uma infraestrutura adequada de reconhecimento. O Brasil inova ao incluir serviços como objeto de propriedade intelectual passível de reconhecimento por IG.

Merece destaque, na normalização brasileira, a Lei - LPI, Resoluções, Instruções Normativas referente à inexistência de restrições quanto aos tipos de produtos ou serviços passíveis de reconhecimento territorial. Essa normalização, de caráter muito amplo, abrange políticas públicas e programas técnico-científicos específicos voltados ao incentivo do uso das IG, visando à agregação de valor comercial aos produtos, visando também ao desenvolvimento local, à proteção do patrimônio cultural, à diminuição do êxodo rural, dentre outros objetivos. O número de IG já reconhecidas e em processo junto ao INPI cresceu significativamente. No projeto inicial desta tese, ainda no segundo semestre de 2011, contavam-se apenas oito produtos reconhecidos pelo INPI. Em agosto de 2014 já são trinta e sete produtos, além de um serviço, todos sob a proteção do selo IG.

Analisa-se, no estudo das experiências territoriais brasileiras, bem como em dados coletados na pesquisa de campo, as quatro justificativas para promoção da IG já estudadas por Allaire et al. (2005). Justifica-se a IG pela vantagem competitiva de um grupo de produtores frente à concorrência; pela identificação do produto com uma “qualidade superior”; pela valorização de outras atividades, produtos e serviços locais; e, finalmente, pela salvaguarda de um patrimônio territorial e de produtos, cujos modos de fazer tradicionais singulares foram transmitidos ao longo de gerações, construindo alguma notoriedade.

Na prática, a realidade nos territórios reconhecidos com IG demonstra que esses argumentos fazem parte das justificativas, de um modo geral, independentemente do tipo de produto ou do perfil dos produtores. Inclusive a junção dessas justificativas é utilizada por produtos com história sócio-produtiva recente, ou baseados numa perspectiva moderna de produção, cuja diferenciação fundamenta-se na incorporação de inovações técnico-científicas que garantam qualidade. Ao mesmo tempo tentam quebrar barreiras não tarifárias aderindo, por exemplo, ao comércio justo, produção com responsabilidade social e ambiental, segurança alimentar, inclusive através de sistemas de rastreabilidade.

No atual estado das artes, as IG brasileiras podem ser classificadas em dois grandes grupos tipológicos propostos nesta tese.

No primeiro grupo, percebe-se que o reconhecimento de uma IG, para um produto ou serviço, num dado território georreferenciado, encontra-se pautado em características relacionadas com a produção social e historicamente construída, e associada ao território, cujo saber-fazer tradicional é um legado transmitido de geração a geração. A salvaguarda de produtos, especialmente produtos não agroalimentares ou produtos artesanais tradicionais, considerados como patrimônio cultural coletivo intangível (memória tecnológica própria de uma IG), com responsabilidade social, preservação ambiental, conquista e fidelização de nichos de mercados específicos é o argumento utilizado para a efetivação do reconhecimento territorial e seu respectivo produto (ou sistema de produção/atividade) igualmente georreferenciado.

No segundo grupo, a outorga, com registro, de uma IG para um produto ou sistema de produção/atividade georreferenciado encontra-se pautada em outras características. Diferentemente da preservação de patrimônios culturais coletivos tradicionais, reconhecem-se produtos territoriais que têm uma história sócio-produtiva ainda que recente no território

georreferenciado. Percebe-se que, nesse grupo, os produtores adotam uma ação sobretudo preventiva, na proteção dos seus produtos, diferenciando-os com o registro da IG. Apesar de possuírem qualidade e singularidade, atestadas legalmente com a conquista de um registro, os produtos diferenciados e georreferenciados reconhecidos ainda não revelam notoriedade, pois a sua história sócio-produtiva no território é muito recente. Tais produtos diferenciam-se somente pela incorporação de inovações tecnológicas e organizacionais que revelam qualidade e adequação às novas exigências dos mercados para produtos diferenciados por certa exclusividade e qualidade, uma vez em que, legalmente, podem utilizar o signo da IG.

Nesta pesquisa, os níveis espacial e temporal, são objetivamente definidos. Sendo possível mapear todos os produtos e territórios georreferenciados, resta saber quanto tempo é necessário para que um produto adquira notoriedade. Por analogia ao tempo de formação de um sistema agrário, estima-se algo em torno de um século. Essa abordagem geográfico-histórica apoia-se na revisão de leituras a respeito da experiência dos principais países, sobretudo os pioneiros em matéria de IG. Apoia-se também nos estudos de caso, particularmente no Brasil, onde a experiência ainda é muito recente.

A partir da análise histórica das IG brasileiras, como também da tipologia (grupos tipológicos), já é possível perceber que uma IG pode cumprir duas finalidades. A primeira, exaltada em trabalhos acadêmicos de adesão acrítica ao discurso, e em relatórios burocráticos. Essas fontes apenas refletem o discurso oficial.⁷ Constrói-se um arquétipo da IG ideal, instrumento na promoção e salvaguarda do patrimônio cultural, preservação ambiental, responsabilidade social e desenvolvimento territorial (local) sustentável. Desenvolvimento sustentável, porquanto a IG, como bem imaterial de direito exclusivo e coletivo, representa no mercado um signo distintivo. O seu objetivo é a exploração econômica regulamentada; ou seja, produtos e serviços supõem uma exploração sustentável dos respectivos recursos naturais, seja por meio da fixação da quantidade explorada por ano, seja por volume de produção, seja pelo manejo desses recursos. A falta da fixação de uma quantidade-limite ou quantidade máxima do recurso natural “protegido” será referida mais adiante, no caso das Paneleiras de Goiabeiras.

⁷ “Para os pesquisadores em ciências sociais, é mais cômodo permanecer fora do debate público e do confronto político.” ... “A ideia, segundo a qual, a ética do pesquisador e a do cidadão são irreconciliáveis, e também que é preciso separar o debate sobre os meios do debate sobre os fins, me parece ilusória, até compreensível, mas muito perigosa.” (Piketty, 2013, p.946).

A segunda finalidade já revela, nesta pesquisa, uma IG mediada pelo capital e pela propriedade fundiária. O seu objetivo é reconfigurar territórios, produzindo novos espaços, consoante com a lógica produtivista de valorização do capital e da propriedade fundiária, produzindo novos espaços – os territórios georreferenciados. Pautada em leis nacionais e internacionais de propriedade intelectual, essa IG acaba por assegurar a conquista e a proteção de direitos, bem como de rendimentos (lucros e rendas) de monopólio. Teoricamente, espera-se que as IG quebrem barreiras não-tarifárias no mercado globalizado, que é apenas aparentemente liberal. No entanto, é preciso que as IG revelem confiança, tanto no mercado interno, quanto no mercado internacional. Deve-se confiar numa IG brasileira?

O processo empreendedor da implementação de uma IG, independentemente de sua colocação na tipologia, assegura que iniciativas produtivas em escala local utilizem a territorialidade simbólica – típica de uma IG –, visando alcançar a escala global. Reforçada por controles institucionais jurídicos, inclusive supranacionais, a manutenção dessa mobilidade escalar, bem como desse tipo de monopólio, por meio de pretensos direitos de propriedade intelectual, tornou-se um espaço geopolítico estratégico.

Independentemente do grupo tipológico de que o território reconhecido com uma IG faz parte, é de se esperar que todos os produtos georreferenciados gerem rendimentos de monopólio, sejam rendas ou lucros. Contudo, a experiência brasileira nos seus territórios georreferenciados demonstra que isso nem sempre ocorre. O processo de reconhecimento de uma IG distanciou-se daquilo que, histórica e simbolicamente, uma IG representa – um produto que materializa certo patrimônio cultural coletivo. Simbolicamente, a IG distingue, no mínimo, um produto construído social e historicamente. Da interação homem-território, origina-se o seu respectivo conhecimento (o saber-fazer), bem como o seu reconhecimento, que caracteriza a singularidade do produto. Daí emerge uma notoriedade que vai sendo formada ao longo do tempo, reconhecida e valorada pelo consumidor final.

Os impactos dos rendimentos de monopólio sobre os respectivos territórios são expressivamente distintos. Desse modo, sejam quais forem as alegações de singularidade e originalidade dos produtos simbólicos georreferenciados na obtenção de uma IG, sempre se observam duas importantes vias de articulação entre esses produtos e as características socioeconômicas, político-institucionais, geoambientais, histórico-culturais e técnico-científicas do território georreferenciado. Além do recurso à divisão e classificação dos

grupos tipológicos referidos, realizam-se também, nesta pesquisa, estudos de caso como recurso metodológico adicional.

Esta tese é a continuidade e aprofundamento de estudos já iniciados no mestrado, em 2006, sobre o tema “Indicação de Procedência: uma nova dimensão da competitividade para o Território da APAEB-Valente”. A bolsa de estudos concedida pela Fundação de Amparo à Pesquisa da Bahia (FAPESB), com a orientação do professor Vitor de Athayde Couto, possibilitou visitas e entrevistas com pesquisadores do *Institut National d’Appellation d’Origine* (INAO), do *Institut National de la Recherche Agronomique* (INRA), e do *Institut National Agronomique Paris-Grignon* (INA-PG), atual AgroParisTech. Soma-se essa experiência com a participação da autora na execução de dois projetos, com apoio do Ministério de Desenvolvimento Agrário (MDA), como integrante do Grupo de Pesquisa Agricultura Familiar e Desenvolvimento territorial (UFBA/FCE). Essas oportunidades possibilitaram perceber as primeiras contradições do discurso oficial brasileiro. A fragilidade normativa das IG soma-se ao seu distanciamento do que ela representa (ou poderia representar) para o consumidor, no sentido geográfico-histórico ou sócio-cultural, como vem sendo utilizado tradicionalmente na UE. Além das atividades acima referidas, a autora publicou artigos, apresentou comunicações em eventos, e realizou mini-cursos.⁸ Toda essa experiência abriu horizontes para a percepção das inúmeras possibilidades, e da necessidade de se estudar o tema de um ponto de vista crítico e não pasteurizado, como se todas as IG outorgadas no Brasil seguissem a mesma lógica. Metodologicamente, a tipologia evita que a pesquisa permaneça num nível exclusivo de pura abstração.

Posteriormente, veio o convite para a autora dar consultoria no projeto de reconhecimento territorial, via IP, para agregação de valor da aguardente de qualidade da microrregião de Abaíra (UNIFACS / Ministério da Agricultura / COOPAMA-Cooperativa dos Produtores de Cana e Seus Derivados da Microrregião de Abaíra, Bahia). Veio também a concessão de uma bolsa do CNPq, na modalidade EXP-1 (01/10/2010 a 31/10/2010), para realizar curso de capacitação para produtores e lideranças da Associação APAEB, objetivando fomentar ações no Território do Sisal, para implementação de uma IP ou DO para os produtos fabricados com a fibra do sisal. Essas vivências levam a compreender que, no limite, a IG, se bem encaminhada, pode contribuir para integrar a produção familiar, patronal e integrada ao

⁸ As publicações referentes a esses artigos, seminários e mini-cursos encontram-se disponíveis para download in: www.igdoip.blogspot.com

mercado global. O seu registro valoriza e protege produtos e serviços georreferenciados, reconhecidos nas escalas nacional, macrorregional ou mundial, como parte de um projeto mais amplo, objetivo e operacional de desenvolvimento territorial – sobre o que, muito se tem apenas discutido no Brasil, porém com pouca objetividade. A principal razão está na mera reprodução do discurso oficial, facilmente encontrável em muitos artigos e outros trabalhos, inclusive acadêmicos.

Assim como se faz em toda pesquisa científica, opera-se uma revisão bibliográfica e documental, inicialmente exploratória, posteriormente analítica. Nessa etapa faz-se uma breve reconstituição histórica e conceitual do objeto, a IG, inclusive o reconhecimento territorial que ela implica (o território georreferenciado reconhecido pelo INPI). Partindo-se de uma base teórica geral, conceitual e geográfico-histórica, descrevem-se as experiências dos territórios georreferenciados, definidas enquanto estudos de caso – objeto da visita técnica amostral a campo (pesquisa de campo).

Procede-se à identificação das principais características da multifuncionalidade dos territórios georreferenciados com uma IG; suas relações de poder horizontais e verticais, a partir de suas redes e malhas territoriais. Em seguida, define-se uma tipologia, identificando-se as principais justificativas utilizadas na implementação da IG e suas consequências nos territórios reconhecidos. Os processos identitários, típicos de uma IG, materializam-se temporal e espacialmente (geográfico-histórico). Todavia, suas contradições e diferenças revelam uma falsa homogeneidade de identidade territorial que não se percebe no discurso oficial, quando da efetiva implementação de uma IG. Homogeneidade nem sempre confirmada.

Aplica-se o procedimento metodológico com base em três escalas geográficas: local – territórios georreferenciados; nacional – órgãos públicos, legislação, políticas externas referentes ao tema; e internacional – organismos supranacionais que gerenciam e monitoram as IG no mercado internacional. A escala é “o artifício analítico que dá visibilidade ao real”. (CASTRO, 1995, p.133). A realidade, ou [...] “a representação comunicada é extraordinariamente pobre e elementar. Isto não impedirá uma ação eficaz. Haverá esquecimento consciente de uma multidão de detalhes”. (RACINE; RAFFESTIN; RUFFY, 1983, p.128). A formação territorial é resultado de mecanismos endógenos – relações pelos laços de proximidade espacial –, e também exógenos, que interligam um mesmo lugar a várias escalas de organização espacial. (DIAS, 2007).

Realizam-se também entrevistas diretas e flexíveis com pesquisadores e com as principais lideranças dos territórios georreferenciados. Perguntas abertas possibilitam ao entrevistado relatar seus pensamentos e opiniões. Gil (2000) define entrevista como uma “técnica em que o pesquisador se apresenta [diretamente] ao pesquisado e formula perguntas, com o objetivo de obter as informações que interessam à pesquisa.” (GIL, 2000, p.142). São muitas as vantagens da entrevista. Todavia, quando o próprio pesquisador realiza uma entrevista direta e flexível, o tempo despendido é muito maior, daí ser essa técnica adequada para estudos de caso, com base em pequenas amostras. A entrevista direta e flexível atende à máxima citada pelos autores de livros sobre metodologia de pesquisa científica: “é melhor falar muito de pouca coisa do que falar pouco de muita coisa”. A entrevista direta não supõe entrevistadores terceirizados.

Como principais entrevistados, destacam-se:

Na França - Pesquisador Bernard Roux, do *Institut National de la Recherche Agronomique* (INRA), e o Professor Gilles Bazin, do *Institut des Sciences et Industries du Vivant et de l'environnement* (AgroParisTech), ambos especialistas em certificação territorial e de produtos agrícolas, do ponto de vista da teoria da certificação.

Na Itália- Sra. Ida Puzone, coordenadora de Projetos da *Origin*, e Sra. Zitta Bernardi, proprietária de uma vinícola da região da Toscana, detentora de doze Denominações de Origem Controlada (DOC), e quatro Indicações Geográficas Tradicionais (IGT) reconhecidas.

Em Portugal - Sra. Ana Soeiro, Secretária Geral da Associação Nacional de Municípios e de Produtos para a Valorização e Qualificação dos Produtos Tradicionais Portugueses.

No Brasil – Sr. Luiz Cláudio Dupim, Coordenador de Fomento e Registro de Indicações Geográficas do INPI, e a Sra. Lucia Regina Fernandes, Coordenadora substituta do INPI; o Diretor Executivo da Aproarroz (Associação dos Produtores de Arroz do Litoral Norte Gaúcho); Sr. Clovis Terra Machado dos Santos, Gerente de Produção Aquícola do Camarão da Costa Negra, Fortaleza; e a Sra. Ivanira Falcade, professora da Universidade de Caxias do Sul, responsável pela caracterização geográfica da IG do Vale dos Vinhedos (Aprovale).

O conjunto das entrevistas, das visitas técnicas, bem como a aplicação da tipologia revelam resultados que confirmam ser a IG uma forma de se acaparar renda de monopólio, na ocorrência de vantagens competitivas. Em contrapartida, existem territórios georreferenciados, já reconhecidos oficialmente, porém com uma história sócio-produtiva recente. São grupos de produtos georreferenciados que ainda não têm, de fato (apesar de terem, de direito e serem legalmente reconhecidos com uma IG), a notoriedade ou o reconhecimento por parte do consumidor. Em outras palavras, o selo IG, nesses produtos nada especiais, não promove a possibilidade de se acaparar renda de monopólio.

Sobre esse problema, levantam-se duas questões. A primeira refere-se à antecipação, pelo capital produtivo, de processos que visam assegurar um produto singular, embora ele ainda não seja reconhecido pelo mercado. A falta de reconhecimento impede a sobrevalorização econômica do produto. Em outras palavras, não está sendo gerada renda (nem lucro) de monopólio enquanto fração da mais valia social.⁹ Essa sobrevalorização só pode vir a ser observada a partir da elevação dos preços (preços de monopólio) em decorrência da outorga de uma IG. A segunda questão resulta de uma estratégia de marketing, fortalecida pelo apoio do governo federal, através de seus órgãos, autarquias e empresas – a exemplo do MDA/SAF/SDT, MCT/INPI, e MAPA/Embrapa. Esse processo já se observa em alguns territórios georreferenciados.

Além desta Introdução, a tese encontra-se estruturada em quatro seções (capítulos) e nas Considerações Finais. No capítulo 2 – A Proteção dos Nomes Geográficos, apresenta-se um panorama histórico das legislações de proteção aos nomes de origem no âmbito internacional. Discute-se a heterogeneidade nas formas e conteúdo da proteção das IG, entre os países, para contextualizar o debate sobre a concessão das IG, e entender o que ela significa, tradicionalmente, no mercado internacional. Resumem-se algumas referências teórico-conceituais, que servem de base aos levantamentos de dados e à tipologia. Relacionam-se, especialmente, território, IG, e patrimônio coletivo, a partir dos interesses e demandas dos mercados. Essas demandas apóiam-se em critérios de qualidade, sempre relacionada com o patrimônio coletivo georreferenciado. Segundo Barrère (2007), os bens patrimoniais são constitutivos de uma relação econômica específica, ao mesmo tempo complementar e antagônica às relações de mercado.

⁹ Esse assunto encontra-se detalhado mais adiante no item 5.1 Renda de Monopólio e IG.

Na tese propõe-se, desde o segundo capítulo, no item 2.4.1.1 A valorização dos produtos territoriais e a conquista de vantagens competitivas no mercado globalizado, um diálogo permanente entre o local e o global, mostrando como decisões e problemas de ordem técnica, social, cultural ou ambiental e de gestão no âmbito local são influenciados e podem influenciar decisões em cenários multiescalares.

No capítulo 3 – A IG Produz Novos Territórios, definem-se conceitos de território e territorialidade. Definem-se também os termos produto georreferenciado e território georreferenciado, **ambos propostos originalmente nesta tese como categorias de análise**. Faz-se uma breve revisão histórica sobre o sistema de proteção de Indicações Geográficas no Brasil, a legislação pertinente, e os procedimentos de proteção. Por último, analisam-se os impactos que a outorga de uma IG pode exercer sobre os produtores (titulares da IG) e seu respectivo território georreferenciado.

Trata-se também dos sistemas agrários enquanto territorialidade, bem como da multifuncionalidade. Entendendo-se os territórios como multifuncionais, o reconhecimento valoriza o produto ou serviço objeto do pedido de reconhecimento. Valoriza também o respectivo espaço reestruturado – a territorialidade emergente. Outros produtos e serviços dos territórios reconhecidos, como transporte, hotelaria, restauração, artesanato e turismo, viabilizam a inclusão socioeconômica de famílias pluriativas.

No Capítulo 4 – Construindo uma Tipologia Analítica dos Territórios Nacionais Reconhecidos com IG, constroi-se uma análise dos territórios reconhecidos até agosto de 2014, com base em dados primários e secundários. Evidencia-se o importante papel das parcerias na elaboração-execução dos projetos de IG e as justificativas adotadas pelos produtores para sua aplicação como forma de diferenciação e promoção de produtos e serviços no mercado. Para tanto foram consultados trabalhos acadêmicos, artigos, teses e dissertações recentes sobre essa temática, dentre os quais: Souza, 2006; Flores, 2007; Velloso, 2008; Mafra, 2008; Nierdele, 2011; Vitrolles, 2011; Regalado, 2011; Fernández, 2012; Belas, Fernández, 2012.

A análise desses trabalhos permite associar a IG e as justificativas de salvaguarda dos patrimônios culturais. Observa-se também uma associação entre IG e desenvolvimento local e

responsabilidade social. A preservação ambiental é identificada em todas as amostras pesquisadas, independentemente do perfil dos produtores (pequenos, médios ou grandes), do tipo de produto (agrícola ou não-agrícola) do histórico da produção (antigo ou recente), do modo de produção (tradicional ou inovador), e do tipo de IG (IP ou DO).

No capítulo 5 – Tipologia dos Territórios Georreferenciados, apresentam-se a descrição do objeto de estudo, as técnicas utilizadas para a coleta e a análise dos dados, e os resultados da pesquisa de campo. Agrupam-se por semelhança os territórios reconhecidos. Desses agrupamentos constrói-se a tipologia. Dela resultam os Grupos A e N.A. Os produtores no grupo A e seus subgrupos acaparam renda de monopólio. No Grupo N.A e seus subgrupos, os produtores não acaparam renda de monopólio, em virtude do distanciamento desses produtos com o que representa a IG, geográfica e historicamente. Um tipo de cada grupo é escolhido e apresentado, com detalhes, para demonstrar certas características e peculiaridades típicas do subgrupo, e respectivo grupo ao qual pertence.

Ainda no capítulo 5, discute-se da renda de monopólio. No caso específico do Porto Digital do Recife, trata-se do lucro de monopólio do conhecimento tecnológico. Ao contrário da renda, o lucro de monopólio não precisa ter vínculo direto com a propriedade fundiária ou com a posse e uso de recursos naturais. A legislação brasileira guarda certas nuances peculiares em relação ao resto do mundo, em matéria de IG, porque inovou ao criar a possibilidade de uma IG vir a proteger serviços.

Nas Considerações Finais encontra-se um resumo dos principais resultados demonstrados ao longo do relatório da pesquisa. Espera-se que a combinação das entrevistas com visitas técnicas, aplicação do método comparativo, e a construção de uma tipologia revelem resultados que confirmem ser, a IG, uma forma de se promoverem produtos georreferenciados, em nichos específicos de mercado. A IG como bem imaterial acaba proporcionando para alguns produtores titulares da IG a renda de monopólio, via acesso exclusivo a recursos naturais especiais. Além disso, é possível que a combinação de vantagens competitivas com a salvaguarda cultural, a preservação ambiental, o desenvolvimento territorial e responsabilidade social, em última instância, viabilizem a quebra de barreiras não tarifárias.

Os impactos de uma IG e seus possíveis desdobramentos sobre o desenvolvimento territorial sustentável somente podem ocorrer se ela representar não somente de direito – reconhecimento oficial – mas, também, de fato – possuir notoriedade construída socio-ambiental e geográfica-historicamente. Não basta só o discurso oficial. Admite-se também que a IG simboliza, em última instância, uma relação social dialética entre o homem e o território georreferenciado. Essa interação requer um tempo considerável – capaz de produzir uma tradição sócio-produtiva, e conseqüentemente suscitar um produto georreferenciado singular – reputação ou qualidade a partir do *terroir*. Finalmente, apresentam-se sugestões e proposições para a formulação, execução, acompanhamento e avaliação de projetos de reconhecimento territorial, no conceito de IG, de tipo IP e DO.

2 A PROTEÇÃO DOS NOMES GEOGRÁFICOS

2.1 NOÇÕES E EVOLUÇÃO HISTÓRICA DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS (IG)

A Indicação Geográfica foi paulatinamente construída através da história, na medida em que produtores e comerciantes apresentavam produtos cujas qualidades particulares podiam ser atribuídas à sua origem. Inicia-se assim um processo de valorização de determinados produtos através da designação geográfica de procedência, pressupondo um vínculo de qualidade, reputação ou outras características do produto que poderiam ser atribuídas essencial ou exclusivamente à região produtora. Um produto singular geográfico-histórico que ao longo do tempo conquistou uma notoriedade que assegura um sobre-preço, em relação aos concorrentes.

Desde a Antiguidade existiam produtos associados a suas origens como sinônimo de qualidade e boa reputação. Textos bíblicos¹⁰ citam: vinhos de En-Gedi (Cânticos, I, 14) e o cedro do Líbano (Cânticos, III, 9, e Reis, V, 6) (BRUCH, 2008), há referências ao vinho e ao bronze de Corinto na Antiguidade Grega e ao mármore Carrara, no Império Romano (GURGEL, 2005; BARROS, 2007; BRUCH & FRADERA, 2011). Porém, as primeiras regulamentações do uso de nomes de origem, ainda que incipientes e restritas, para designar produtos, datam da Idade Média. Podem-se citar como exemplo: no século XI, a Porcelana de Jingdezhen, cidade da província de Jiangxi, punida a sua falsificação, por ordem do imperador chinês Jingde (de 1004 a 1007) na dinastia Song do Norte (THUAL ET AL, 2009); no século XII, o queijo de Laguiole, pelo monastério francês de Aubrac; e no século XIII, os vidros artísticos de Murano, pelas corporações de Veneza (MARIE-VIVIEN, 2010).

Destaca-se, no período da Idade Moderna, o Alvará Régio de 10 de Setembro de 1756, da Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro, expedido pelo Marquês de Pombal. O Alvará tinha como fim manter a reputação do vinho do Douro, garantir a qualidade da produção e limitar a dominação dos ingleses no comércio do produto das regiões do Douro (BRUCH, 2008). Nesse período, procedeu-se à primeira demarcação de uma área geográfica, feita com 335 marcos de pedra. Além disso, a Companhia realizou a caracterização dos vinhos produzidos na área demarcada e seu controle de qualidade, impedindo a adulteração com vinhos produzidos em outra localidade (SOUSA, 2003). As medidas adotadas pelo

¹⁰ A citação ao vinho do Líbano pode ser encontrada em Oséias (14:7). E o Cedro em Edras (3:7); I Reis(5:6).

governo português, no sentido de organizar os produtores, demarcar a zona de produção, determinar as características do produto e as regras de produção, são tão análogas ao sistema de Indicações Geográficas, que foi posteriormente desenvolvido na França um sistema similar. Segundo Bruch & Fradera (2011), este poderia ser considerado o primeiro caso de denominação de origem. Contudo, a exclusividade do uso do nome “Porto” em benefício dos produtores de vinho da região do Douro só foi juridicamente definida por meio de Decreto em 10 de maio de 1907, este decreto¹¹ definiu uma nova demarcação da região do Douro; regulamentou a produção, a venda, a exportação e a fiscalização deste vinho; e constituiu um controle mais restrito sobre a origem do produto.

Contudo, vale salientar que foi no território francês que as denominações de origem foram juridicamente regulamentadas e estabelecidas, em 1905. Beaur et al. (2006) relatam que a praga provocada pela *Phylloxera* desencadeou uma crise no setor vitivinícola europeu, no final do século XIX. A crise impulsionou o governo francês a criar uma lei específica de combate às falsificações e às crescentes fraudes nas vendas de gêneros alimentícios e produtos agrícolas. Conforme Marie-Vivien (2010), essa mesma legislação foi revista em 1908, e passou a incorporar a delimitação da área de produção, garantindo aos produtores a concessão do título de *appellations de provenance* (denominação de origem). Marie-Vivien (2010, p.161) delinea que a concessão do título era realizada pelo governo de forma administrativa, tendo como base o tripé dos chamados: a) usos locais - regras de produção instituídas pelos produtores de forma cotidiana na área geográfica delimitada; b) usos legais - quando não associados a dissimulações, fraudes, ou enganos; e, c) usos constantes - se conservassem certa regularidade ao longo de gerações. Aquela autora destaca o Champagne, em 1908, e o Cognac, em 1909, como exemplos de nomes notórios mantidos, ainda hoje, graças a essa legislação.

Marie-Vivien (2010) destaca ainda que os processos de delimitações realizados pela administração ocasionavam fortes conflitos entre os produtores franceses sobre os limites das áreas de produção. Uma nova legislação foi implementada em 1919, o que possibilitou aos produtores passar a ter o direito de usar livremente o termo *Appellation d'Origine* (Denominação de Origem) para identificar produtos de uma dada região, independentemente de qualquer delimitação oficial, desde que outros produtores não se considerassem lesados

¹¹ Ver site do Instituto dos Vinhos Douro e do Porto <http://www.ivdp.pt>

com esse uso. No caso de desentendimentos, caberia aos tribunais civis a decisão final quanto ao uso do nome de origem.

Uma importante questão abordada por Marie-Vivien (2010) é a criação, em 1935, do Comitê Nacional das Apelações de Origem¹², para sanar as consequências das decisões desiguais, para caso assemelhados dos tribunais civis, especialmente no que dizia respeito às decisões sobre vinhos e outras bebidas alcoólicas, isso se justifica pelas dificuldades dos tribunais civis em realizar ajuizamentos técnicos sobre as Apelações de Origem (AO), de caráter simples, concedidas por meio de processos judiciais. Posteriormente, em 1947, o Comitê outorgou ao Instituto Nacional das Apelações de Origem (INAO) a competência para execução e reconhecimento das Apelações de Origem Controladas (AOC), concedidas por procedimentos administrativos junto aos comitês especializados, vigente até os dias atuais.




AOC é um selo intrinsecamente ligado ao território, incluindo fatores humanos e naturais. Um produto com esse rótulo tem que ser elaborado na sua região de origem, desde a produção da matéria-prima até sua finalização. (Artigo L. 115-1 do Código francês do Consumo). Para obtenção do AOC, grupos de produtores (associações ou sindicatos) elaboram laudo de especificações e abrem processo de reconhecimento junto ao INAO. Compete ao INAO, por sua vez, elaborar um projeto de decreto contendo: a delimitação da área de produção, as qualidades ou características do produto, e o sistema de controle de produção. Esse projeto de decreto é encaminhado ao Ministério da Agricultura e do Consumo, ao qual compete realizar o reconhecimento oficial AOC. Ele é o mais antigo selo oficial de qualidade intrínseca ao meio geográfico dos alimentos na França. Trata-se de um selo de abordagem territorial, que servirá de inspiração para outros desenvolvidos na UE.

Segundo site do INAO¹³, a AOC contribui para o desenvolvimento local, com a valorização de regiões difíceis e desfavorecidas, e para a conservação do patrimônio agrícola nacional, preservando as tradições culturais. No levantamento de informações para a tese, observa-se que o selo pode ter alguns formatos diferentes – conforme ilustrado nas figuras 1, 2, 3. Todavia, deve constar sempre o nome da AOC e as menções “AOC” ou *Appellation d’Origine Contrôlée*, equivalente ao selo de qualidade *Appellation d’Origine Protégée* (AOP),

¹² Decreto-lei, 30 de julho de 1935, relativo à defesa do mercado de vinho e do regime econômico do álcool. Publicado no Jornal Oficial, e entrando em vigor, 31 de julho de 1935.

¹³ www.inao.gouv.fr;

reconhecido em toda a UE. Os queijos ainda não dispõem logomarca oficial, mas há projeto em andamento, no INAO.

		
<p>Figura 1“Appellation d’Origine Contrôlée” (AOC); <i>Appellation d’Origine Protégée (AOP).</i></p>	<p>Figura 2“Appellation d’Origine Contrôlée” (AOC); <i>Appellation d’Origine Protégée (AOP).</i></p>	<p>Figura 3“Appellation d’Origine Contrôlée” (AOC); <i>Appellation d’Origine Protégée (AOP).</i></p>

Fonte: INAO. Disponível em: <<http://www.inao.gouv.fr/>> Acesso em 12 mar., 2014.

Brabett & Pallet (2005) descrevem que, a partir de 1990¹⁴, esse processo, primeiramente voltado à proteção dos vinhos e outras bebidas alcoólicas, se estendeu aos demais produtos agrícolas, extrativistas e alimentares em geral, que passaram a ser analisados por meio de três Comitês:

Comitê de Vinhos e Aguardentes;

Comitê de Produtos Lácteos; e

Comitê de Outros Produtos Agroalimentares.

O INAO, apesar de manter a sigla, em 2006, passa a se chamar Institut National d’Origine et Qualité (Instituto Nacional de Origem e da Qualidade).

Atualmente observa-se um crescente mercado consumidor, ainda que majoritariamente concentrado na Europa. Esse mercado preza pela qualidade do produto e de todo o circuito de produção, desde a exploração, a elaboração, até a estocagem nos locais de venda. Junta-se a essa realidade um aumento da consciência socioambiental do comércio, por parte do consumidor final. Nesse cenário, ganha proeminência o desenvolvimento de diversos selos de qualidade ou consciência socioambiental. Tais selos são considerados de abordagem qualitativa. Seguindo essa linha de raciocínio, além da concessão das AOC, o INAO juntamente com a Comissão Nacional dos *Labels* e Certificações (CNLC) assumiu a

¹⁴ Lei de 2 de julho de 1990, relativa às apelações de origem controlada de produtos agrícolas ou alimentares. (JO 6 juillet, 1990) www.legifrance.gouv.fr.

administração de um conjunto de mais três selos de qualidade cuja notoriedade independe da origem geográfica. Quatro selos oficiais representam o reconhecimento da qualidade dos alimentos, bem como a salvaguarda do saber-fazer francês: *Label Rouge* (fig.2); Agricultura Biológica (AB) (fig.3); e Certificado de Conformidade de Produto (CCP)¹⁵ (fig.4).

		
Figura 4 – <i>Label Rouge</i>	Figura 5 – Selo da Agricultura Biológica	Figura 6 – Certificado de Conformidade de Produto (CCP)

Fonte: INAO. Disponível em: <<http://www.inao.gouv.fr/>> Acesso em 12 maio, 2012 07:13:02. AOC-IGP. Disponível em www.aoc-igp.ch

Para a Comissão Europeia, trata-se de reconhecer e proteger o conjunto de procedimentos de valorização da qualidade e da origem dos alimentos existentes nos estados-membros, e facilitar os intercâmbios comerciais através da harmonização da regulamentação.

Label Rouge é um símbolo de qualidade francesa que atesta um nível de qualidade superior. Cada *Label Rouge* é regulamentado por um caderno de especificações e por documentos técnicos que definem as condições de produção das cadeias agroalimentares.

Os princípios da Agricultura Biológica (AB) foram introduzidos na França após a Segunda Guerra Mundial. Todavia, a regulamentação oficial da AB só se deu em 1980, com a Lei de Orientação Agrícola. O termo é regulamentado pelo Regulamento da Comunidade Econômica Europeia (CEE) n.º. 2092/91 que define o modo de produção biológica para as produções vegetais, e o Regulamento CEE n.º. 1804/99 para a regulamentação Agricultura Biológica (AB) para produções animais. O selo AB refere-se a um modo de produção agrícola que exclui o uso de agrotóxicos, produtos sintéticos, e Organismos Geneticamente Modificados (OGM). Utilizam-se insumos que não comprometem o equilíbrio ecológico, nem a autonomia dos agricultores em relação ao mercado de insumos industriais.

¹⁵ Em francês, o selo *Produit Certifié* é também denominado *Critères Qualité Certifiés*, traduzido para o português como: Certificação de Conformidade de Produto (CCP).

O selo CCP atesta a conformidade dos produtos de acordo com normas estabelecidas num laudo de especificações e regras previamente definidas num regulamento pelos qualificadores relacionados às características de produção, transformação e/ou acondicionamento. Essas especificações e regras são significativas para o consumidor, mensuráveis e rastreáveis. Em alguns casos, a origem geográfica do produto pode ser incluída, desde que a região de produção esteja registrada com IG. O selo garante aos consumidores produtos com qualidade diferenciada dos produtos comuns; os processos devem ser rastreáveis, assim como os insumos pertinentes, características organolépticas e sensoriais e modo de fabricação que conferem um padrão de qualidade diferenciada. São atestados por meio de avaliação da conformidade.

A França é o país europeu com maior tradição em IG. Entre os produtos agrícolas e gêneros alimentícios protegidos na UE, pela denominação de origem, 16% são franceses. São também franceses 21% dos produtos registrados com IG (INAO, 2014). A experiência da França na criação e gestão do sistema de Apelações (Denominações) de Origem influenciou fortemente as legislações internacionais, em especial o Acordo de Lisboa. Assim, a França constitui referência para a regulamentação, em vários países, do sistema de registro das IG na UE.

2.2 DA CONVENÇÃO DA UNIÃO DE PARIS (CUP) AO ADPIC

No final da Idade Moderna, de uma forma geral, os Estados passaram a adotar algum tipo de norma ou legislação para proteger seus produtos de origem. Contudo, essas providências revelaram-se ineficientes no combate às falsificações e aos atos de concorrência desleal. Acordos bilaterais eram firmados entre países como forma de garantir proteção mútua, mas raramente eram efetivados em razão das constantes guerras na Europa no período (BRUCH & FRADERA, 2011).

Desde o século XIX, e especialmente após a Segunda Guerra Mundial, o significativo crescimento e importância das IG tornou necessária a sua regulamentação em âmbito internacional. A Convenção da União de Paris (CUP), em 1883, o Acordo de Madri (1891), o Acordo de Lisboa (1958), bem como o acordo sobre os Aspectos dos Direitos da Propriedade Intelectual referente ao Comércio (ADPIC) de 1994 constituem a evolução da proteção jurídica internacional dos direitos da propriedade intelectual, inclusive as IG.

2.2.1 Convenção da União de Paris (CUP)

Eymard-Duvernay (1995) alerta que, desde o século XVIII, diversos países tinham interesse numa proteção legal dos direitos de industriais. Essa imperativa necessidade foi concretizada inicialmente com a Convenção da União de Paris, assinada em 20 de março de 1883, considerada o ato fundador da proteção das IG no sistema internacional. De fato, tal convenção construiu as bases do direito da propriedade intelectual¹⁶, pois tinha como principal foco a proteção de privilégios de invenção, de desenhos ou modelos industriais e das marcas de fábrica e comércio, ampliando seu campo e definindo suas regras. Além disso, definiu sanções a contravenções e a repressão à concorrência desleal. Assim, garantiu, aos nomes de origem, uma proteção indireta, limitando-se à prevenção contra falsas indicações de proveniência.

Restringindo-se ao que concerne a IG, vale salientar que os dispositivos da CUP foram insuficientes e muito genéricos para garantir uma proteção eficiente às denominações geográficas, suscitando uma confusão jurídica entre essas e marca. Esse vazio jurídico pôde ser traduzido pelo fracasso da convenção sobre a proteção internacional das IG, e conduziu, a posteriori, a assinatura de acordos particulares restritos, como o Acordo de Madri, assinado na conferência de revisão da CUP, em 14 de abril de 1891. Trata-se do primeiro acordo da CUP a tratar especificamente sobre marcas; assim como o Acordo de Lisboa, assinado em 31 de outubro de 1958 (OMPI, 2011).

2.2.2 O Acordo e o Protocolo de Madri

O Acordo de Madri, além da repressão às falsas indicações de proveniência, acrescentou a punição às indicações enganosas, que se beneficiam da confusão que causam ao consumidor. Nos casos de lugares homônimos, por exemplo, produtores podem aproveitar a notoriedade de uma área geográfica para estimular o consumo de produtos originários de outra área com o mesmo nome, mas sem a mesma reputação. De peculiaridade e alcance restrito, tal acordo tem como pilar o princípio expresso no art. 1, o qual determina que os produtos com uma indicação falsa ou falaciosa devem ser excluídos das importações dos países-membros.

¹⁶ A propriedade intelectual tem a ver com as criações da mente: as invenções; as obras literárias e artísticas; os símbolos; os nomes; as imagens e os desenhos e modelos utilizados no comércio. World Intellectual Property Organization (WIPO): Disponível em <http://www.wipo.int/about-ip/es/>. Acesso em: 22 mai, 16:17:02.

Apesar de ter sofrido inúmeras revisões, simplificações e atualizações, as últimas em 1979, seu dispositivo repressor não conseguiu ser totalmente eficaz nem mesmo no âmbito dos 31 países que o compunham, entre os quais Alemanha, França, Suécia, Suíça, Brasil, Hungria, Japão, Vietnã, Inglaterra, dentre outros, uma vez que não assegurava uma proteção específica para as Indicações Geográficas, e nem sancionava as importações falsas ou falaciosas acompanhadas dos termos: gênero, tipo, estilo ou imitação. (ARRANGEMENT..., 1999).

Essas fragilidades protegiam notadamente o que a literatura costuma chamar de homônimo geográfico¹⁷, a exemplo do conhaque (Cognac) e do espumante (Champagne), termos utilizados na venda de brandies e espumantes de outros países que não a França (especificamente de tais regiões). Utilizando-se da notoriedade de um produto, fabricantes de outras regiões conseguiam um maior lucro que a sua produção sozinha não poderia oferecer. É que o marketing da IG baseia-se em primeiro lugar sobre o nome e a fama do produto, nos quais a sua simples menção em uma etiqueta pode determinar um ato de compra e se traduzir em um lucro maior quando comparado a um produto que não tenha a mesma notoriedade. (GIRARDEAU, 1999).

Foi preciso estabelecer novos requisitos e preposições ao Acordo de Madri, numa tentativa de superar as deficiências e desenvolver um novo Registro Internacional de Marcas. O Acordo passou a se chamar de Protocolo de Madri, firmado em 1889. Tinha como objetivo maior simplificar e tornar mais objetiva a ideia inicial de concentrar o registro de marcas em um só local – Escritório Internacional da Propriedade Intelectual, em Genebra -, diminuindo o custo, a complexidade e o prazo para obtenção do registro da IG e de marcas em vários países (SILVEIRA, 2007).

Em linhas gerais, as disposições do Acordo de Madri estabelecem as regras de pedido, as delimitações territoriais, e o pedido de extensão territorial da proteção da marca registrada internacionalmente. Os efeitos desse registro encontram-se no artigo 4º, e aqui se destaca que todo pedido de registro de marca recebe o direito de prioridade conferido no artigo 4º da Convenção de Paris. O período de validade do registro internacional de marca é de 20 anos, podendo ser renovado por igual prazo. Os requerentes devem recolher taxas nacionais,

¹⁷ É a identidade de duas ou mais IG, de um mesmo Estado ou de Estados diferentes, que permite a mesma grafia e pronúncia diferentes, ou vice-versa. Assim, pode existir um homônimo entre uma IG e uma marca ou entre aquela e um nome de família.

cobradas com discricionarietà pelos Estados-membros, e uma taxa internacional, que será repassada ao Bureau Internacional, pertencente à OMPI.

Atualmente a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) envida esforços para promover uma maior adesão ao Protocolo de Madri, que já contabiliza 91 países¹⁸. (WIPO, 2013). O Brasil, ex-membro do Acordo de Madri, analisa a possibilidade de adesão ao Protocolo. Esse fato suscita na sociedade brasileira discussões sobre o tema. Acadêmicos, profissionais e advogados ligados à propriedade intelectual, bem como as instituições representativas da propriedade intelectual (INPI) e a Associação Brasileira da Propriedade Intelectual (ABPI), têm opiniões divergentes em relação ao Protocolo. Quanto à adesão, o INPI é favorável, porém, a ABPI, por meio de instrumentos legais, tem barrado tal adesão, alegando a inconstitucionalidade a tal tratado internacional.

2.2.3 O Acordo e o Protocolo de Lisboa

A necessidade de um Acordo Internacional que fosse mais específico e abrangente sobre a IG no sistema internacional leva à criação do Acordo de Lisboa¹⁹ e do Protocolo de Lisboa para a Proteção das Indicações Geográficas e seu Registro Internacional. Resultado de uma iniciativa francesa, tanto o referido Acordo, como o Protocolo revisam o Acordo de Madri e instituem o procedimento para uma proteção e um registro internacional das IG.

O Acordo de Lisboa concedeu aos nomes geográficos uma proteção especial, destacando a apelação de origem como figura autônoma no âmbito do direito industrial:

“Entende-se por apelação de origem, no sentido do presente Acordo, a denominação geográfica de um país, região ou localidade que serve para designar um produto dele originário cuja qualidade ou caracteres são devidos exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluindo os fatores naturais e os fatores humanos” (Art.2§1)²⁰

¹⁸ Estão incluídos todos os países da Europa, inclusive o escritório da Comunidade Européia, que também é Parte Contratante do Protocolo, os EUA, alguns países africanos, alguns países árabes, Turquia, Japão, Austrália, China, a República Popular Democrática da Coreia, a República da Coreia, Cingapura e Cuba, para citar apenas alguns (WIPO.INT, 2014).

¹⁹ O Acordo de Lisboa deu origem a União de Lisboa. Disponível em: <http://www.wipo.int/freepublications/es/general/441/wipo_pub_441_2005.pdf-1270.9KB> . Acesso em: 19 mai, 2007, 14:45:02.

²⁰ Legislação francesa de 6 de maio de 1919.

Essa definição consagra a importância da combinação dos fatores naturais e humanos como elemento essencial para a obtenção de um produto único, incomparável, pois ainda que se encontrem em outras regiões o mesmo modo de fazer ou condições naturais similares (clima, solo e matéria-prima), **é impossível encontrar a mesma combinação dos dois**. Em outras palavras, é a combinação dos dois fatores naturais e humanos (saber-fazer local), e não a escolha de um desses dois fatores que torna possível adotar uma IG no âmbito do ADPIC. (GEUZE, 2009; MARIE-VIVIEN, 2010).

Segundo o Acordo de Lisboa, a IG deve ser reconhecida e protegida no país de origem, para que possa vir a ser reconhecida nos demais países signatários da União de Lisboa. Ademais, exige-se um registro no escritório internacional da OMPI para obter o benefício da proteção.

Assim, ficou estabelecido o procedimento que assegura proteção da IG nas transações internacionais. Também ficou definido que todas as imitações de uma IG, mesmo aquelas acompanhadas de expressões como gênero, tipo, maneira, imitação ou similar não poderiam ser mais consideradas genéricas ou semi-genéricas. Passariam a ser consideradas falsificações. Por esse motivo devem ser suspensas as importações de tais produtos pelos países-membro.

Além disso, o Acordo ratifica que a IG possui proteção entre os Estados-membros enquanto estiver protegida no seu país de origem. Entretanto, o pequeno número de países signatários²¹ (ANEXO A) restringe o alcance do Acordo, que, desde 1967, é geido pela OMPI. Esse sistema oferece a possibilidade de se obter proteção da IG somente em 25 países – excluído o país de origem. Contudo, desde o início da década de 90, esse acordo tem conhecido novas solicitações de adesões voltando a adquirir assim uma nova dinâmica e importância no âmbito dos acordos multilaterais da proteção eficaz internacional das IG.

Enquanto propriedade intelectual, as IG também são tratadas no Acordo ADPIC ou TRIPS (*Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights*), executado, desde 1995, pela então

²¹ Atualmente são 26, mas, existem 3 novas solicitações aprovadas para a adesão. OMPI. Disponível em: <http://www.wipo.int/lisbon/es/index.html>. Acesso em: 15mai, 2013, às 18:45:23.

criada Organização Mundial do Comércio (OMC)²² e não pela OMPI. Considerando que há 187 países signatários nesse acordo, notoriamente ele é mais representativo, pois, além de agrupar um maior número de Estados, contém uma obrigatoriedade de negociação pelo aumento da proteção internacional das IG (ADPIC, Parte II, seção 3, art.23).

2.2.4 O Acordo ADPIC

Incluído na ata final do Ciclo do Uruguai (1986-1994), e parte integrante do Tratado de Marraqueche, o Acordo ADPIC foi suscitado na preparação da Conferência Ministerial de Seattle, da OMC. A sua inclusão na Rodada Uruguai deve-se à percepção de que uma maior proteção dos direitos de propriedade intelectual ocasionaria um aumento no comércio mundial. Dessa forma, o acordo incorpora os resultados da Rodada Uruguai de Negociações Comerciais Multilaterais, do GATT. Constituído de 73 artigos, o ADPIC foi assinado em 15 de abril de 1994, entrando em vigor no dia 1 de janeiro de 1996, sendo regulamentado, no Brasil, pelo decreto n.1355/94. Vale salientar que a Rodada Uruguai inovou ao implementar e inserir os serviços (*non-tradable commodities*) – não mais se limitando aos bens materiais (*tradable commodities*) – no rol dos direitos de propriedade intelectual e livre comércio (ADPIC, 1994).

O ADPIC trata dos diversos ramos da propriedade intelectual, tais como: direitos de autor e conexos; patentes; marcas; indicações geográficas; desenhos industriais; e topografias de circuitos integrados. Além de diversas outras funções, podem-se destacar a redução das distorções e obstáculos ao comércio internacional; a redução no comércio internacional dos bens contrafeitos; a harmonia nas relações internacionais; a promoção de proteção adequada aos direitos de propriedade intelectual; estabelecimento dos princípios básicos para a prevenção e solução de controvérsias entre os países-membro no seu âmbito de incidência; e assegurar que as medidas e procedimentos destinados a fazer respeitar os ditos direitos não se convertam em obstáculos ao comércio legítimo²³.

²² A (OMC) é uma organização internacional, com 150 membros, responsável pela supervisão de um grande número de acordos sobre as "regras do comércio" entre os seus estados-membros. Foi criada em 1995 sob a forma de um secretariado para administrar o Acordo Geral de Tarifas e Comércio (GATT), este último um tratado comercial que contribui muito para a própria formação da OMC. OMC: Disponível em < www.wto.org >. Acesso em: 24 mai, 2007, às 08:21:56.

²³ Preâmbulo do Art. 1.1 e 7 do ADPIC.

Empiricamente, o Acordo trata dos direitos da propriedade intelectual, na medida em que esses direitos causam impactos sobre o comércio. Ele visa promover uma proteção eficaz e suficiente desses direitos, fixando normas mínimas de proteção nos principais setores da propriedade intelectual. Trata-se de Acordo a mínima ou Regime Jurídico Mínimo para a Propriedade Intelectual²⁴, inclusive indicações geográficas. As IG são objeto da seção 3, no âmbito da segunda parte do Acordo que trata das “Normas referentes à existência, ao alcance e ao exercício dos direitos da propriedade intelectual”.

Barros (2007) relata que houve uma distinção, entre os países signatários²⁵, que tiveram o prazo, de um a dez anos para adequar suas legislações nacionais visando ao cumprimento das disposições do ADPIC. A maior preocupação dizia respeito às patentes, tendo em vista que antes do ADPIC vários países em desenvolvimento, dentre os quais o Brasil, não reconheciam patentes na área farmacêutica e de alimentos. Era uma forma de se preservarem as indústrias nascentes e ainda incipientes nesses setores, quando comparadas às indústrias dos países desenvolvidos (BERMUDEZ et al., 2000).

Belas (2012) argumenta que o potencial do ADPIC para beneficiar de forma equilibrada e equitativa economias desiguais ainda é bastante questionado. O ADPIC possui um desequilíbrio de base, pois foi elaborado como um pacote global para responder às necessidades dos países industrializados no que diz respeito à liberalização do acesso a mercados na agricultura e nas indústrias (PANIZZON, 2005).

Panizzon (2005) explana que um dos maiores exemplos de que o ADPIC beneficia sobretudo os países desenvolvidos é o fato desse acordo praticamente não oferecer garantias e benefícios aos agricultores e a titulares de conhecimentos tradicionais. Tampouco atende às demandas crescentes de países de grande sociobiodiversidade que passaram a reivindicar a inclusão dos conhecimentos tradicionais nos dispositivos de proteção do ADPIC. No ano de 2001 foi lançado o ciclo de negociações de Doha, cujo objetivo era melhorar as perspectivas

²⁴ O Acordo ADPIC contém certas disposições mínimas que deverão ser incluídas em qualquer lei nacional que regule o direito de propriedade intelectual para assim não haver discrepâncias entre as legislações e a legislação fixada pelo ADPIC (Art.3.1 e 4 do ADPIC)

²⁵ No total, os prazos de transição previstos no art.65 do ADPIC poderiam chegar a no máximo 10 anos para os países em desenvolvimento. Contudo, diante das dificuldades de adaptação de vários países em desenvolvimento, o conselho ADPIC de 25 de novembro de 2005 resolveu prorrogar o período de transição até 1 de julho de 2013.

comerciais relativas à proteção aos recursos genéticos e aos conhecimentos tradicionais associados à biodiversidade.

Ainda conforme Panizzon (2005), numa tentativa de harmonizar o ADPIC, na Convenção da Diversidade Biológica (CDB), alguns países apresentaram propostas com o intuito de garantir que os documentos de patentes indiquem a origem dos recursos da biodiversidade e conhecimentos de povos e comunidades tradicionais utilizados como base para a elaboração de produtos e processos.²⁶ Com essa medida pretendia-se contribuir para evitar apropriações indevidas, garantindo o consentimento prévio informado e a repartição de benefícios com os provedores do recurso ou conhecimento acessado. Contudo, por falta de consenso entre os signatários do ADPIC, esse tema foi excluído da rodada de negociações, em 2004. Também foi excluída das negociações a proposta de extensão da proteção adicional concedida às IG de vinhos e destilados para os demais produtos.

O ADPIC consagra em parte a concepção europeia da proteção das IG separando-a definitivamente da proteção das marcas²⁷. Assim se entende que a IG reforça a competitividade das exportações agroalimentares, valoriza uma agricultura de qualidade em termos de promoção do território e do saber-fazer local, da ocupação do território, e do respeito ao meio ambiente. Esses indicadores não precisam mais ser comprovados em virtude da própria IG (SABIN, Jean-Claude, 1999, p.14).

Segundo as interpretações convergentes de Gómez (1996, p.34 e 79) e Pacón (1997, p.137-170), o ADPIC foi a tentativa mais representativa e ambiciosa de regulação e proteção dos

²⁶Panizzon delinea sobre três propostas para a proteção dos conhecimentos tradicionais apresentadas: 1) proposição de um grupo de 12 países - Brasil, China, Cuba, República Dominicana, Equador, Índia, Paquistão, Tailândia, Venezuela, Zâmbia e Zimbábue - visando modificar o artigo 27§3(b) do ADPIC, que trata sobre material patenteável. No caso de patentes relacionadas a material biológico ou conhecimento tradicional associado o requerente da patente deve identificar a origem dos mesmos e comprovar ter o consentimento prévio para acesso e sua utilização comercial segundo as leis dos países e, por fim, promover a repartição justa dos benefícios obtidos; 2) proposição da Suíça, se refere a inclusão de uma ementa no Tratado de Cooperação e Patentes da OMPI para que as fontes de origem de recursos genéticos e conhecimento tradicional associado sejam informadas pelo inventor; 3) proposição de 41 países que compõem o grupo Africano, defende uma proteção tipo *sui generis* aos conhecimentos tradicionais no âmbito do ADPIC, no sentido de possibilitar o cancelamento dos direitos de propriedade intelectual de indústrias que tenham utilizado o conhecimento tradicional de forma indevida. (PANIZZON, 2005, p. 17-20).

²⁷ A marca é um sinal utilizado por uma pessoa física ou jurídica, para distinguir seus produtos ou serviços dos produtos e serviços de seus concorrentes. Por exemplo, *Bordeaux e Champagne* podem ser utilizadas por todos os vinicultores na área de *Bordeaux e Champagne*, mas somente a Moët & Chandon pode designar seu champagne como marca. (OMPI – www.OMPI.com.br)

bens imateriais – propriedade intelectual – em todo o mundo. Trata-se de um ordenamento jurídico de ampla complexidade, não só pelo conteúdo substantivo e adjetivo das novas normas, mas especialmente pelo tratamento dado às relações econômicas e comerciais.

Deve-se destacar que somente foi possível alcançar um acordo sobre IG, nessa dimensão, incluindo a propriedade intelectual, graças à disposição favorável de grandes países como os Estados Unidos, e os países europeus. Apoiados (e pressionados) por importantes capitais internacionais, a exemplo da indústria farmacêutica e química, os seus representantes tiveram interesse em salvaguardar especialmente as patentes e marcas. Esses países desenvolvidos foram tratados por Pacón (1997, p.168) como sendo “do Norte”. Através da persuasão político-econômica impuseram, aos países emergentes, a adoção de normas de repressão à pirataria e instrumentos mais eficazes de proteção aos direitos de propriedade intelectual. (GOMÉZ, 1996, p.53). Assim, passou-se do patamar de repressão às falsificações para um incentivo de proteção às verdadeiras indicações.

O Acordo ADPIC (parte II, seção 3, art. 22-1) assim define as IG:

As indicações servem para identificar um produto como sendo originário do território de um membro, ou da região ou localidade deste território, nos casos em que uma qualidade, reputação, ou outra característica determinada do produto pode ser atribuída essencialmente a esta origem geográfica.

Inspirada na Denominação de Origem do Acordo de Lisboa, a definição supracitada é ampla, porquanto abarca a Denominação de Origem, a Indicação de Procedência, e as Denominações Tradicionais com origem geográfica, fixadas pelo Direito da Comunidade Europeia. A abrangência universal das IG, definidas no âmbito do Acordo ADPIC, na tentativa de harmonizar as diferenças nacionais dos conceitos de indicações geográficas entre os países signatários, representa sua fragilidade. A conceituação vaga deliberada no Acordo suscita divergências no âmbito da OMC, cuja preocupação prática com a proteção das IG tem sido restringida à concorrência desleal.

Marie-Vivien (2010) indica que a proteção diferenciada para os nomes de origem é vista como uma forma de se reduzirem os conflitos com marcas registradas. São exemplos o queijo Roquefort, fabricado na Austrália, e o queijo “tipo” parmesão, fabricado no Brasil. Por mais que o consumidor tenha a indicação de que o produto não foi fabricado em Roquefort, na

França, ou em Parma, na Itália, permanece a associação desses produtos a produtos notórios por suas qualidades. Representantes dos países europeus argumentam que a defesa do registro dos nomes de origem é uma maneira de reconhecer e fazer justiça aos detentores de um saber-fazer tradicional e histórico, por vezes secular, de interação de homem e território.

Sylvander et al (1995) relatam o conflito de interesses entre os países com uma história sócio-produtiva mais antiga, como os europeus, e países ditos do “novo mundo” ou economicamente denominados “emergentes” que defendem o direito dos imigrantes de usar a reputação de produtos cujo saber-fazer trouxeram de seus países de origem. Ademais, em relação aos países europeus, esses novos processos sócio-produtivos, típicos de países do novo mundo ou emergentes, estariam em desvantagem em relação a sistemas de proteção estatal consolidados no tempo.

Percebe-se neste ponto da tese, a importância do termo *terroir*²⁸, pois suas diferentes interpretações e suas diferentes definições são capazes de formar um arcabouço teórico (talvez um conceito geral e abstrato), que pode vir a ser utilizado pelo Estado, no planejamento e desenvolvimento de políticas públicas. Revela-se importante, também, o papel estatal como responsável pela estruturação do sistema de marcas e IG. MARIE-VIVIEN (2010). De fato, analisando-se burocraticamente, a estruturação do sistema de marcas brasileiro é menos complexo do que aquele para o registro da IG. Notoriamente, no Brasil há um expressivo incentivo técnico e financeiro para o reconhecimento de novos territórios com IG, ainda que o consumidor brasileiro confunda, facilmente, os termos e os significados de marca e IG. É que a análise da qualidade e o controle, no caso das marcas, acabam ficando a cargo do consumidor.

Aquela mesma autora adverte para a possibilidade de se gerar uma confusão, por parte do consumidor, sobre os limites conceituais (o conceito, no sentido vulgar, ou seja, a ideia formada) entre marca e IG. Por exemplo, a denominação “Cachaça de Abaíra”²⁹, que constitui

28 Berard et al (2005) definem *terroir*, sem tradução em português, como um termo francês para designar local, geralmente uma zona rural, de onde provêm um saber-fazer ou produtos específicos. Essa especificidade origina-se da interação entre homem (fator humano) e meio (fator natural), e no processo produtivo dá-se um saber-fazer peculiar local. Na ampliação do conceito desenvolvido por geógrafos franceses, é um conjunto de terras sob a ação de uma coletividade social integrada por relações familiares e culturais e por tradições de exploração de seus produtos.

²⁹ Mais informações, disponível in: <http://www.mapadacachaca.com.br/guia/cachaca/abaira-prata/> e www.cachacaabaira.com/

uma IG referente à microrregião de Abaíra. Todavia, nas visitas técnicas, verificou-se que a produção historicamente reputada e notória da cachaça na Bahia é associada a toda a macrorregião da Chapada Diamantina. Ocorre que a IG delimita apenas quatro municípios: Abaíra, Jussiape, Mucugê e Piatã. Até 1997, Cachaça de Abaíra era simplesmente uma marca.

2.3 DIREITO COMPARADO: DIFERENTES INTERPRETAÇÕES E PROTEÇÕES JURÍDICAS DA IG ENTRE OS PAÍSES

Diferentes contextos históricos, econômicos e as tradições jurídicas nacionais têm originado distintos instrumentos de proteção legal às IG nos países. Atualmente, no âmbito jurídico, há um conjunto de procedimentos diversos, com distintas concepções de IG adotadas, na legislação nacional dos diversos países. Audier (1999) destaca que não há uma proteção internacional da IG, mas “critérios internacionais das distintas proteções nacionais” (2008, p.417). Esse mesmo autor também destaca as divergências quanto aos tipos de produtos que podem ser reconhecidos, bem como o papel conferido ao Estado na proteção da IG.

Países como: EUA, Canadá, Bulgária, Republica Tcheca, Albânia, China, Peru, Rússia, Romênia, Eslovênia, Suíça, Turquia, Cuba, África do Sul e Hong Kong incluem o reconhecimento e a proteção legal da IG na mesma regulamentação de marcas e/ou registram junto aos escritórios de proteção de marcas AUDIER (1999).

2.3.1 Diversidade das definições legais sobre IG

Audier (2008) no seu estudo sobre as legislações dos países membros do ADPIC sinaliza que: 42 países e ainda a União Europeia utilizam a mesma definição de IG que consta no Art.22§1 do ADPIC juntamente com a definição de Denominação de Origem, conforme Art.2§1 do Acordo de Lisboa (1958); por outro lado, 16 países acrescentaram a IG uma Indicação de Proveniência ou Indicação de Procedência sem conceituar IG, o Brasil, insere-se nesta lista; 10 países utilizam apenas a definição de Apelação de Origem ou Denominação de Origem; e, 38 países possuem a mesma definição de IG que consta no Art.22§1 do ADPIC.

No caso brasileiro, é possível observar que o termo Indicação de Procedência é usado de forma similar ao conceito de Indicação Geográfica do ADPIC. Essa confusão entre a modalidade brasileira IP e a Indicação de Proveniência, do sistema legislativo europeu, faz

parte do histórico das legislações de Propriedade Industrial no Brasil, que alternaram esses dois termos, a princípio mantendo o sentido adotado pela Convenção de Paris, para modificá-lo definitivamente com a Lei de Propriedade Industrial no.9279 de 14.05.1996. GONÇALVES (2008).

Os diferentes termos, e as possíveis combinações entre eles, ressaltam concepções diferenciadas de proteção. Por exemplo, a necessidade de delimitar ou não oficialmente uma zona de produção transformação; a obrigatoriedade ou não de comprovar a influência de fatores naturais e humanos sobre a notoriedade do produto; e, ainda, a possibilidade ou não de proteger denominações tradicionais, além dos nomes geográficos propriamente ditos.

A proteção jurídica cabível à IG no plano empírico das negociações internacionais ainda se desenvolve com base em acordos bilaterais, e a partir de produtos específicos, em virtude especialmente das diferentes concepções semânticas da IG no plano intranacional. O termo Indicação Geográfica no ordenamento jurídico dos países é conceituado de três maneiras: a) sinônimo de Apelação de Origem ou Denominação de Origem; b) sinônimo de Indicação de Proveniência ou Procedência; ou, c) para indicar a possibilidade de ser uma Denominação de Origem ou uma Indicação de Proveniência ou Procedência, como no caso do Brasil, de Cuba e do Peru. AUDIER (2008, p. 421). O termo Indicação de Procedência, por sua vez, tem sido usado como sinônimo de Indicação de Proveniência a depender da tradução que os países façam do texto da Convenção de Paris (1883). Os conflitos comerciais referentes ao ADPIC são encaminhados para a OMC, ou seja, para o âmbito multilateral.

Nesse contexto das diferenças legislativas o Brasil lançou uma iniciativa inovadora - a partir do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), desenvolvendo um portal que visa sistematizar e divulgar informações sobre o tratamento dado à propriedade intelectual nos países da América do Sul. Com o objetivo de facilitar a cooperação desses países nesta questão, "o portal deverá incentivar o intercâmbio entre estas nações sobre as legislações e procedimentos de cada país, dessa forma, compartilhar melhor o sistema de Propriedade Intelectual" (INPI, 2007a)

2.3.2 Selos Territoriais e os certificados de especificidade na UE: promoção de produtos agroalimentares.

Na UE existe uma ampliação da IG em seu território, a partir da década de 70, através do sistema de qualificação e etiquetagem que objetivava relacionar o produto e sua notoriedade ao seu território de origem. Soeiro (1999) destaca que na União Europeia houve uma reorientação da política agrícola, para promover certos produtos agrícolas, seja pela forma de produção ou origem. O Regulamento da Comunidade Econômica Europeia (CEE)³⁰ é a comprovação dessa política pública agroalimentar cujo objetivo era constituir um trunfo comercialmente importante, especialmente para zonas rurais desfavorecidas, proporcionando consequentemente uma melhoria dos rendimentos dos produtores, contribuindo para a fixação das populações ao mundo rural, ao mesmo tempo, que atenderia uma demanda de mercado cada vez mais exigentes em termos de qualidade.

Assim, após publicação dos Regulamentos da Comunidade Econômica Europeia (CEE) n.ºs 2081/92 e 2082/92, passaram a existir regras comuns aos países europeus em relação à obtenção de produtos agrícolas e gêneros alimentícios qualificados, que passaram a ser protegidos com os selos: “Denominações de Origem Protegida” (DOP); “Indicação Geográfica Protegida” (IGP); e posteriormente, com o Regulamento CEE n. 509/2006³¹ o selo “Especialidade Tradicional Garantida” (STG), para proteger produtos e titulares de conhecimentos tradicionais. Para dar a conhecer largamente esses produtos e ao mesmo tempo protegê-los de uma concorrência desleal, a União Europeia, inspirada no sistema francês de qualidade, criou os seguintes rótulos de qualidade com abordagem territorial, representados nas figuras 4, 5, 6 abaixo:

		
Figura 7 – Denominação de Origem Protegida	Figura 8 – Indicação Geográfica Protegida	Figura 9 – Especialidade Tradicional Garantida.

³⁰ UE – União Europeia. Regulamento (CEE) n.º 2081/92 e 2082/92 do Conselho, de 14 de Julho de 1992, relativo à proteção das indicações geográficas e denominações de origem dos produtos agrícolas e dos gêneros alimentícios. Jornal Oficial das Comunidades Europeias n.º L 208, p. 0001 – 0008, de 24 de Julho de 1992.

³¹ Regulamento CEE de 31 de dezembro de 2006, relativo às Especialidades Tradicionais Garantidas (STG) dos produtos agrícolas e dos gêneros alimentícios na Comunidade Europeia. Jornal Oficial da Comunidade Europeia n. XVI, p. 0007-0011 de Dezembro de 2006.

Fonte: SOEIRO, A. Nota de abertura. In: Guia dos produtos de qualidade 99. Lisboa, Direção Geral de Desenvolvimento Rural, 1999. P.5

Para a Comissão Europeia, tratava-se de reconhecer e proteger o conjunto de procedimentos de valorização da qualidade e da origem dos alimentos existentes nos estados-membros, e facilitar os intercâmbios comerciais através da harmonização da regulamentação.

A Denominação de Origem Protegida (DOP) expressa o conceito da *Appellation d'Origine Contrôlée* (AOC) da França e da Denominação de Origem (DO) do Acordo de Lisboa. Considerando fatores naturais e humanos, a produção, transformação e elaboração devem ocorrer dentro da área geográfica reconhecida. Por sua vez, a Indicação Geográfica Protegida (IGP), designa apenas que, pelo menos, uma das etapas de produção, transformação e elaboração ocorreu na área delimitada. Na base de dados *Database of Origin and Registration*,(DOOR) exclusiva aos produtos agrícolas, que reúne as solicitações e registros de DOP e IGP para produtos agroalimentares na UE, encontram-se: 521 DOP registradas, a maioria refere-se a produtos como queijos e azeites, e 484 IGP, referentes a produtos como carnes, frutas, legumes e cereais³².

Certificado de especificidade, mais frequentemente designado por Especialidade Tradicional Garantida (STG). Esse selo traduz aos consumidores a especificidade do produto, elaborado a partir de matéria prima, processo de produção ou composição tradicionais. Este processo tem como meta proteger receitas e métodos tradicionais ligados ao patrimônio ou história específica surge para atender a demanda de alguns países membros da UE na proteção de saberes e receitas tradicionais. Pouco conhecida e utilizada em comparação ao DOP e a IGP, atualmente, conta com apenas 40 registros de reconhecimentos relativos a cervejas, massas, produtos de confeitaria, dentre outros³³.

Contudo, foi preciso mudar a legislação europeia em 2006. O Regulamento CE 2081/92, determinava que, para a concessão do reconhecimento DOP ou IGP, seria preciso a elaboração de especificações como parte do processo para a concessão do título. O caderno de especificações deveria conter: a) descrição do produto; b) delimitação da área de produção; c)

³² <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html>, acessada em 01.08.2011 Para os vinhos existe a E-BACCHUS <http://ec.europa.eu/agriculture/markets/wine/e-bacchus/index.cfm>.

³³ A lista pode ser visualizada em http://ec.europa.eu/agriculture/quality/schemes/index_en.htm acesso 07.04.2014.

comprovação da ligação com o meio geográfico ou com a origem geográfica; d) descrição das etapas de produção, de transformação e/ou condicionamento; e) apresentação de elementos específicos de rotulagem; f) explanação sobre a uma estrutura de controle das etapas produtivas, bem como possíveis exigências de disposições intra comunitárias ou do direito interno dos respectivos países.

As regras contidas no art.12 do regulamento CE2081/92 condicionavam o registro de produtos provenientes de países terceiros às mesmas normas e procedimentos administrativos cabíveis aos países europeus. Assim, o país terceiro que almejasse ter uma IG reconhecida no âmbito da UE era obrigado a ter legislação equivalente em termos de exigências quanto à existência e o conteúdo de um caderno de especificações, e à existência de instituições governamentais para a solicitação do registro junto à UE, acompanhamento de possíveis oposições e controle para garantir as especificações do produto. Assim, países terceiros teriam que obrigatoriamente possuir estruturas governamentais nos mesmos moldes europeus, tanto para o registro e o controle, quanto para acompanhar os trâmites da documentação da CE.

A dificuldade burocrática prevista no Regulamento CE 2081/92, para aceitação de produtos de outros países Estados Unidos e Austrália³⁴ impetraram uma ação, em relação aos requisitos da IG, no Órgão de Regulamento de Diferenças (ORD) da OMC questionando a conformidade do regulamento CE 2081/92, junto ao ADPIC. Esses países questionaram os critérios exigidos pela UE, e alegaram que o CE 2081/92 continha regras mais restritivas a IG do que as disposições do ADPIC, uma vez que, o respectivo Acordo não exigia para o reconhecimento de uma IG, a elaboração de um caderno de especificações, e nem a criação de estruturas responsáveis pelo controle e oposição. Vale salientar, sobre esse aspecto, que a legislação brasileira sobre IG, desde 1996, época em que entrou em vigor no país, segue uma linha muito similar à europeia, especificamente a francesa.

O ORD definiu em seu parecer que as exigência da UE para reconhecimento da IG era uma forma de discriminação a produtos de países terceiros, como também, uma imposição do modelo europeu de legislação sobre o assunto aos outros países. O Regulamento CE2081/92

³⁴ Estados Unidos e Austrália adotam a proteção por meio do sistema de marcas com estruturas menos burocráticas de registro)

foi substituído pelo Regulamento CE 510/2006³⁵, objetivando a harmonização legal às determinações do Órgão de Regulação de Diferenças (ORD) da OMC sobre a concessão de IG para países terceiros na UE.

Marie-Vivien & Thévenod-Mottet (2007) delineiam que atualmente a estrutura legislativa e burocrática mais expressiva sobre IG, na UE é o regulamento CE 510/2006. Esse Regulamento, diferentemente daquele da CEE/92, não contém para a concessão de IG de países terceiro a participação obrigatória de autoridades governamentais (arts. 7.2 e 7.5), para as oposições e o controle dos produtos. Todavia, seus dispositivos exigem: a) comprovação do reconhecimento prévio no país de origem (art.13); b) área demarcada e a comprovação da sua relação com o meio geográfico (art.59); e, c) documento contendo especificações do produto.

Destaca-se que supracitada alteração legislativa na UE, possibilitou o reconhecimento de todos os atuais registros e solicitações na base de dados DOOR³⁶. Após nove anos da mudança legislativa, apenas 19 registros de países terceiros foram efetuados. O Brasil, por exemplo, somente em 2007, um ano após a mudança legislativa conseguiu a primeira Indicação de Procedência reconhecida pela União Europeia. A IP Vale dos Vinhedos, no Rio Grande do Sul, perdurou cerca de 12 anos, para que os vinhos brasileiros alcançassem, uma condição próxima Denominação de Origem (DO ou DOC), atestado internacional de tipicidade da bebida³⁷.

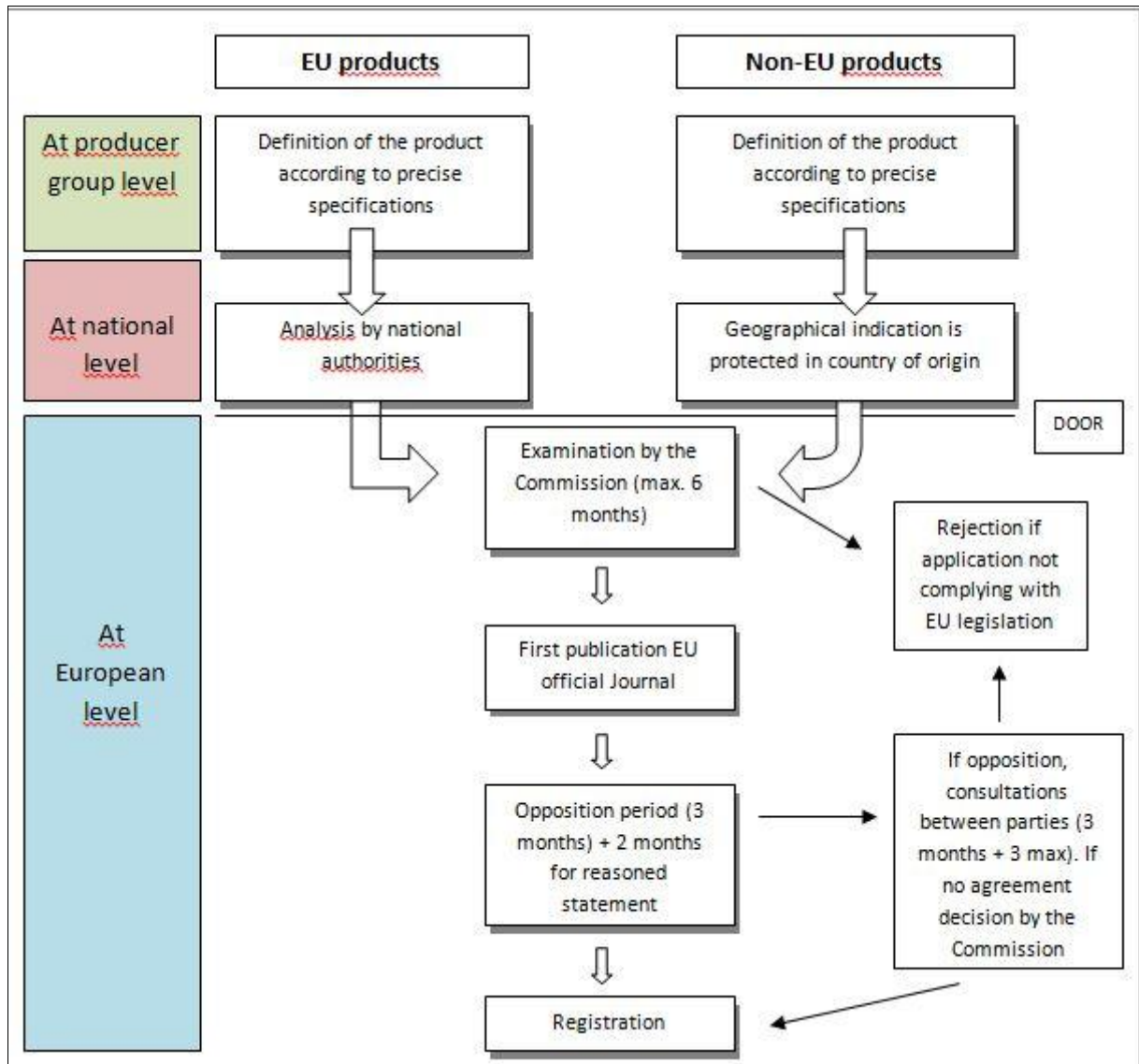
Atualmente, de forma esquematizada e objetiva, a obtenção dos selos de abordagem territorial, pode ser descrita como segue:

³⁵ Regulamento CE 510 de 20.03.2006 (Jornal Oficial nº L 093 de 31/03/2006 p. 0012 - 0025)
<http://eur-lex.europa.eu>.

³⁶ Em pesquisa ao banco de dados DOOR.

http://ec.europa.eu/agriculture/quality/schemes/index_en.html

³⁷ www.valedosvinhedos.com.br/userfiles/file/cartilha_DO%20Aprovale.pdf



Quadro1: Obtenção dos selos de abordagem territorial para Produtos da EU e estrangeiros

Fonte: Database of Origin and Registration, 2014.

A iniciativa europeia pelos selos territoriais, de qualidade e de conhecimento tradicionais, aliada à conjuntura do comércio internacional suscita em diversos países demarcações de territórios produtores. O interesse por esse tipo de proteção adicional a produtos é compartilhada além da União Europeia, por uma série de países em desenvolvimento: Índia, Islândia, República Checa, Marrocos, Venezuela, Cuba, Turquia e Nigéria (AUDIER, 1999). Podem-se citar como exemplos, no México, a *zona del agave azul tequilana Weber*, protegida desde 1974; a República do Peru, que por meio de uma *Resolución directoral 072087*, de 12 de dezembro de 1990, outorgou ao Pisco uma Indicação Geográfica Nacional; a Venezuela e a zona de Chuao, que em dezembro de 2002, através da *Resolución 206*, estabeleceu uma DO sobre esse território. Assim, a valorização de produtos locais, através da percepção de sua unicidade e exclusividade, em virtude das tipicidades geográficas e humanas

de sua respectiva região, tornou-se um grande instrumento estratégico, no ganho de vantagem competitiva de uma região em relação ao mercado global (CALDAS, 2005, p.12).

Williams (2002) salienta que ainda são necessárias análises mais aprofundadas para comparar as vantagens e as desvantagens reais dessa proposta da IG na proteção dos produtos e o ganho de vantagem competitiva para a economia dos países emergentes ou do novo mundo. Aqui se questiona se a IG representa, empiricamente, apenas mais encargos administrativos para o Estado e para os produtores, sem o retorno socioeconômico esperado. O fato é que o uso de IG de outros países é uma prática tanto entre países desenvolvidos quanto entre os países emergentes ou do novo mundo. (WILLIAMS, 2002, p.17-18).

2.3.3 Divergências Normativas – escala local, nacional e internacional: limites e possibilidades para a proteção da IG

Existem duas correntes divergentes em relação ao futuro e aos reais impactos de uma IG na proteção de um dado produto, seja pelo aspecto da tradição ou pelo aspecto comercial. Uma corrente de autores, que tem como expoente expressivo Audier (2008), alega que as divergências conceituais da proteção da IG nos diversos países assumem contornos normativos inconciliáveis, sendo preciso uma harmonização legislativa supranacional eficaz, para que haja uma real proteção internacional das Indicações Geográficas, nos acordos multilaterais. Por outro lado, Allaire et al. (2005) afirmam que vantagens socioeconômicas provenientes da IG têm gerado negociações em torno de novos consensos que visam harmonizar as diferenças legislativas, por meio do aparelho estatal.

Durante os anos 2000 a 2003, quinze grupos de pesquisas de nove países europeus (Alemanha, Bélgica, Espanha, Finlândia, França, Itália, Portugal, Reino Unido, e Suíça) utilizaram os resultados do projeto *Development of Origin Labelled Products: Humanity, Innovation and Sustainability* (DOLPHINS) com a finalidade de: a) analisar as ferramentas para a avaliação de políticas públicas relativas aos mercados ou ao desenvolvimento de produtos, paralelamente à evolução da proteção dos selos de origem para produtos agroalimentares; b) fornecer sugestões à Comissão Europeia para negociações junto à OMC, colaborar para a uma convergência nos debates internacionais pela análise da rede de atores atuantes na fomentação dos acordos bilaterais e na construção das ferramentas para sua execução. (BELAS, 2012).

Allaire et al. (2005) informam que esses estudos, realizados na União Europeia, abordaram e analisaram as justificações das políticas de incentivo, proteção e promoção de IG promovida pelo aparato estatal, nos respectivos países. Apesar das diferenças legislativas nacionais sobre a IG, é possível identificar instrumentos legislativos nos países europeus que compreendem quatro fases temporais, pautadas numa determinada justificação para políticas públicas de promoção e incentivo à IG. São essas as justificações utilizadas, isoladamente ou em conjunto, pela totalidade dos países, para proteger seus produtos no mercado supranacional, apoiados no signo da IG.

A primeira fase era pautada na justificação da vantagem competitiva frente à concorrência. Sylvander et al (2005) destacam que, apesar das datas divergirem de um país para outro, a justificação da concorrência esteve presente nas políticas públicas, do final do século XIX até o final da década de 1970. A preocupação dos Estados em regulamentar as trocas comerciais fez surgir mecanismos jurídicos e institucionais para coibir a concorrência desleal e as fraudes, especialmente nessa fase, em relação ao setor vitivinícola³⁸.

A segunda fase aconteceu entre os anos 1970 e 1990, e se pautava na justificação da regulação do mercado. A IG é associada a produtos de “qualidade superior” para favorecer a diversificação e regulação dos mercados agrícolas. De acordo com Allaire et al. (2005), nessa fase surge a noção de *typicité* (tipicidade) e, conseqüentemente, a valorização do *terroir*. Criam-se assim, nichos de mercados, a partir de produtos intimamente ligados ao território, gerando o que se denomina Economia da Qualidade, assunto retomado mais adiante.

A terceira fase abrange o período entre a década de 1990 e o início do século XXI, e tem como justificação o desenvolvimento local e rural. A IG é interpretada como instrumento para a valorização da multifuncionalidade local, em seu entorno, a exemplo de atividades turísticas, artesanato, e outras produções locais e regionais.

³⁸ Pode-se citar, por exemplo, a França. Como já explanado, a concessão de direitos de propriedade intelectual, por meio do sistema jurídico AOC, tinha por objetivo reconhecer o investimento coletivo de um grupo de produtores no estabelecimento da notoriedade e manutenção da reputação de um determinado produto, ao longo de gerações. A garantia a esses produtores da exclusividade do uso do nome de seu produto notório impedia terceiros de se aproveitar da reputação alheia de forma desleal para auferir vantagens comerciais

Sobre a possibilidade de desenvolvimento local, vale salientar, aqui, que pesquisadores renomados como: ALLAIRE et al. (2005); BÉRARD et al. (2005); MOLLARD e PECQUER (2007); HIRCZAK et al. (2008), com base em estudos empíricos, comprovam que o consumo de produtos de notoriedade reconhecida, pela sua origem, influencia o consumo de outros produtos típicos e serviços específicos do mesmo território, compondo o que os autores supracitados denominaram de cesta de bens e serviços ou *le panier des biens*. Destaca-se que a composição do *panier des biens* baseia-se na disponibilidade de acesso a outros produtos, na infraestrutura e aparato turístico, e nos recursos naturais ou patrimoniais que evidenciam a singularidade do território, inclusive a paisagem.

Belas (2012) sustenta que a junção das estratégias de atores privados e públicos na promoção e marketing de um produto local reflete-se em todo o território que, por sua vez, adquire uma produção associada à reputação de qualidade. Essa reputação influencia novos consumidores a adquirir outros produtos e serviços, diferentes, no mesmo território. Daí resulta uma multifuncionalidade em torno da IG, expressa pela oferta e demanda bens e serviços diversos desenvolvidos no território reconhecido, conforme se demonstra no capítulo 3.

Allaire et al (2005) afirmam que a quarta e última fase, amplamente utilizada nos tempos atuais, pauta-se na justificativa da salvaguarda de um patrimônio. A IG é entendida como instrumento de preservação de paisagens rurais, de recursos genéticos e de um saber-fazer cultural tradicional associado ao processo produtivo. Dessa forma, insere e protege pequenos produtores, divergindo da produção capitalista em escala, e contrariamente existe uma preocupação na conservação da biodiversidade territorial. Assim, juntam-se qualidade e diferenciação dos produtos com base em valores socioculturais e histórico-éticos. Belas (2012) destaca dois movimentos ocorridos na Europa: o *Slow Food*, que valoriza a culinária tradicional e os produtos locais; e o movimento ocorrido na própria OMPI, no âmbito do Comitê Intergovernamental sobre Propriedade Intelectual e Recursos Genéticos, Conhecimentos Tradicionais e Folclore. Vale salientar que esse Comitê Intergovernamental, através da Convenção da Diversidade Biológica (CDB), tenta harmonizar legislativamente conceitos e instrumentos normativos de propriedade intelectual, especialmente a repartição de benefícios pelo acesso e uso do conhecimento tradicional associado à biodiversidade e à soberania dos países na gestão dos seus recursos naturais³⁹.

³⁹ Disponível in <http://www.wipo.int/globalissues/igc/documents/index-fr.html>

Itália e Portugal destacam-se entre os países europeus que consideram a IG como patrimônio. Na Itália, o Decreto 173/98⁴⁰, por exemplo, no art. 8 trata da promoção do “patrimônio gastronômico”, propondo a identificação de produtos tradicionais por meio da produção do Atlas do Patrimônio Gastronômico, que será integrado a outras referências do patrimônio cultural como o artesanato. BELAS (2012). A mesma autora destaca outra iniciativa específica, na Sardenha. Trata-se do lançamento de uma a Marca Coletiva Geográfica (MCG) para proteger produtos artesanais da região, particularmente da tecelagem, cerâmica, escultura em ferro e outros materiais da região de Sardenha, pelo Departamento Regional de Artesanato, Turismo e Comércio, em colaboração com o sistema de Câmaras de Comércio⁴¹.

Belas (2012) acrescenta ainda que, em Portugal, o fomento à IG de produtos de artesanato é feito pelo Programa para a Promoção os Ofícios e das Microempresas Artesanais (PPART). A certificação constitui um dos seus eixos de atuação, que financia pesquisas para identificar as referências histórico-geográficas de produções artesanais do país, números de artesãos, condições de trabalho, técnicas de produção e demanda de mercado. A documentação serve de subsídio à elaboração de cadernos de especificações de produtos artesanais que são encaminhados ao INPI português, visando ao registro de IG. Ações experimentais de concepção, produção e lançamento de novas linhas de produtos são desenvolvidas, aliando tradição e inovação, a partir da parceria com instituições locais. Em alguns casos, atuam também enquanto entidades de controle da qualidade dos produtos. O PPART foi responsável, ainda, por elaborar uma proposta legislativa para a criação do sistema de qualificação e certificação de produtos artesanais tradicionais não alimentares, que atualmente aguarda a aprovação do congresso português.

Pela análise histórica da evolução das justificações para implementação da IG, percebe-se que os Estados europeus, ou qualquer outro que reconheça selo territorial, utilizam-se das justificações de Allaire et al. (2005), por meio de políticas públicas, como forma de valorização e proteção dos seus respectivos produtos territoriais. Contudo, nesta tese, vale

⁴⁰ 75Decreto Legislativo 30 de abril de 1998, No 173 "Medidas para reduzir os custos de produção e o reforço estrutural das empresas agrícolas, nos termos do artigo 55, parágrafos 14 e 15 da Lei de 27 de Dezembro de 1997, n. 449 "publicado no Diário Oficial n ° 129 de 05 de junho de 1998. <http://www.parlamento.it/parlam/leggi/deleghe/98173dl.htm> (1 di 12)25/04/2005 10.32.32.

⁴¹ Disponível in:

http://www.rina.org/it/categorie_servizi/certificazione/servizi/marchio_collettivo_geografico.aspx

destacar que somente as IG que conseguem acumular as quatro justificações, em menor ou maior grau e complexidade, são capazes de proporcionar a apropriação de renda de monopólio, conforme demonstrado na tipologia – capítulo 4.

Importa aqui separar patrimônio⁴² (relacionado à quarta justificação), das produções tradicionais, como artesanato e produtos da biodiversidade relacionados com populações igualmente tradicionais. Nierdele e Vitrolles (2010) analisam que a apropriação da IG pode ocorrer em diferentes escalas de produção, com histórico de produções recentes ou tradicionais, e em diferenciados contextos, como agrícola, agroflorestal ou urbano.

No Brasil, com seu imenso potencial para identificação de produtos da sociobiodiversidade e produções de contexto tradicionais, constata-se que a associação da IG ao patrimônio não se restringe às produções de contextos tradicionais, envolve diferentes tipos de produtos, atendendo a diferentes perfis de produtores e volumes de produção. Nesse ponto, bifurca-se a análise. De um lado, entende-se aqui ser preciso cumprir legislações e normas ambientais, sanitárias e trabalhistas, cada dia mais rígidas, para que os produtores possam abarcar nichos de mercados crescentes. Esses nichos são formados por consumidores que valorizam produtos identitários, ambientalmente corretos e socialmente justos. Belas (2012) relata que apesar de não existir ainda no Brasil uma política pública clara no sentido de associar a IG à salvaguarda dos patrimônios ambientais e culturais, essa associação tem ocorrido na prática como uma estratégia dos produtores de valorizar seus produtos, em mercados diferenciados.

Por outro lado, essa imposição e adequação às normas podem comprometer a real identidade de produtos tradicionais, produzidos pelos titulares de conhecimento tradicional, ou mesmo deturpar produtos territoriais agroalimentares. No primeiro caso, pode-se citar, por exemplo, que a crescente demanda e a imposição sanitária para preservação do queijo da serra da canastra, adicionou sal a esse produto, e a mercadológica modificou a forma de adicionar o queijo na sua receita. E no segundo caso, por razões mercadológicas de produção, custo e logística, produtos agroalimentares estão sendo tecnificados para atender a uma demanda ininterrupta, ignorando-se que produtos territoriais agroalimentares têm sazonalidade. Assim, torna-se possível encontrar manga do tipo *Tommy*, durante o ano inteiro, no mercado brasileiro. Essa mesma fruta (com a mesma tecnologia e manejo) é encontrada em qualquer

⁴² O conceito de patrimônio, conforme descrito a seguir, assim como a IG exige um reconhecimento como tal.

época do ano, em quase todos os continentes. Mesmo sendo objeto de inovações recentes, e sem ter notoriedade, no Brasil ela é protegida por uma IG.⁴³

Em oposição ao pensamento de Nierdele e Vitrolles (2010), Gopalakrishnan et al. (2007) argumentam que os diferentes conceitos de IG, bem como diversos arcabouços legislativos e normativos sobre ela, não contribuíram para a associação adequada da IG à proteção de produções de povos e comunidades tradicionais, ou seja, a salvaguarda cultural e do patrimônio ambiental. Nos produtos de povos e comunidades tradicionais, a reputação está intimamente ligada ao território e a uma qualidade construída ao longo do tempo. Ignorar o aspecto essencial de reconhecimento por meio do uso prolongado pode levar a uma ambiguidade no que diz respeito à seleção de locais que se qualificariam para ser protegidos por uma IG. Mesmo os locais de produção bem recentes podem ser protegidos, uma vez que a propaganda também pode criar publicidade sobre qualidades e características de novos produtos, associando-os a determinados territórios. Essa publicidade, no entanto, é diferente da reputação criada por meio do uso prolongado do produto.

Vale salientar que o pensamento de Gopalakrishnan et al. (2007), apesar de coerente, não leva em consideração importantes aspectos. Primeiramente, a IG pode ser utilizada, ainda que em histórias recentes de produção, como forma preventiva, para salvaguardar uma biodiversidade singular. Pode-se citar um exemplo brasileiro, a recente produção da própolis vermelha dos Manguezais de Alagoas. Segundo, evitar a biopirataria, prática comum das grandes companhias de fármacos. Terceiro, coibir a apropriação do saber-fazer, a exemplo da cachaça brasileira⁴⁴, protegida pelo Decreto n. 6871. Quarto, Gopalakrishnan et al. (2007) não levam em consideração que as produções recentes pautadas simplesmente na propaganda e publicidade, que criam qualidades e características de novos produtos associando-os a determinados territórios, não são capazes de acaparar renda de monopólio, a exemplo do camarão da Costa Negra, no Ceará. Indo mais além, considera-se o tempo – em determinados casos de IG – como um determinante para demonstrar a sustentabilidade e consolidar a notoriedade dos produtos e serviços. Assim, a diversidade das IG nacionais, requer uma tipologia analítica, como a que foi construída nesta tese. A tipologia ganha importância por não tratar como iguais todos os produtos e serviços reconhecidos ou reconhecíveis. Por serem

⁴³ Conforme demonstrado na tipologia: Produtos Transmigrados de Produção Recente

⁴⁴ www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/.../Decreto/D6871.htm

heterogêneos, conforme demonstrou a pesquisa de campo, devem ser classificados com base em uma ontologia adequada.

As Indicações Geográficas encontram-se regulamentadas em diversos países, através de Lei *sui generis* ou decretos, e constitui uma vantagem competitiva adicional aos produtos e serviços com selos territoriais, de qualidade, de conhecimento tradicional no comércio internacional. A criação de um órgão supranacional – OMPI – corrobora o valor conferido às Indicações Geográficas, especialmente no quadro da atual geopolítica caracterizada pela tendência ao aumento da porosidade das fronteiras entre as regiões, em virtude da formação de blocos econômicos. O fluxo das trocas comerciais, das extensões e projeções das fronteiras econômicas, juntamente com a crescente adesão à procura pelas Indicações Geográficas, transformou-as num instrumento de desenvolvimento econômico, ganhando importância crescente, uma vez que representa um meio eficaz e seguro para que se identifiquem a origem e a qualidade dos produtos voltados para mercados cada vez mais segmentados. Daí a importância de se compreender a Economia da Qualidade.

2.4 O RECONHECIMENTO DOS PRODUTOS TERRITORIAIS: ANÁLISE DAS QUATRO FASES DA JUSTIFICAÇÃO DA IG

Aqui se considera que as quatro fases de justificação para IG, de Allaire et al. (2005), não se sobrepõem no tempo. De forma cumulativa, elas são amplamente observadas, seja unilateralmente, seja em conjunto, por diversos países, inclusive o Brasil, por toda a rede mundial que participa do reconhecimento e implementação das IG.

Cabe agora analisar como as quatro justificações são interdependentes. Somente quando todas elas estão presentes na IG, o reconhecimento territorial é condizente com o seu significado histórico. Por essa razão, a IG é capaz de: a) proporcionar a apropriação da renda de monopólio, que acaba se configurando como vantagem competitiva; b) contemplar uma qualidade singular geográfico-histórica do produto ou serviço, por seu próprio significado, reputação e notoriedade reconhecidos; c) mobilizar o apoio dos titulares da IG, enquanto representatividade coletiva, durante o processo de reconhecimento – desde que sejam realizados sem manobras, benefícios políticos e econômicos escusos. Infelizmente, esse tipo de prática foi constatado em alguns casos identificados durante a pesquisa de campo. Todavia, a mobilização dos titulares reforça, no território, a noção de multifuncionalidade, e o

desenvolvimento local, numa dimensão que supera a simples geração de renda e agregação de valor aos produtos e serviços territoriais georreferenciados. Além disso, valoriza a proteção da sociobiodiversidade e o conhecimento tradicional ou patrimonial.

2.4.1 Vantagem competitiva e Qualidade Superior - Economia da Qualidade

De que forma se relacionam vantagem competitiva (primeira justificação) e qualidade superior (segunda justificação), nos produtos territoriais geograficamente reconhecidos? A vantagem competitiva está relacionada com a economia da qualidade – não se trata de uma nova ciência, trata-se de um termo que determina a necessidade da construção de um novo modo de acumulação.

Cumpra esclarecer que os produtos e serviços territoriais geograficamente reconhecidos, aqui denominados “produtos territoriais georreferenciados” ou simplesmente “produtos territoriais”, são aqueles cujas características socioculturais, histórico-ambientais, ou patrimoniais os diferenciam dos seus concorrentes. Essa diferenciação opera a partir – e por meio – do seu território produtivo, o que confere aos produtos um caráter único, inimitável, e de alta especificidade. Mais adiante, esses elementos são detalhados e classificados como apoio da tipologia.

Cumpra também analisar a qualidade enquanto fenômeno evolutivo. Começa-se com uma breve contextualização histórica. A crescente importância de mercados diferenciados, por oposição aos mercados padronizados e característicos da era fordista, não é um fenômeno acidental ou temporário: é antes o resultado da evolução do modelo de sociedade, e da mudança comportamental do consumidor final. Esse novo consumidor é influenciado por um processo que se caracteriza por níveis crescentes de instrução da população, interesse crescente pelo patrimônio sociocultural e histórico, aumento do tempo de lazer, melhoria das infraestruturas de acesso e das comunicações, maior sensibilidade em relação às questões de higiene, saúde e ecológicas, maior interesse pelas especialidades gastronômicas tradicionais, e pela valorização da autenticidade. O novo consumidor busca a diferenciação dos produtos e soluções individuais, por oposição à padronização fordista.

Constatam-se dois tipos de mercado: o mercado de consumo de massa, cujos produtos padronizados primam pela homogeneidade e satisfação das necessidades correntes; e os

segmentos específicos, em especial os territoriais, que emergem como nichos de mercado onde os produtos permaneciam confinados desde os primeiros tempos de sua existência. As diferenças dos referenciais de qualidade dos modelos de produção industrial massificada e a de produtos territoriais são consequência da nova dinâmica econômica.

Observando-se os modelos de acumulação econômica é possível afirmar que no início do século XX, com a organização planificada e o princípio da mecanização da era taylorista, a qualidade era uma técnica bastante aplicada, especialmente no controle da conformidade dos produtos. Em meados dos anos 40, com o fordismo, a empresa manteve referência às normas, assegurando, através da normalização, a satisfação das necessidades do consumo. O fordismo era assinalado basicamente pelo crescimento econômico, o pleno emprego, o consumo de massa e a circulação de mercadorias padronizadas. Contudo, na década de 1970 observa-se uma crise no modelo de produção vigente. E um novo modelo econômico de acumulação se constituiu primeiramente no Japão – o toyotismo.

O novo modelo de acumulação caracterizou-se pela instauração de novos valores sócio-culturais e histórico-políticos da vida moderna, os quais progressivamente foram modificando o comportamento dos consumidores e influenciando a relação oferta-procura. Modificam-se também as relações de emprego – terceirização e precarização do trabalho; os processos de produção – flexibilidade, *just in time*; enfraquecimento dos sindicatos, dentre outras características. O novo modelo substituiu o referido consumo de massa, padronizado pela especificidade do cliente, e segmentou o mercado. No limite, desenvolveu um sistema de produção diferenciado, orientado para satisfazer um consumidor motivado pelo desejo de personalizar o seu consumo.

Indiretamente, a personalização do consumo dá início a um processo de valorização dos produtos territoriais reconhecidos, uma vez que eles representam produtos relacionados à qualidade e à diferenciação, através da ligação do produto ao seu respectivo território. Trata-se de uma especificidade importante para o consumidor, porquanto remete a representações que apelam ao seu imaginário, aos valores que correspondem às suas demandas de referências espaciais e temporais, de tradição e identidade, num contexto em que as fronteiras se debatem com a mobilidade, urbanização e globalização, mas onde o interesse pelo local assume primordial importância.

A era fordista, caracterizada pelo critério de quantidade-preço, perdeu um espaço representativo para a economia da qualidade, em que o critério predominante é o da qualidade como base da concorrência e das estratégias de marketing. Em outras palavras, o marketing contemporâneo conecta o produto a apelos como preservação da natureza, saúde, ecologia, valores sociais e tradição. Em última instância, o marketing pode conectar o produto a um território que valoriza tais apelos – marketing territorial. Assim, a quarta justificação analisada por Allaire et al. (2005) – a salvaguarda de patrimônios, encontra respaldo em um nicho específico de consumo. Nesse nicho, a aquisição de bens que expressam referências culturais conduz à discussão sobre o uso da propriedade intelectual, e mais especificamente das IG, como forma de proteção de produtos artesanais produzidos por povos e comunidades tradicionais nos territórios que tradicionalmente ocupam.

Vinculada a uma concepção técnica e mensurável da qualidade, a padronização da produção choca com a diversidade do consumo, induzindo no sentido de uma nova dinâmica, a da qualidade, redefinindo, os seus referenciais. Essa dinâmica atinge a grande indústria “massificada” e a indústria dos produtos territoriais. É esta última que vem sendo requerida para mobilizar o atendimento dos novos padrões de qualidade. A validade de uma definição tradicional de qualidade, enquanto adequação de um produto às expectativas reais ou potenciais do cliente é colocada em causa, na medida em que a avaliação da qualidade de um produto territorial é, não raro, praticada segundo critérios divergentes. O problema central prende-se empiricamente à generalização de critérios de qualidade, e não tanto à mera adequação de produtos a normas.

Gomez (1994, p.250) afirma que “a gestão da qualidade nada mais é do que a gestão da coerência”⁴⁵. Ao definir economia da qualidade como “um ou mais sistemas de representação coerente com a emergência, com a lógica e com as mudanças nas regras socioeconômicas que fundamentam os critérios da qualidade” (1994, p.3), constata a ausência de uma teoria que explique as razões da escolha de determinados critérios de qualidade em detrimento de outros.

Efetivamente, e em consonância com a proposta de Gomez, podem ser distinguidas duas formas de utilização da qualidade, na literatura tradicional: a qualidade enquanto *slogan* (sem status analítico específico, como é o caso, por exemplo, do preço ou da qualidade – validada

⁴⁵ Esta, e demais citações extraídas diretamente do texto original, foram traduzidas pela autora.

por um forte *marketing* de massa) ou a qualidade como uma evidência, reconhecida por qualquer um – especificamente, trata-se dos produtos territoriais – cuja qualidade é analisada como um fenômeno endógeno. Gomez propõe a construção de uma economia da qualidade que permita “explorar a problemática da qualidade tomando-a como algo construído e não como um simples dado extraeconômico” (1994, p.6).

A qualidade dos produtos territoriais para Gómez (1994) é uma construção social: não se trata de uma consequência das relações comerciais, mas pré-existe à troca e mesmo à produção, na medida em que o cliente escolhe que qualidade se impõe. Assim, a qualidade pode ser vista como “uma comodidade de linguagem para designar a coincidência das práticas e das representações sobre o justo papel dos agentes econômicos” (GOMEZ, 1994, p.248).

A definição dos referenciais de qualidade conduziu assim ao estabelecimento de novas normas e ao desenvolvimento de instituições e dispositivos reguladores da propriedade intelectual em produtos territoriais (STORPER, 1998). Estabeleceu-se dessa forma, legal e juridicamente, uma nova dimensão da vantagem competitiva, por meio da aquisição de nichos de mercados, através de produtos territoriais, seu significado e simbologia. Storper ainda considera que a ação econômica no que tange aos produtos territoriais está enraizada num contexto sociocultural através das redes sociais (*embeddedness*), carregadas de uma herança histórica (*path dependence*).

Dessa maneira, a qualidade significa cada vez mais um estado de relações sociais centradas no consumidor, em detrimento do simples ajustamento às normas – “a participação implica a educação do cliente... mas é claro que, se o cliente deve desempenhar um papel, não apenas em termos de informação, mas, também, de ação, será preciso ensiná-lo”. (LEHTINEN, 1985, *apud* GOMEZ, 1994, p.71).

Nessa mesma linha, Wilkinson complementa:

(...) noções variadas de qualidade estão em concorrência e contestação, revelando os distintos valores por trás da aparente neutralidade de normas e técnicas. O que para alguns são valores estéticos associados à produção artesanal, para outros são indicadores de ameaça à saúde pública. O que para alguns são os valores de eficiência, para outros são premissas na geração de externalidades inadmissíveis. (WILKINSON, 2002, p.19)

Em outras palavras, o reconhecimento de produtos territoriais pode ser considerado um instrumento de sua própria qualificação, resultante de uma construção social que consolida redes locais de produção, que se baseiam numa interação estreita entre territórios, inovação e qualidade dos produtos (LUNDVALL e BORRÁS, 1997).

Essa ação coletiva encontra-se fortemente enraizada em estruturas econômicas e sociais, e necessariamente incorpora a aprendizagem, a diversidade, e diferentes instituições locais. A aprendizagem é necessária para adaptação à rápida evolução do mercado e das condições técnicas para acompanhar as inovações de processos, produtos e formas de organização. A *learning economy* (economia do aprendizado) não funciona sem um grau mínimo de coesão social, na medida em que os diferentes agentes necessitam comunicar-se e cooperar. Para tal, torna-se imprescindível o desenvolvimento de uma linguagem e modos de interpretação comuns e o estabelecimento de um grau mínimo de confiança para ultrapassar as incertezas inerentes ao processo de inovação.

A demanda de capacidades inovadoras dá lugar a um processo contínuo de inovações que são, ao mesmo tempo, tecnológicas e organizacionais da produção e seus territórios, como afirma Sylvander: “introduzir inovações tecnológicas e organizacionais que sejam compatíveis com as práticas tradicionais.” (SYLVANDER, 1998, p. 13). Assim, introduz-se a modernidade necessária dos produtos territoriais sem ameaçar a sua tradição. Trata-se, em outras palavras, da “memória tecnológica do produto” (CASABIANCE e SAINTE MARIE, 1997 *apud* SYLVANDER, 1998).

2.4.1.1 A valorização dos produtos territoriais e a conquista de vantagens competitivas no mercado globalizado

O saudosismo conduz à valorização de produtos impregnados de ruralidade e associados à imagem de simplicidade, do natural e do saudável. O retorno ao espaço rural processa-se pela simbologia dos produtos naturais. Trata-se da virtualização do espaço por meio do consumo de alimentos (COUTINHO, 2001). Nessa nova realidade mercadológica encontram-se os produtos territoriais. A tendência ao consumo de produtos naturais, saudáveis e tradicionais cria nichos de mercado localizados primordialmente nos centros urbanos, nem sempre explorados pelas grandes empresas.

A diversificação das atitudes dos consumidores favorece o reconhecimento e a valorização da pluralidade estrutural na oferta de produtos territoriais, induzindo a competitividade pela conquista de nichos de mercado, o que pode ocorrer por meio da conquista de uma vantagem competitiva. De acordo com Sylvander (1995), ao longo do tempo, o setor de produtos territoriais tem conseguido resistir à marginalização imposta pela economia fordista. No entanto, enfrentar a grande indústria “massificada” implicou o desenvolvimento de estratégias de resistência, fundadas em parte na defesa da qualidade dos produtos territoriais em relação aos produtos industriais de massa. Assim, têm aparecido dispositivos de regulação que especificam as qualidades não obrigatórias (“especificação da qualidade” ou “qualidade relativa”) que caracterizam os produtos diferenciados. Essa orientação deu progressivamente lugar aos atuais “selos de qualidade” – explanados no decorrer do trabalho.

Atualmente, muitas informações circulam em rede, sendo mais confiáveis os produtos provenientes de territórios que adotaram normas representadas por selos e certificados reconhecidos, validados por instituição idônea. Esse fenômeno pode ser identificado como integração dos mercados, fator de competitividade no processo de globalização. Por mais distante que esteja o consumidor, os seus valores acabam influenciando os processos produtivos territoriais.

A criação de fixos produtivos leva ao surgimento de fluxos que, por sua vez, exigem fixos para balizar o seu próprio movimento. É a dialética entre a frequência e a espessura dos movimentos no período contemporâneo [...] (SANTOS, 2005, p.167).

Convém esclarecer que, enquanto o conceito apresentado como de qualidade superior na agricultura familiar europeia refere-se consideravelmente a território, no caso brasileiro esse conceito geralmente ultrapassa os limites territoriais para se aliar a uma reputação difusa, veiculada por marcas. Com conceitos de território e tecnologia mais frágeis, os critérios que valorizam a agricultura tradicional no Brasil, e conseqüentemente os produtos territoriais reconhecidos, prendem-se à associação com a natureza, produção sem aditivos e com um modelo agrícola sem insumos químicos (WILKINSON, 2000).

Vale salientar que o paradigma toyotista (ou pós-fordista, como outros diversos autores preferem chamar) não representou o fim da produção em massa, mas a possibilidade da coexistência de diferentes modelos de produção. No contexto local-regional, as formas de

organização produtiva foram afetadas pelas transformações tecnológicas e organizacionais: os produtos territoriais – com qualidade superior -, frente a uma economia crescentemente globalizada e com novos referenciais de qualidade, tiveram reformulada a sua estrutura produtiva, na busca e conquista de vantagens competitivas sustentáveis.

A globalização econômica acentua o processo competitivo. É preciso que as organizações produtivas estabeleçam uma estratégia capaz de fornecer uma vantagem competitiva sustentável. Conceituando o termo vantagem competitiva, pode-se admitir que seja a capacidade que uma organização possui de sobreviver e prosperar num determinado ambiente de mercado, através de uma ou mais diferenças, percebidas e valorizadas pelos clientes (HENDERSON, 1998). Todavia, para que essa vantagem competitiva venha a ser sustentável, é imperativo que as organizações produtivas detenham a mínima capacidade de assegurar essa vantagem competitiva no longo prazo, completa Ghemawat (1998).

Aaker (2001) destaca que a vantagem competitiva sustentável torna-se possível quando a organização estabelece uma estratégia que a diferencie em relação aos demais concorrentes; ele aponta também a questão do posicionamento, descrito por Richers (2000), como sendo:

(...) a operacionalização da segmentação (ou seja, do próprio posicionamento), opera com a sensibilidade das pessoas, provocando a sua reação positiva para algum apelo que lhe pareça ser digno de aceitação, como a defesa de um pobre-diabo que não é o primeiro entre seus pares (AAKER, 2000, p.102).

Observa-se que a abertura de espaços para a comercialização de produtos territoriais geograficamente reconhecidos tem sido privilegiada pelas mudanças no comportamento dos consumidores contemporâneos, pela tendência à desconfiança para com o produto industrial, pela incerteza quanto à qualidade, e pela nostalgia dos produtos de antigamente (SYLVANDER, 1995). Tem-se assistido a uma procura crescente por produtos locais, regionais ou diferenciados, em detrimento dos padrões de consumo uniformes, massificados e globais. Esses produtos caseiros, típicos de um território, estão atrelados a um *know-how* e técnicas de produção e de processamento localizados, como também a condições agroecológicas singulares. São precisamente essas características específicas que diferenciam o produto, ao constituir o verdadeiro capital humano e social. Essas características devem ser aproveitadas pela agricultura familiar – típica unidade produtiva dos produtos territoriais – para resistir e coexistir, apesar da globalização, já que abrem novas janelas de consumo que

incorporam novos elementos – relativos às normalizações – e reincorporam outros, relativos aos valores históricos, de identidade local-regional, experiências e valores culturais regionais.

A construção social e institucional da qualidade em produtos territoriais geograficamente reconhecidos, associados a um território e a um patrimônio territorial, representa uma estratégia na convalidação da qualidade, especialmente na abertura de mercados diferenciados ou segmentados, e na consolidação de ação coletiva, na perspectiva de desenhar e implementar uma estratégia de vantagem competitiva para os produtos territoriais, marginalizados face à grande indústria padronizada, caracterizada pelas economias de escala e consequentes menores custos, na medida em que parte do mercado e consumidor final convergem para produtos diferenciados e ligados às questões mais globais: saúde, ambiente, condições éticas e sociais de produção (WILKINSON, 2003).

Numa economia dinâmica, em que as modalidades da oferta e da procura e as formas de competição são estratégias organizadas por diferentes atores, a economia da qualidade vai conquistando espaço nos mercados reflexivos, organizados em torno de dois mecanismos: a singularização dos bens e a interrelação dos bens com os seus consumidores. De fato, os consumidores têm-se tornado muito mais ativos, quer individual, quer coletivamente, na criação do produto e seu subsequente uso. A politização do consumidor acompanhou a privatização e a desregulamentação dos mercados. Assim, se por um lado o consumo se torna mais racional, na medida em que a cognição se torna mais sofisticada e reflexiva, torna-se também mais emocional, já que as escolhas e preferências dos consumidores são cada vez mais objeto de deliberação; nesta questão fundamenta-se o grande trunfo dos produtos territoriais.

Delfosse (1995) argumenta que o domínio da tecnologia no modelo industrial induz no sentido de padronização, independentemente do local e época de produção, preconizando a neutralidade dos gostos e a universalidade da produção e do consumo. Diante dessa constatação, o segmento industrial de produtos territoriais necessita melhorar os procedimentos higiênicos, adequando-se às exigências sanitárias, valorizando, paralelamente, suas propriedades específicas, e diferenciando-as em relação aos produtos massificados-padrão.

Contudo, é necessária uma coordenação fora do mercado, para além do simples funcionamento do mecanismo de preços: trata-se de produtos personalizados, exclusivos de um dado território ou dependentes de uma informação rara ou não codificada (STORPER, 1998). O processo mercadológico dos produtos territoriais implica necessariamente uma regulação entre comprador e vendedor, num quadro institucional específico de garantia, que poderá ser expresso em convenções (acordos, tratados bilaterais ou multilaterais), com o objetivo de fazer frente à incerteza, em função das tecnologias, dos mercados e dos recursos associados aos diferentes tipos de produtos e às diferentes racionalidades em face dessa incerteza, as quais contrapõem-se à garantia da qualidade dos produtos territoriais, representados por diferentes grupos de atores segundo sua história e sua geografia. De fato, os produtos territoriais devem ser entendidos pelas suas racionalidades endógenas, e diferenciadas a partir dos atores coletivos ligados uns aos outros por um capital social e um empreendedorismo local em que emergem sistemas produtivos mais dinâmicos – os que se caracterizam pelas inovações ou pela implementação de uma vantagem competitiva. (STORPER, 1998).

De forma global, a justificativa do processo produtivo dos produtos territoriais, escudados nas negociações (acordos e tratados), assenta-se sobre: a valorização da produção; o reconhecimento de laços entre produto e território; o relançamento e estruturação da cadeia; a manutenção da atividade em regiões difíceis; e a proteção da integridade do meio, com a garantia concedida aos consumidores ávidos de segurança em relação à origem e credibilidade do produto, à forma de produção, e às qualidades gustativas. Por essas razões justifica-se o crescente interesse pelos produtos agrícolas tradicionais e regionais e o papel que hoje lhes é atribuído no desenvolvimento de algumas zonas rurais, particularmente as zonas natural e estruturalmente mais débeis. A capacidade de inovação de um território está vinculada, efetivamente, à natureza criativa de seus habitantes, na sua capacidade de transformar seus recursos, sejam eles humanos, ambientais, culturais ou artísticos, em produtos de atração e de comercialização. O caso do champanhe é ilustrativo do processo de transformação de um bem ordinário num bem de luxo, dito por outras palavras, do processo de criação-inovação institucional de uma convenção de qualidade, de um novo produto e de um novo mercado, por meio de uma vantagem competitiva sustentável (BARRÈRE, 2003).

Trata-se da invenção pelos atores de um regime jurídico novo como forma de impor determinada convenção de qualidade através da criação de um regime de produtos territoriais

reconhecidos. Barrère assegura que se trata de um exemplo de criatividade: “criatividade-produto, criatividade gerencial, e criatividade institucional” (BARRÈRE, 2005, p.2). Como sugere o autor, a vantagem competitiva sustentável foi a estratégia global de monopólio através da segmentação do mercado final pela qualidade (aqui, a autora da tese destaca singularidade histórico-geográfica). Foi isso que possibilitou dotar o setor do champanhe de um patrimônio jurídico: produto territorial geograficamente reconhecido (certificado na legislação francesa), marcas, regulamentação, economicamente viável (rendas de monopólio, procedimento de produção, redes de comercialização), e organizado institucionalmente (gestão coletiva e concertada de parte dos problemas do setor).

2.4.2 Produtos territoriais e desenvolvimento local

Observou-se que a crise fordista de produção em massa levou a um novo paradigma de acumulação, onde coexiste uma dinâmica econômica local que considera, no seu próprio processo de desenvolvimento e crescimento econômico, os fatores endógenos ao território. Essa dinâmica limita-se ao processo produtivo dos produtos territoriais e à análise dos fatores endógenos. Observa-se o apoderamento do território por parte dos detentores dos produtos territoriais. Utiliza-se, cada vez mais, a IG como instrumento para empreender ações que demonstram reais possibilidades da implementação de um processo de desenvolvimento local endógeno. Em conformidade com Machado (2007), desempenham com um eficiente e justo enraizamento territorial uma transformação territorial, adequando-a ao enredamento global.

Contemporaneamente, o consumo dos alimentos é marcado por preocupações básicas, em que se destacam a garantia da saúde e a satisfação do gosto (dimensões subjetivas da qualidade) como condições básicas (nem sempre suficientes) para a criação e ocupação de segmentos de mercado. A relação entre o consumo e a origem geográfica do produto não se dá apenas por questões afetivas ou relacionadas com saúde, valores histórico-culturais, socioambientais, etc.; alguns espaços de produção têm a qualidade de seus produtos reconhecida e o consumo desses bens tem por base a confiança. A IG é utilizada então como instrumento que pode viabilizar e promover o desenvolvimento local e a sobrevivência das zonas rurais menos favorecidas. Dá-se particular atenção a estratégias centradas na qualidade, particularmente através de produções específicas e originais, orientadas para segmentos e nichos de mercado. Por outro lado, o processo dos produtos territoriais é justificado pelos seus defensores na medida em que é um mecanismo de revalorização, dentro de um contexto ideológico

essencialmente urbano, do patrimônio rural, nas suas vertentes natural e cultural, como ligação nostálgica a um passado e pretensão regresso às raízes e às tradições.

Imprimindo mudanças na tecnosfera local⁴⁶, nas técnicas e tecnologias do processo produtivo, os detentores dos produtos territoriais, ao mesmo tempo, também imprimem mudanças na psicofera através da formação da consciência cidadã da população local, com a construção de uma nova perspectiva de relacionamento entre a comunidade e o poder público; da valorização do artesanato e dos produtos regionais, conseqüentemente dos seus aspectos socioculturais; pelo desenvolvimento de uma nova mentalidade que acredita no potencial da produção local, e que tem sido, em alguns casos, considerado capaz de reduzir significativamente os níveis de migração campo-cidade no seu território de atuação, a exemplo do Vale dos Vinhedos, no Brasil.

Assim, pode-se afirmar que nos espaços⁴⁷ onde as produções de produtos territoriais são capazes de criar um novo território socialmente construído, a IG pode desempenhar um importante pilar, nesta construção social. De acordo com Boisier (1996), isso representa:

[...] potencializar sua capacidade de autoorganização, transformando uma sociedade inanimada, segmentada por interesses setoriais, pouco perceptiva de sua identidade territorial e definitivamente passiva, em outra, organizada, coesa, consciente de sua identidade, capaz de mobilizar-se em torno de projetos políticos comuns, ou seja, capaz de transformar-se em sujeito de seu próprio desenvolvimento. (BOISIER, 1996, p.26)

Segundo Allaire (1995), recursos específicos geram qualidades específicas, quer ao nível de agricultura biológica, turismo rural ou produtos territoriais. Essa definição de qualidade supõe

⁴⁶ Conceito desenvolvido por Santos (2005). Embora não seja objeto desta tese, pode ser entendida, muito resumidamente, como os fixos e os fluxos dos sistemas de engenharia do território. Trata-se dos objetos técnicos ligados à produção (veículos, implementos) e os insumos técnico-científicos (sementes, adubos, propaganda, consultoria) do meio técnico-científico-informacional. Também, muito resumidamente, reporta-se ao mundo abstrato das ideias, conceitos e paradigmas, considerando-se na análise o espaço e tempo.

⁴⁷ Paisagem, segundo Milton Santos é “tudo que nós vemos, o que nossa visão alcança” além de tudo que sentimos, ouvimos, em suma, tudo o que percebemos. Quando à paisagem une-se a sociedade temos então o espaço (“o mais interdisciplinar dos objetos concretos”). A espacialidade ocorre a partir da geografização das relações sociais. Temos então a paisagem como coisa (relativamente permanente, um passado recente), a espacialização como processo (mutável, circunstancial, sempre o presente) e desse movimento surge o espaço. Milton Santos conclui: “O espaço é igual à paisagem mais a vida nela existente; é a sociedade encaixada na paisagem, a vida que palpita conjuntamente com a materialidade”. Santos, Milton (2010). *Metamorfoses do Espaço Habitado – Paisagem e Espaço* (cap. V)

a existência de uma coordenação entre um grande número de atores, em que se estabelecem acordos e negociações, num processo de construção social da qualidade. A construção social endógena dos produtos territoriais implica a introdução de instituições coletivas que estabelecem regras de qualidade e fornecem os meios para garantir o respeito a essas regras (EYMARD-DUVERNAY, 1995). Assim, é preciso compreender que os produtos territoriais consolidam um modelo de produção específico, cuja demanda de capacidades inovadoras é substituída pela inovação de organização da produção no seu território.

Para Storper, a inovação “é também um problema de ação; ela depende da iniciativa de pessoas especiais, com uma incrível capacidade de ação” (STORPER, 1998, p.125). De um ponto de vista schumpeteriano, essas pessoas especiais revelam uma certa atração pelo risco. Todavia, a inovação não se limita a uma descoberta singular, como foi o caso do Champanhe; a inovação “acaba sendo vulgarizada, de uma maneira ou de outra, segundo uma aprendizagem coletiva que leva a uma caracterização comum” (THEVENOT, 1998, p.4). Como se trata de um problema coletivo, os atores devem partilhar interesses e expectativas que coordenem as suas ações, no seu respectivo território. Tal modelo de produção específico inclina-se para a construção de capacidades de ação coletiva e reflexiva (mudança comportamental do mercado e do consumidor final). *“This resides in the construction of conventions that allow actors to act in a coherently coordinated fashion that generates economically viable innovations”* (STORPER, 1998, p.126).

Quando um modelo de produção específico opera um instrumento de qualificação capaz de transferir ao produto territorial uma vantagem competitiva sustentável, por meio dos fatores endógenos ao seu território, esse instrumento pode ser considerado um vetor de desenvolvimento local, uma alternativa econômica frente ao modelo institucional dominante (DELFOSSÉ, 1995). Cabe esclarecer que o desenvolvimento local endógeno ocorre por meio de um processo através da organização social regional. Ele tem como característica marcante a ampliação da base de decisões autônomas por parte dos atores locais (BOISIER, 1988). O modelo pode ser definido como modelo de desenvolvimento realizado “de baixo para cima”, ou seja, partindo das ações dos atores locais e das potencialidades socioeconômicas originais do local, no caso da IG, a participação dos respectivos titulares.

Do ponto de vista espacial ou regional, o conceito de desenvolvimento endógeno pode ser entendido como um processo interno de ampliação

contínua da capacidade de agregação de valor sobre a produção, bem como da capacidade de absorção da região, cujo desdobramento é a retenção do excedente econômico gerado na economia local e/ou a atração de excedentes provenientes de outras regiões. Esse processo tem como resultado a ampliação do emprego, do produto e da renda do local ou da região, em um modelo de desenvolvimento regional definido. (AMARAL FILHO, 1996, p.37)

O desenvolvimento endógeno parte de uma hipótese de que o “território não é apenas um mero suporte físico dos objetos, atividades e processos econômicos, mas também que é um agente de transformação territorial” (BARROS; SILVA; SPINOLA, 2006, p. 94).

Vale salientar que nem todo desenvolvimento local, ocasionado como desdobramento de uma IG, deve partir necessariamente de um modelo “de baixo para cima”. Eventualmente pode ocorrer elevação dos rendimentos dos produtores, tanto do produto líder, quanto de outros produtos indiretamente beneficiados. Assim, desenvolve-se uma multifuncionalidade no entorno do território georreferenciado, ainda que o processo seja via políticas pública do tipo “de cima para baixo”. Esse foi o caso, por exemplo, do Capim do Jalapão. Contudo, nem sempre se observa um desenvolvimento local ou mesmo a ocorrência da multifuncionalidade, após a delimitação do território chancelado sob o signo da IG, como propagado no discurso oficial.

Segundo Davis e Goldberg (1957 apud CHADDAD, 1996), devido a uma forte tendência de concentração da produção agrícola, haverá no futuro limitadas possibilidades para a pequena propriedade rural tornar-se eficiente e rentável. De fato, a competitividade das explorações agrícolas só pode ser mantida, ou à custa da redução dos custos de produção (particularmente através de uma maior mecanização, que conduz à redução da contribuição do setor agrícola para o emprego no meio rural), ou através de um aumento da produtividade (improvável, nas regiões com maiores limitações naturais e estruturais); ou, ainda, pela procura constante de valorização dos produtos, essencialmente associada à qualidade; nesse ambiente, destacam-se os produtos territoriais.

2.4.3 Produtos territoriais e a salvaguarda de patrimônio transformado socialmente em bens culturais para o mercado

A justificativa de salvaguardar o patrimônio somente pode ser aceitável, desde que o patrimônio seja conceituado num contexto mais amplo das referências culturais. Essa ampliação passou a incluir bens cuja importância se relaciona à sua função cotidiana, nos locais onde são produzidos e reproduzidos, como representativos do modo de vida e da identidade de povos e comunidades tradicionais específicos.

O Decreto n.6040/07 define “povos e comunidades tradicionais” como:

(...) grupos culturalmente diferenciados e que se reconhecem como tais, que possuem formas próprias de organização social, que ocupam e usam territórios e recursos naturais como condição para sua reprodução cultural, social, religiosa, ancestral e econômica, utilizando conhecimentos, inovações e práticas gerados e transmitidos pela tradição.” (DECRETO 6040/07, art.3o.§1).

Arantes (2001) relata que o conceito de patrimônio foi de fato ampliado, e assim é largamente utilizado nas ações políticas e governamentais. Essa ampliação foi estimulada por mudanças na esfera socioeconômica e, por sua vez, tem influenciado profundas alterações na dinâmica cultural dos grupos detentores de bens culturais. Esses produtos territoriais, considerados bens culturais, representam novos insumos para a economia global, onde bens simbólicos materializados são redefinidos com o fim de atender a nichos específicos de mercado. Não raro, políticas de Estado têm apoiado e promovido especialmente o chamado patrimônio imaterial, constituído por modos de fazer, formas de expressões e celebrações, que enfatizam a diversidade cultural de povos e comunidades tradicionais.

Nesta parte da tese, tenta-se apenas discutir a efetividade do uso da IG – Direito de Propriedade Intelectual – como uma estratégia possível a ser mobilizada por povos e comunidades tradicionais para defender seus interesses em contextos culturais diversos dos seus, ao invés da utilização de sistema de proteção normativo *sui generis*.

Cabe agora conceituar patrimônio cultural. No Brasil, o Decreto-Lei 25, de 1937, criou o Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN), atual Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), cujo objetivo é organizar a proteção do patrimônio cultural do país, e regulamentar a política nacional de proteção ao patrimônio histórico e artístico nacional. De acordo com a Constituição Brasileira constituem patrimônio cultural:

(...) os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais incluem:

I- as formas de expressão;

II- os modos de criar, fazer e viver;

III- as criações científicas, artísticas e tecnológicas;

IV- as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais;

V- os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arquitetônico, paleontológico, ecológico e científico. (CF, art.216)

O Decreto 3.551 cria o Programa Nacional do Patrimônio Imaterial e institui o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial a partir da documentação em quatro livros específicos:

I - Livro de Registro dos Saberes, onde serão inscritos conhecimentos e modos de fazer enraizados no cotidiano das comunidades;

II - Livro de Registro das Celebrações, onde serão inscritos rituais e festas que marcam a vivência coletiva do trabalho, da religiosidade, do entretenimento e de outras práticas da vida social;

III - Livro de Registro das Formas de Expressão, onde serão inscritas manifestações literárias, musicais, plásticas, cênicas e lúdicas;

IV - Livro de Registro dos Lugares, onde serão inscritos mercados, feiras, santuários, praças e demais espaços onde se concentram e os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico. (Decreto n.3551/00, art.1§).

Essa visão integrada entre o patrimônio material e imaterial encontra consonância nas políticas de preservação do patrimônio cultural no Brasil a partir do conceito de referência cultural. De acordo com Arantes “no caso do processo cultural, referências são as práticas e os objetos por meio dos quais os grupos representam, realimentam e modificam a sua identidade e localizam a sua territorialidade” (2001, p.131).

Segundo argumenta Wolff (2003), o que torna um conhecimento tradicional é a maneira como ele está associado a um determinado local ou comunidade, além do fato de se constituir no resultado de uma longa experiência coletiva. Para ser considerado tradicional, o conhecimento é criado, preservado, compartilhado e protegido dentro do círculo tradicional. Segundo Melot (2005), não se trata somente de preservar o patrimônio, mas de colocá-lo em valor. Nessa linha de raciocínio de ampliação e valorização do patrimônio, Melot (2005) afirma que o patrimônio pode ser “inventado”, e Heinich (2009) utiliza a palavra “fabricado”, para designar o papel que pesquisadores têm de recuperar, reciclar ou reinventar o antigo, ou de dar uso ao que se tornou inútil.

Gonçalves (2007) sugere que o mercado constitui uma categoria fundamental para compreensão dos “processos de expropriação, de classificação e de exibição dos patrimônios”, sendo as relações de mercado parte da natureza dos bens culturais. E afirma ser a própria condição de “inalienabilidade” dos bens culturais que lhes confere valor de mercado:

[...] “Há um esforço constante e sempre precário de manter os objetos classificados como ‘patrimônio’ fora do alcance da contaminação que o mercado possa desencadear. Mas, paradoxalmente, esses objetos são, enquanto patrimônio, um efeito mesmo do mercado. O fascínio que exercem provém, em parte, da possibilidade (mesmo que remota) de serem, de alguma forma, adquiridos pelos indivíduos. Ao mesmo tempo, paradoxalmente, é essa mesma possibilidade de serem adquiridos no mercado que faz com que eles tendam a se tornar objetos como outros quaisquer e que percam seu caráter distinto de ‘bens inalienáveis’”. (2007, p.243)

Relações comerciais direcionadas para nichos específicos influenciam a cadeia produtiva dos bens culturais e vice-versa. Assim, os detentores de bens culturais precisam incorporar novas práticas e atores no intuito de se inserir no mercado, de manter o interesse comercial de suas produções e, com isso, afiançar a sobrevivência material do grupo e de seu patrimônio. E, ao mesmo tempo, garantir que as inovações técnicas e tecnológicas não descaracterizem o saber-fazer que confere a identidade do grupo. Dessa forma, o valor econômico de um bem cultural é fruto da relação que envolve a capacidade de seus produtores de incorporar inovações sem, no entanto, perder a essência histórica e simbólica que o define enquanto bem cultural, diferenciando-o pela sua singularidade. Sobre essa relação entre a concepção de um bem cultural voltado para o mercado e o valor a ele auferido, Arantes (2004) destaca que a formação do valor de um bem cultural não é constituída pela propriedade inerente aos objetos, e sim pelo julgamento que os sujeitos fazem sobre tais objetos.

Belas (2012) informa que novos padrões de produção e consumo da economia global foram incorporados a saberes e produtos locais, reconhecidos e valorizados a partir das reivindicações de povos e comunidades tradicionais. A problematização da construção social de bens culturais como mercadoria, além das fragilidades legislativas para seu reconhecimento e proteção, encontra-se na distância entre os locais de produção e os de consumo, dificultando a garantia da origem e das qualidades específicas que conferem ao bem cultural, um valor de mercado peculiar.

No Brasil, marcas e selos de certificação são usados, cada vez mais, como marcadores de garantia ou autenticidade. Há um expressivo aumento de pequenos produtores, alguns incluídos na categoria de populações tradicionais – conforme demonstrado com o recurso da tipologia –, que solicitam IG e marcas coletivas para a proteção comercial de seus produtos artesanais. Segundo dados do INPI (2014), ao menos cinco produções artesanais (painéis de barro de Goiabeiras, queijos artesanais da Canastra e da Serra, doces de Pelotas, e rendas de Divina Pastora) acumulam dois registros: Indicação Geográfica e Patrimônio Imaterial do Brasil.




Belas (2012) ainda chama atenção para a inexistência de uma política oficial que articule o INPI, instituição responsável pelo registro das IG, ao IPHAN e outras instituições responsáveis por políticas específicas de salvaguarda cultural e ambiental em relação às populações tradicionais. Seria essa a fragilidade na utilização da IG, como instrumento de salvaguarda do patrimônio cultural e preservação ambiental, defendida pelo Estado, por meio de suas políticas públicas? Contudo, vale destacar que todas as IG supracitadas receberam apoio de instituições governamentais, que assim como o INPI tem como função institucional promover e colaborar tecnicamente para a implementação das IG brasileiras. Observa-se, em conformidade com o discurso oficial, que a IG brasileira também é utilizada como instrumento de apoio à salvaguarda do patrimônio cultural.

Cavalcanti (2005) define dois movimentos na relação entre bens culturais e mercado. O primeiro movimento corresponde às estratégias culturais dos grupos locais, cujo objetivo é inserir seus produtos nos mercados, pautando-se em suas identidades. Essas estratégias acabam sendo reforçadas pelo próprio ciclo da demanda em oferta, ainda que em nichos específicos. O segundo movimento corresponde às políticas culturais enquanto intervenções no âmbito das políticas públicas, ao nível local ou nacional, com o intuito de favorecer a convergência entre relações culturais e relações de consumo. Tais políticas culturais têm por função responder aos anseios de valorização da identidade e salvaguarda do patrimônio. Mas eventualmente pode ocorrer uma apropriação desses movimentos por parte de grupos políticos, especialmente na escala local, em nome da ideia da manutenção das “tradições”. Pode-se citar, por exemplo, o caso da IG do Capim Dourado do Jalapão, apropriada, ainda que temporariamente, pela prefeitura municipal⁴⁸.

⁴⁸ Maiores detalhes, consultar ficha técnica correspondente, na tipologia – capítulo 4.

2.5 EXEMPLOS BRASILEIROS DA INSTITUCIONALIZAÇÃO DA PROTEÇÃO DE PRODUTOS POR MEIO DE MARCAS E SELOS PARA UM MERCADO CONSUMIDOR PECULIAR

No Brasil, podem-se citar alguns exemplos de marcas e selos de certificação como marcadores de garantia ou autenticidade, de produtos não artesanais. Esses produtos, realizados por populações não tradicionais, com o mesmo intuito de conquistar certos segmentos do mercado interno ou externo, abrangem as quatro justificações defendidas por Allaire et al. (2005). Podem-se citar *e.g.*: o selo orgânico (fig.10) reconhecido pela própria União Europeia, fornecido pela Associação de Certificação Instituto Biodinâmico⁴⁹ (IBD); o Selo Combustível Social (fig.11); e o *Brazilian Sisal* (fig.12). Os três selos acima referidos são ilustrados a seguir:

		
<p>Figura 10 – Certificação Orgânica IBD/CCE 2092/91</p>	<p>Figura 11 – Selo Combustível Social</p>	<p>Figura 9 – Brazilian Sisal</p>

Fonte: www.ibd.com.br; www.mda.gov.br; www.brasiliansisal.com.br

O certificado orgânico representa produtos cultivados sem uso de adubos químicos industriais ou agrotóxicos, originários de um sistema de cultivo que observam as leis da natureza, e todo o manejo agrícola está baseado no respeito ao meio ambiente e na preservação dos recursos naturais. Encontra-se nos padrões das leis brasileiras associadas às normas europeias referentes a Regulamento. CEE 2092/91.

⁴⁹ O IBD iniciou seus trabalhos de certificação em 1990 e, desde então, opera em todo o território brasileiro e em alguns países da América do Sul. Existem 45 produtores com o selo orgânico fornecido pelo IBD. Os principais alimentos orgânicos produzidos no Brasil são representados pela, soja que ganha com 31% seguida de hortaliças (27%) e café (25%). A maior área plantada é com frutas (26%), depois cana (23%) e palmito (18%). Fonte: www.ibd.com.br.

O Selo Combustível Social⁵⁰, criado pelo Governo Federal, é direcionado para o cultivo de matérias-primas e a produção industrial de biodiesel. Envolve toda a cadeia produtiva do biodiesel, especialmente suas características peculiares, de ser intensiva em sistemas de cultivo nos minifúndios e agricultura familiar; bem como, de representar o desenvolvimento de um combustível ecologicamente correto.

O *Brazilian Sisal* foi criado em 2006 pelo Instituto Baiano de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Ibmetro) e o Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Inmetro). O seu objetivo é incorporar ao produto maior confiança junto aos mercados que importam o sisal nacional. Mais de 60 países importadores conhecem o registro de qualidade nacional. Estima-se que as vendas ao exterior sejam beneficiadas pelo aumento da demanda de produtos ecologicamente corretos. Essa iniciativa conta com o apoio da Agência de Promoção de Exportações e Investimentos (APEX) e o Sindicato das Indústrias de Fibras Vegetais do Estado da Bahia (Sindfibras).

Percebe-se no país um movimento de valorização dos produtos com qualidade superior e que respeitam o meio socioambiental. Iniciativas como a do Estado de Santa Catarina, que através de legislação constitucional própria - Lei nº. 12.117, de 7 de janeiro de 2002 – institui diversos selos e certificações, cumprem ser citadas a seguir: selos de Agricultura Orgânica (ORG); de Produto de Origem Familiar (FAM); Certificado de Conformidade (CCO); certificações de origem Denominação de Origem Controlada (DOC); e de Indicação Geográfica Protegida(IGP), são exemplos expressivos da força desse movimento.

Contudo, esse ainda é um movimento tímido, quando comparado ao potencial dos beneficiamentos que os selos e certificações podem acarretar. Tomando-se, como exemplo, o selo e as certificações representados nas figuras 10, 11 e 12, pode-se afirmar que a certificação orgânica, representada pelo selo IBD, em sua maioria, provém de pequenos núcleos familiares⁵¹ que tiram da terra o seu sustento. Conservando o solo fértil, a agricultura orgânica prende o homem à comunidade rural a que pertence. Garantindo sua sobrevivência e a de sua família, desestimula o êxodo rural e fortalece o vínculo do homem à terra. Daí a importância de se fomentar o consumo consciente junto ao consumidor final. Esses núcleos

⁵⁰ O selo faz parte de um conjunto de medidas específicas visando estimular a inclusão social da agricultura familiar, nessa importante cadeia produtiva, conforme Instrução Normativa nº 01, de 05 de julho de 2005. Fonte: <http://www.biodiesel.gov.br/selo.html>

⁵¹ Os quais se agrupam em Associações ou Cooperativas.

familiares apresentam grande potencial de gerar ocupações e empregos. Promovem também a inclusão social, especialmente quando se considera o amplo potencial produtivo da agricultura familiar, na região do Semiárido brasileiro, e na região Norte, onde a inclusão social é ainda mais requerida.

Já o Selo Combustível Social – biodiesel⁵² pode vir a significar um grande progresso científico, pois se refere a um combustível renovável e biodegradável, alternativo ao diesel de origem fóssil. O objetivo é substituir parcial ou totalmente o óleo diesel de petróleo, em motores de ciclo diesel automotivos (de caminhões, tratores, camionetas, automóveis, etc.) ou estacionários (geradores de eletricidade, calor, etc.). Esse produto, acrescido de um selo social, implica a valoração dessa inovação.

A certificação do *Brazilian Sisal* constitui-se num acréscimo de valor e confiança nos produtos cuja matéria-prima é o sisal. Segundo dados da APEX/AGECOM (2010), somente nas exportações baianas do segmento de sisal e derivados houve um aumento de cerca de 45% no primeiro trimestre de 2010, em relação ao mesmo período do ano anterior. Supõe-se que esse aumento não se deve exclusivamente à certificação em si, mas certamente ela auxilia a imagem do marketing de um mercado no qual ser ecologicamente correto já não é mais uma questão de escolha, mas de necessidade competitiva (APEX, 2010).

⁵² O nome biodiesel muitas vezes é confundido com a mistura diesel+biodiesel, disponível em alguns postos de combustível. A designação correta para a mistura vendida nestes postos deve ser precedida pela letra B (do inglês Blended - misturado). Neste caso, a mistura de 2% de biodiesel ao diesel de petróleo é chamada de B2 e assim sucessivamente, até o biodiesel puro, denominado B100. Fonte: www.biodiesel.gov.br

3 A IG PRODUZ NOVOS TERRITÓRIOS

Neste capítulo, definem-se conceitos de território e territorialidade, *vis-à-vis* o conceito de espaço. Definem-se também os termos produto georreferenciado e território georreferenciado, ambos propostos originalmente nesta tese como categorias de análise. Faz-se uma breve revisão histórico-conceitual sobre o sistema de proteção via Indicações Geográficas no Brasil, a legislação pertinente, e os procedimentos de proteção. Por último, analisam-se os impactos que a outorga de uma IG pode exercer sobre os produtores e seu respectivo território.

Faz-se uma breve revisão histórico-conceitual sobre o sistema de proteção via IG, a legislação pertinente, e os procedimentos de proteção. Por último, analisam-se os impactos que a outorga de uma IG pode exercer sobre os produtores e seu respectivo território.

Um novo espaço geográfico institucionalmente organizado resulta da constituição de um território como projeto político. O reconhecimento territorial advindo de uma IG, quando referenciado simbolicamente a um produto (produto georreferenciado), é sempre outorgado a uma pessoa jurídica local – associação ou cooperativa – que representa os seus produtores.

A analogia entre a legislação brasileira e as diferenças conceituais nos demais países, especialmente os da União Europeia (UE), sobre os selos territoriais, sistemas e formas de proteção, faz emergirem soluções complexas para resolver e harmonizar a equivalência da IG, entre o âmbito nacional e o internacional.

Seria preciso criar mais selos territoriais e de qualidade? Como tornar mais coerente e claro o ordenamento jurídico brasileiro – legislação, resolução, decretos, instruções normativas – e assim, ter na IG um instrumento capaz de salvaguardar produtos e serviços territoriais singulares brasileiros? Como proteger produtos não agroalimentares e de artesanato tradicional – tipo de patrimônio coletivo imaterial – no comércio internacional? Reporta-se esta questão, principalmente em relação aos países da UE, e outros, como EUA e Austrália, que não reconhecem algumas certificações ou selos como típicas de um território e, sim, de um produto. Isso explica por que são mais facilmente reconhecíveis a propriedade intelectual e as marcas, ficando as IG territoriais em segundo plano. Todavia, isso não se aplica ao consumidor individual consciente, nem aos movimentos de consumo consciente, simplicidade voluntária, *slow food*, dentre outros.

3.1 IG NA LEGISLAÇÃO BRASILEIRA

Sendo a IG o principal objeto de estudo desta tese, cumpre observar o que define a legislação. No Brasil, a IG é uma das modalidades de propriedade intelectual, que o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) registra sob a designação de Indicação de Procedência (IP) ou Denominação de Origem (DO). O INPI⁵³ é uma autarquia federal brasileira, vinculada ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), responsável pelas análises das solicitações⁵⁴ e concede o reconhecimento das IG, nacionais ou estrangeiras, por meio de parecer da Coordenação Geral de Indicações Geográficas e Registros (CGIR) na Diretoria de Contratos, Indicações Geográficas e Registros (DICIG).

Atualmente as IG, nas modalidades brasileiras IP e DO, correspondem a dois registros paralelos, à escolha dos produtores ou prestadores de serviços que planejam buscar proteção para seus produtos, serviços e territórios, desde que sejam atendidos os requisitos da lei e de sua regulamentação. A IG vem-se tornando uma tendência mundial na busca de competitividade, nos seus vários aspectos – qualidade, proteção, reputação, consumo consciente, dentre outros aspectos. A Lei de Propriedade Industrial LPI (Lei 9.279/96), nos seus arts. 177 e 178 definem Indicação de Procedência (art. 177):

[...] Considera-se Indicação de Procedência o nome geográfico de um país, cidade, região ou uma localidade de seu território, que se tornou conhecido como centro de produção, fabricação ou extração de determinado produto ou prestação de determinado serviço (LPI, 1996).

E Denominação de Origem (art. 178):

[...] Considera-se Denominação de Origem o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos (LPI, 1996).

⁵³ Decreto 7356 de 12 de novembro de 2010 a estrutura administrativa do INPI foi alterada e criou-se, no intuito de agilizar e fomentar as solicitações de IG, no país, a Coordenação de Fomento e Registro de Indicação Geográfica, vinculada à Coordenação Geral de Indicações Geográficas e Registros (CGIR) na Diretoria de Contratos, Indicações Geográficas e Registros (DICIG).

⁵⁴ O exame das solicitações é sobretudo formal. Baseia-se exclusivamente nos pareceres técnicos e nas pesquisas das instituições parceiras e produtoras. Há um total de cinco técnicos para cuidar de todo o processo. (entrevista realizada com Raul Bittencourt, advogado-técnico, Rio de Janeiro, 2013).

Podem-se esquematizar as diferenças entre uma IP e uma DO, através dos seguintes elementos:

Itens	Denominação de Origem	Indicação de Procedência
Meio Natural	O meio geográfico marca e personaliza o produto. A delimitação da zona de produção é indispensável.	O meio geográfico não tem necessariamente uma importância especial. A delimitação da zona de produção é indispensável.
Renome/Prestígio	Indispensável	Não necessariamente Indispensável
Uniformidade da Produção	Mesmo existindo mais de um tipo de produto, eles estão ligados por certa homogeneidade de características.	Pode ser aplicada a um conjunto de produtos de características diferentes que tenham em comum apenas o lugar de produção ou o centro de distribuição.
Regime de Produção	Há regras específicas de produção e características qualitativas mínimas dos produtos. Os próprios produtores (ou terceiros contratados) determinam os padrões de produção.	Não existe uma disciplina de produção á qual deva ser submetida os produtos.
Constâncias das Características	Os produtos devem conservar o mínimo de qualidade e constância em suas características. Os próprios produtores (ou terceiros contratados) por amostragem acompanham a constância qualitativa.	Não implica um nível de qualidade determinada nem das constâncias das características.
Volume de Produção	Há (na prática deveria haver) um limite de produção por hectare, que tem relação com a qualidade do produto.	Não existe limite de produção

Quadro 2: Diferenças entre Denominação de Origem e Indicação de Procedência

Fonte: Instituto Nacional da Propriedade Industrial INPI (2007).

Importa notar que o interesse juridicamente protegido pela lei brasileira referente à Indicação de Procedência dá margem a várias interpretações, uma vez que não expressa claramente o diferencial concernente ao produto ou serviço geograficamente reconhecido. Juntando-se o art.177 da LPI, acima transcrito, e a IN 25/2013, do INPI, no qual consta que é preciso, para registrar uma IP, a comprovação de uma estrutura de controle sobre os produtores ou prestadores de serviço, e sobre o produto ou a prestação de serviço, emerge uma confusão

conceitual entre IP e DO. Essa confusão é suscitada pela interpretação da LPI juntamente com a respectiva IN, do ano de 2013. A normalização da Lei nº. 9.279/96 pela IN 25/2013 revela que o reconhecimento de produtos ou serviços com uma IP deve obrigatoriamente atender a determinados parâmetros de qualidade. Consequentemente, os produtos ou serviços devem apresentar características que lhes conferem uma reputação ou renome, exigência legal para o reconhecimento de uma DO, por sua própria definição.

Não se identificaram, no âmbito desta pesquisa, leis ou decisões judiciais capazes de fornecer amparo jurídico à exigência da IN 25/2013, do INPI. Todavia, as IP outorgadas atendem a essa exigência. Isso leva a admitir que o reconhecimento de uma IP atribuí, ao produto ou serviço reconhecido, uma proteção jurídica adequada a valores imateriais, por sua qualidade e reputação. Em uma análise preliminar, pode-se admitir que, embora o conceito de IP não recaia no vazio jurídico, ele deve ser legislativamente modificado. O que falta é harmonizar o conceito de IP com o da IG definida pelo art.22 do ADPIC. O artigo deixa claro que a ligação entre o produto ou serviço à sua origem deve conter uma qualidade especial.

Empiricamente, uma IP possibilita a diferenciação do produto no mercado, fornecendo-lhe uma vantagem competitiva juridicamente protegida, na medida em que o valoriza com base nas especificidades típicas relacionadas à qualidade, reputação, e outras características do seu território. Não raro, como afirma Falcade (1999), em consonância com Dupim (2013) a IP é o primeiro movimento para o pleito de uma DO (este último, um processo mais complexo, por envolver o meio geográfico, além dos fatores humanos). Além disso, considerando que o processo produtivo de produtos ou serviços acontece num meio ambiente físico e imaterial⁵⁵, na prática, tais produtos são influenciados pelo local e por suas características de diversas ordens. Retoma-se nesta etapa da pesquisa, a análise sobre o conceito de IP. Sua abrangência é vaga, tanto legislativa quanto normativa. Essa situação jurídica acaba por suscitar distorções sobre serviços reconhecidos com esse signo territorial, a exemplo do Porto Digital “de Recife”, reconhecido com uma IP.

A crítica que se faz aqui não é sobre a legislação, referente à IG, por possuir somente dois signos territoriais; mas, sim, como demonstrado no capítulo 5, por que estão sendo usados enquanto signos de territorialidade. Ademais, o apoio do aparelho estatal é direcionado para

⁵⁵ No Direito brasileiro o meio ambiente divide-se em: o natural; o artificial – construído pelo homem; o do trabalho; e o imaterial – aquele ligado à cultura, aos valores sociais, dentre outros fatores.

produtos e serviços que deveriam possuir, de fato, signos de qualidade, como acontece na UE, conforme demonstrado no capítulo 2. Nesta linha de raciocínio, acaba sendo uma distorção, o fato de se aceitar uma IP para Porto Digital, na cidade de Recife. Somente se for adaptada à ideia sobre IG, de Gonçalves (2008), que vislumbra o nome geográfico constitutivo de uma IP, do ponto de vista funcional, como um reconhecimento geopolítico ou cultural. O caso específico do Porto Digital “de Recife” é considerado geopolítico⁵⁶, apesar de o reconhecimento, empiricamente, não passar de puramente mercadológico. O selo territorial⁵⁷ Porto Digital em nada se conecta a um território geográfico.

Prosseguindo no conceito de localidade jurídica, ou seja, “circunscrição administrativa especificando um lugar determinado, povoação ou lugarejo”, como conceber a identidade geográfica desse selo territorial, com a qualidade que ele pretende que seja reconhecida?

O objeto tutelado juridicamente, sob signo da IG, é diverso do *corpus mechanicum*, ou seja, não se deve confundir o bem incorpóreo com sua materialização em substâncias corpóreas. É certo que a IG necessita de um suporte material em que se concretize – o produto ou o território fisicamente delimitado, por exemplo. Porém, o bem imaterial (a IG) não se esgota nos produtos ou serviços que a identificam, no caso criticado aqui: serviços de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) e Economia Criativa (EC). Assim, a tutela jurídica recai sobre o nome geográfico, e não em relação aos produtos ou serviços.

Para a autora, o texto legal da LPI, no seu art. 177, sobre a IP: “... tornou conhecido como centro de produção, fabricação ou extração de determinado produto ou prestação de determinado serviço”, por ser vago, dá margens à associação do signo IP com parâmetros de qualidade. Consequentemente, induz características que conferem aos produtos e serviços, reconhecidos com uma IP, uma reputação ou renome, vinculando-os a uma imagem positiva

⁵⁶ É através da geopolítica que o Estado estabelece os nomes geográficos. (GONÇALVES, 2008, P.61). Mas, como considerar simplesmente o nome Porto Digital, como uma localidade geográfica? Para maiores detalhes sobre essa análise, ver capítulo 4.

⁵⁷ O Porto Digital é formado essencialmente por pequenas e médias empresas criadas na própria cidade do Recife, mas ao mesmo tempo abriga grandes instituições multinacionais e brasileiras como Accenture, IBM, Microsoft, Ogilvy, Stefanini, Thought Works e projetos de P&D em parceria com Alcatel Lucent, Bematech, Motorola, Samsung, LG e HP. Como o território reconhecido com a IG pode relacionar-se ao aglomerado de empresas, muitas destas economicamente denominadas empresas “circo”? No próprio site do Porto lê-se (...) “O selo é um reconhecimento internacional e garante a qualidade dos produtos gerados pelas **empresas certificadas**”. grifo nosso. Disponível em: www.portodigital.org/parque/projetos/internacionalizacao-procedencia-e-qualidade.

do ponto de vista no mínimo mercadológico. Essa associação propaga-se no discurso oficial, e se encontra presente em todos os textos oficiais, lidos para o desenvolvimento da tese, e também os disponíveis na internet, de instituições governamentais que se reportam à IG.

Não se trata, nesta tese, de discutir a legislação nacional. No entanto, se ela for analisada de par com o estudo de campo nos territórios reconhecidos com IG, ou até mesmo as solicitações encaminhadas ao INPI (possibilidades), aí é que se percebe a sua fragilidade. Trata-se aqui de pensar a IG como uma estratégia possível a ser mobilizada para defender interesses nacionais, seja em escala local, macrorregional ou internacional, dentro das diversas justificações explanadas no capítulo 2. Assim, é provável que seja necessária a criação de novos signos de territorialidade, bem como de qualidade. Necessário também se faz rever a LPI 9.279/96, arts. 177 e 178, sobre as modalidades IP e DO, tornando-as mais coerentes com outros ordenamentos legais – Resoluções e Instruções Normativas do INPI. Dessa forma, pode-se evitar que signos de territorialidade venham a ser usados tão somente para acaparar recursos financeiros direcionados exclusivamente à IG.

Ademais, é preciso considerar que tanto a IP como a DO repousam no princípio da notoriedade (reputação, fama, renome), em que o nome geográfico é a distintividade dos produtos e serviços juridicamente protegidos. Analisando-se o princípio da notoriedade, na questão da IG, juridicamente considerada como mero ato declatório de direito, deve-se evocar o tempo para a consolidação do direito ao reconhecimento da IG. Mas, curiosamente, o estudo de campo realizado nos territórios reconhecidos com IG demonstra que de fato existem duas formas, ao menos empiricamente, de se compreender o termo notoriedade.

A primeira forma condiz com as palavras de Clóvis Beviláqua (...) “o tempo é uma força na vida jurídica” (Beviláqua *apud* Gonçalves, 2008). É dentro da sucessividade do tempo que se consolidam os institutos jurídicos. Um nome geográfico, para ter real notoriedade, deve ser formado e consolidado no tempo, atravessando as dificuldades e mudanças próprias de um período considerável. O nome geográfico, formado através do tempo, não é oriundo de uma propaganda massiva e momentânea, podendo ser hábil a se perpetuar. Neste caso, levam-se em consideração, especialmente, produtos endêmicos, próprios do local, dos habitantes de um território delimitado. Podem-se citar, por exemplo, o capim dourado, do Jalapão, e as panelas de barro, de Goiabeiras. Esses produtos englobam as quatro justificações e pertencem ao grupo tipológico em que ocorre alguma apropriação da renda de monopólio.

Por outro lado, existe a possibilidade de a notoriedade vir a ser produzida pelo marketing e propaganda. Essa “notoriedade”, aqui considerada do tipo *expost*, só pode ocorrer inversamente, ou seja, depois de registrado o reconhecimento.

Em alguns casos identificados no estudo de campo, verifica-se, por exemplo, o processo de reconhecimento do território, através da IG como meta no processo de recuperação do setor (Documentação Costa do Camarão). A expectativa dos produtores é de valorizar o produto, de ganhar vantagem competitiva, mas principalmente, de utilizar o selo territorial para usufruir de benefícios governamentais disponibilizados pelas diversas políticas públicas relacionadas com a IG. Esse é também o caso, por exemplo, do arroz do Litoral Norte Gaúcho. Esses territórios não englobam as quatro justificações, apesar de serem citadas em eventos⁵⁸ e em seus próprios sites⁵⁹. Tampouco têm sido capazes de se apropriarem da renda de monopólio. Esses e outros detalhes sobre os territórios brasileiros reconhecidos são apresentados no capítulo 5.

A legislação brasileira diferencia-se da legislação ADPIC, uma vez que oferece a possibilidade de proteção mais estrita aos nomes de origem ao reconhecer, por meio da DO, qualidades ou características que se devem essencial ou exclusivamente ao meio geográfico. Isso se explica porque, no conceito de IG, do ADPIC, não há obrigatoriedade de se associarem fatores naturais a humanos para que sejam comprovadas características de qualidade ou reputação. Em outras palavras, na IG, do ADPIC, não é imprescindível a relação dialética homem-meio. Finalmente, vale destacar que o ADPIC, diferentemente da legislação brasileira⁶⁰, não faz nenhuma restrição aos potenciais titulares das IG. Indistintamente, tanto os produtores diretos, os órgãos públicos, ou simples comerciantes podem vir a ser titulares de uma IG. Os arts. 22 e 23 destacam a obrigação dos países signatários de facilitar a proteção das IG por meio das partes interessadas, os titulares da IG.

⁵⁸ Por exemplo, o Seminário Internacional das Indicações Geográficas (Fortaleza, Ceará, 2012).

⁵⁹ Destaca-se que entre o período de 2013 até abril de 2015, o site Costa do Camarão encontrava-se inativo.

⁶⁰ A legislação brasileira, diferentemente de outros países como Cuba, Guatemala, Hungria, Índia, México, Panamá, Peru, Portugal e Vietnã, concede IG a entidades representativas – organizações dos produtores. Não se incluem órgãos públicos nem comerciantes individuais privados como titulares da IG. (AUDIER, 2008, p.21).

A legislação também inova, em relação à adequação ao ADPIC, com a possibilidade de se atribuírem indicações geográficas aos serviços, aos produtos não-agrícolas, e ao artesanato.

3.1.1 IG e Serviços

Na análise da IG para o setor de serviços, destaca-se que, economicamente, esses bens, ainda que imateriais, também podem ser considerados mercadorias.

Mesmo se a intenção for requerer o benefício da proteção da espécie denominação de origem, podemos imaginar o vínculo com os fatores naturais e humanos em serviços de hotelaria em uma região no Amazonas na qual seja construído um hotel cuja arquitetura seja essencialmente associada ao meio ambiente, que preserve suas características naturais e proporcione aos hóspedes uma visão privilegiada deste ambiente a partir de todas as habitações; tudo isso associado a um notório saber fazer da rede hoteleira. No caso de um SPA seria possível uma denominação de origem, por exemplo, supondo que os serviços prestados neste SPA oferecem tratamentos com lama ou pedras de procedência da região, que seriam os fatores geográficos associados. (CALLIARI et al, 2007, p.7)

Para os serviços, igualmente devem-se preservar os elementos essenciais de uma IG: as características próprias de um local, cidade, região ou país, associadas com características geográficas singulares, que representam binômio da ligação serviço e território. Tendo o território demarcado como fator diferencial, os produtos e serviços reconhecidos com IG refletem uma identificação com a sua origem, nas dimensões sócio-produtivas, geoambientais e histórico-culturais. Em última instância, o controle da qualidade assegura a sua reputação.

Cumprido salientar que, em conformidade com o art.181 da LPI, os nomes geográficos que não induzam a uma falsa IP podem ser registrados como marca. Nesses casos, os nomes são desprovidos de qualquer significado. Pode-se mencionar, como exemplo, a cachaça da Chapada de Diamantina, na Bahia⁶¹. A condição de não incidir em uma falsa IG é essencial para que sejam preservados os interesses e direitos do consumidor. Esse fato demonstra a diferenciação comercial advinda de uma IG passível de proteção jurídica.

3.1.2 IG, produtos não agroalimentares, e artesanato tradicional – patrimônio coletivo

⁶¹ IP: BR402012000001-2; Tipo: aguardente tipo de cana tipo cachaça, microrregião de Abaíra (INPI, 2014).

A legislação brasileira também pode ser considerada vanguardista em relação à da UE, ao contemplar IG para produtos não agroalimentares, e também produtos oriundos do artesanato tradicional. Este último, em alguns casos, pode ser considerado um patrimônio coletivo, pelo seu processo histórico-produtivo, como já explanado no capítulo 2. Atualmente, a própria União Europeia já reconhece a necessidade desse tipo de proteção jurídica para produtos que se enquadram nessa perspectiva mercadológica.

Belas (2012) destaca o “Estudo sobre a proteção das Indicações Geográficas para produtos outros que não vinhos, bebidas espirituosas, produtos agrícolas ou gêneros alimentícios⁶²”, financiado pela Direção-Geral do Comércio da União Europeia, publicado em 2009. Sob a coordenação de David Thual, Insight Consultoria, reuniram-se pesquisadores da *Organisation for an International Geographical Indications Network*⁶³ (ORIGIN) e da *Association suisse pour le développement de l'agriculture et de l'espace rural* (AGRIDEA)⁶⁴, abrangendo 21 Estados da União Europeia, e cinco países terceiros: Brasil, China, Índia, Rússia e Suíça. Identificaram-se 400 produtos, destes, 28 foram selecionados para o estudo. Destaca-se que da totalidade selecionada, 18 tinham origem em 13 países da UE e os dez restantes, originados nos cinco países terceiros citados.

No Brasil é notória a grande possibilidade de reconhecimento de produtos não-agroalimentares, agroindustriais, e artesanais com importância variada do ponto de vista do volume comercial.

Até 12 de agosto de 2014 existiam 46 IG reconhecidas pelo INPI, nas modalidades IP e DO. Trata-se de 30 registros de IP, e 16 de DO, assim especificados: Vinhos - Vale dos Vinhedos (DO); Café - Região do Cerrado Mineiro; Carne bovina e seus derivados - Pampa Gaúcho; Aguardentes Paraty; Uvas de mesa e manga - Vale do Submédio São Francisco; Couro

⁶² “*Study on the protection of geographical indications for products other than wines, spirits agricultural products or foodstuffs*” disponível em:

http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2009/december/tradoc_145630.pdf.

⁶³ Organização não governamental com sede em Genebra que surgiu em 2003 com o objetivo de promover as IG enquanto ferramenta de desenvolvimento sustentável para produtores e comunidades em todo o mundo. Defende a temática em organismos supranacionais como a OMPI e a OMC. Esta ONG é responsável por articular uma rede de 350 associações de produtores e especialistas, em 40 países. Disponível em: www.origin-gi.com

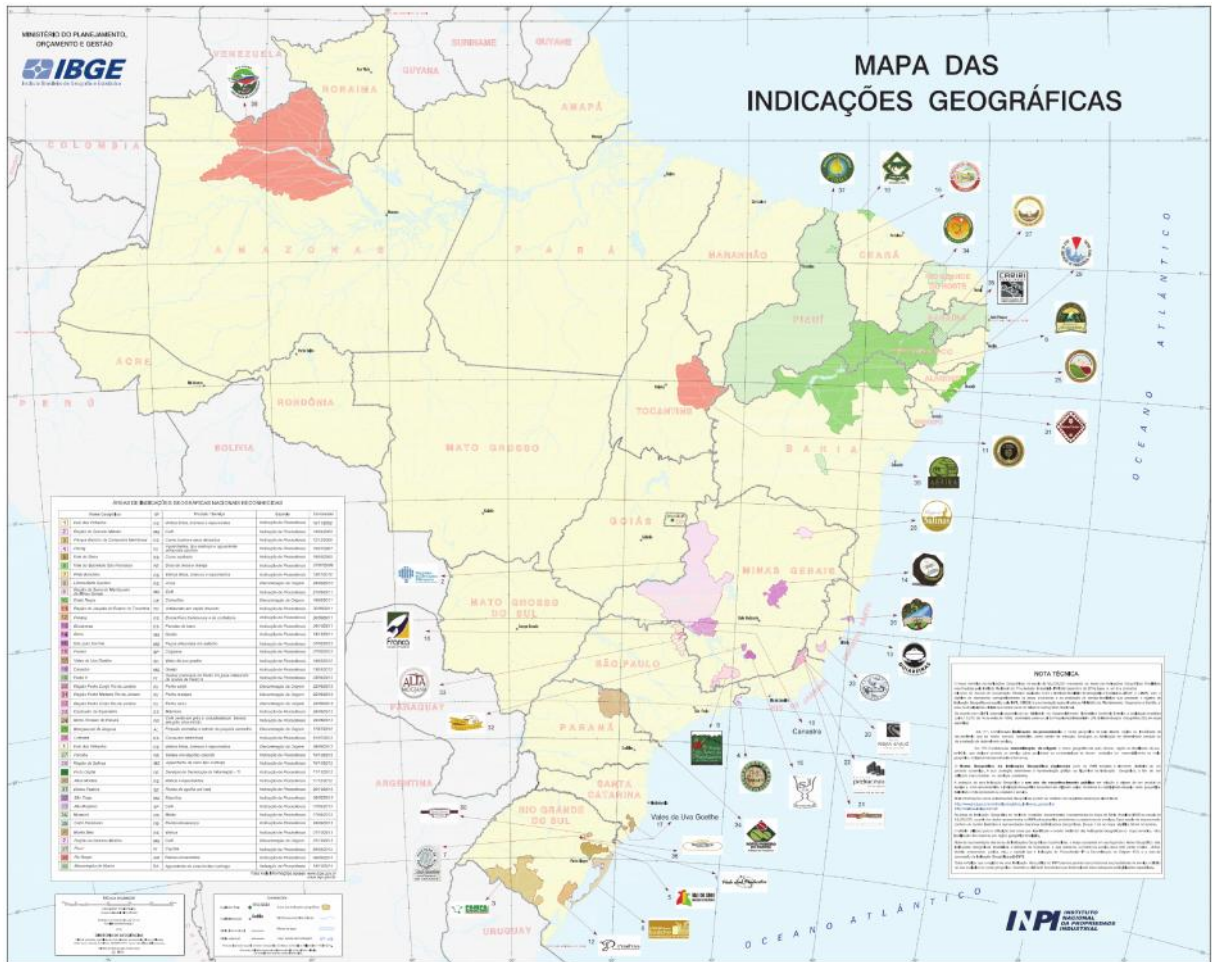
⁶⁴ Organização internacional por pesquisadores que trabalham com o tema desenvolvimento, por meio de pesquisas, que tragam resultados na melhoria qualidade de vida para produtores rurais na Ásia, África, América Latina e Europa. Informações disponíveis in: www.agridea-international.ch

acabado - Vale dos Sinos; Vinhos - Pinto Bandeira; Arroz Litoral Norte Gaúcho (DO); Café - Região da Serra da Mantiqueira do Estado de Minas Gerais; Camarões - Costa Negra (DO); Artesanato - Capim Dourado, Região do Jalapão do Estado do Tocantins; Aguardente de cana tipo Cachaça - Salinas; Pannels de barro Goiabeiras; Queijo Serro - Minas Gerais; Peças artesanais em estanho - São João Del Rei; Calçados Franca - São Paulo; Vinhos - Altos Montes; Vinhos de Uva Goethe - Vale de Uvas Goethe; Queijo Canastra -MG; Opalas preciosas de Pedro II - Piauí; Gnaisse - Região Pedra Carijó Rio de Janeiro (DO); Gnaisse - Região Pedra Madeira Rio de Janeiro (DO); Gnaisse - Região Pedra Cinza Rio de Janeiro (DO); Mármore - Cachoeiro de Itapemirim; Própolis Vermelha - Manguezais de Alagoas (DO); Cacau em amêndoas - Linhares; Café verde em grão - Norte Pioneiro do Paraná; Têxteis em algodão colorido - Paraíba; Serviços de Tecnologia da Informação Porto Digital; Café - Associação dos Produtores de Cafés Especiais da Alta Mogiana; Doces de Pelotas tradicionais e confeitaria de frutas; Cafés Especiais do Norte Pioneiro do Paraná; Centro Tecnológico do Mármore e Granito - Cetemag; Café verde em grão e industrializado em grão ou moído – Federação dos Cafeicultores do Cerrado (DO); Biscoito - Associação São-Tiaguense; Renda de agulha em lace - Renda Irlandesa de Divina Pastora; Melão - Comitê Executivo de Fruticultura do RN; Vinhos - Associação de Produtores dos Vinhos dos Altos Montes; Renda Renascença - Conselho Ass. Coop. Emp. Ent. Renda Renascença (Conarenda); Vinhos - Associação dos Vitivinicultores de Monte Belo do Sul (INPI, 12 de agosto de 2014).

As IG estão distribuídas, territorialmente, por diversos estados brasileiros. Elas abrangem quatro das cinco regiões nacionais. Apenas a região Centro-Oeste ainda não possui uma IG. Devido à importância do tema, recentemente⁶⁵, o INPI através de um Acordo de Cooperação Técnica com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), desenvolveram um mapa temático, na escala de 1:5.000.000⁶⁶, que tem “(...) o objetivo de representar cartograficamente as áreas produtoras e de prestação de serviço brasileiras que possuem o registro de Indicação Geográfica concedido pelo INPI.” (IBGE, 2015).

⁶⁵ O mapa foi inserido tardiamente, pois, sua elaboração abrange dados até dezembro de 2014 (divergente da linha de corte da tese) e teve sua divulgação em 19 de maio de 2015. Disponível in: www.ibge.gov.br

⁶⁶ Essa escala de mapeamento confere um caráter ilustrativo à representação das áreas de Indicações Geográficas, já que 1 cm no mapa significa 50 km no terreno.



Além das áreas de IG representadas, o mapa também apresenta em sua legenda o Nome Geográfico das Indicações Geográficas Brasileiras, a Unidade da Federação a que pertence o produto ou serviço, a modalidade (IP ou DO), e a data da concessão da IG pelo INPI. O critério utilizado para a atribuição das cores que identificam o recorte territorial das IG no mapa temático foi a localização das mesmas por região geográfica brasileira.

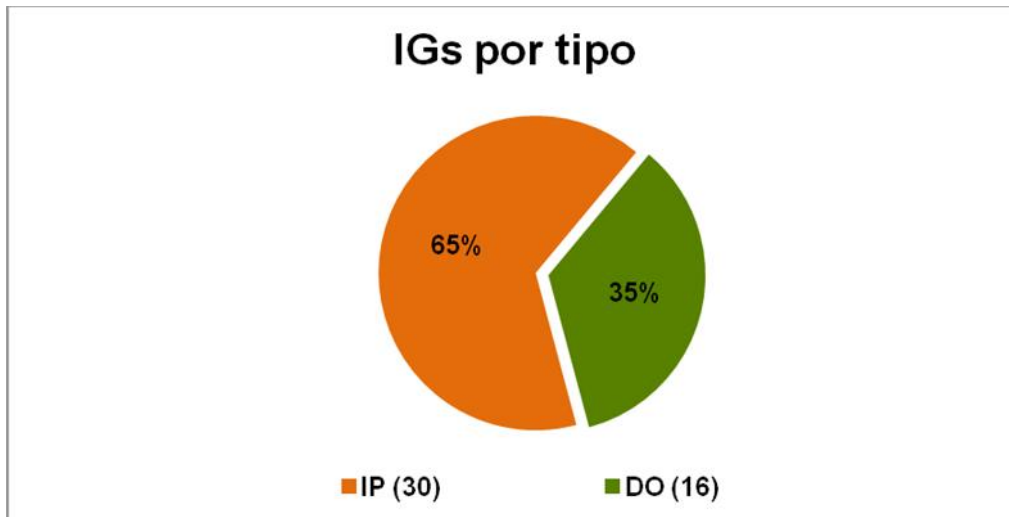


Gráfico 1: Indicação Geográfica por tipo

Fonte: Adaptado de (INPI, 2014: Disponível in: <www. inpi.gov.br>)

Do total das IG, 38 são brasileiras, e apenas oito com reconhecimento de IG estrangeiras. Esse fato evidencia que os acordos bilaterais de reconhecimento de territórios georreferenciados na política externa brasileira, apesar dos esforços despendidos pelo Ministério de Indústria e Comercio Exterior (MDIC) e o Ministério das Relações Exteriores (MDE), ainda é incipiente. Somente o vinho do Vale dos Vinhedos, do Rio Grande do Sul, tem reconhecimento internacional – na União Europeia. O reconhecimento da IG para a Cachaça Brasileira ocorreu via Decreto.

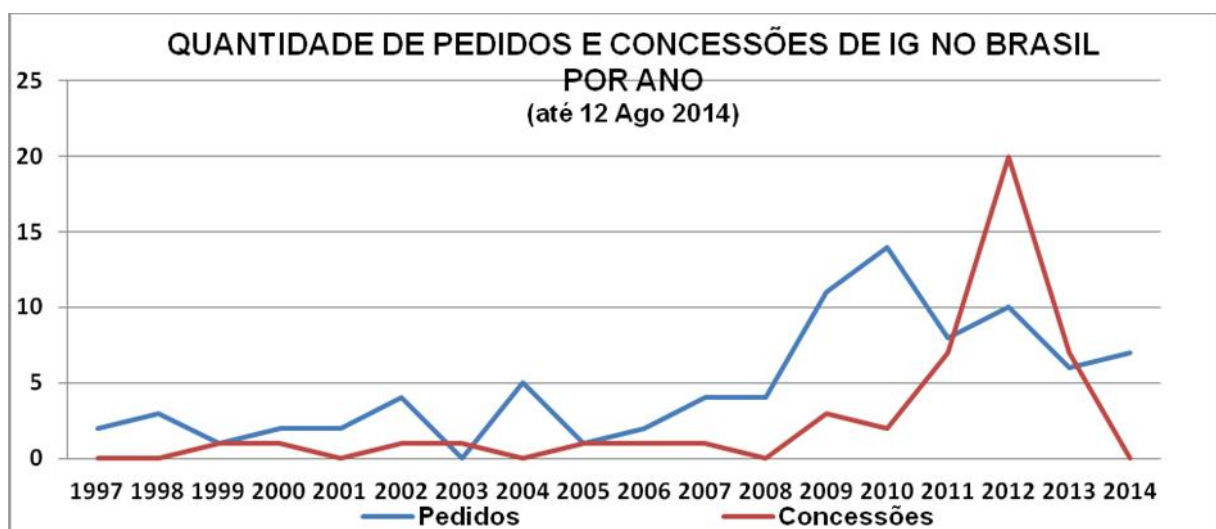


Gráfico 2: Pedidos e Concessões de IG no Brasil

Fonte: Adaptado de INPI, 2014 (Disponível in: <www. inpi.gov.br>)

Observa-se no Brasil que do total de IG concedidas vinte e três (23) são classificadas como produtos agroalimetar/agroindustrial, e apenas seis (6) são classificadas como artesanato; oito

(8) como produtos não agrícolas; e uma (1) como serviço, conforme demonstra o gráfico abaixo:

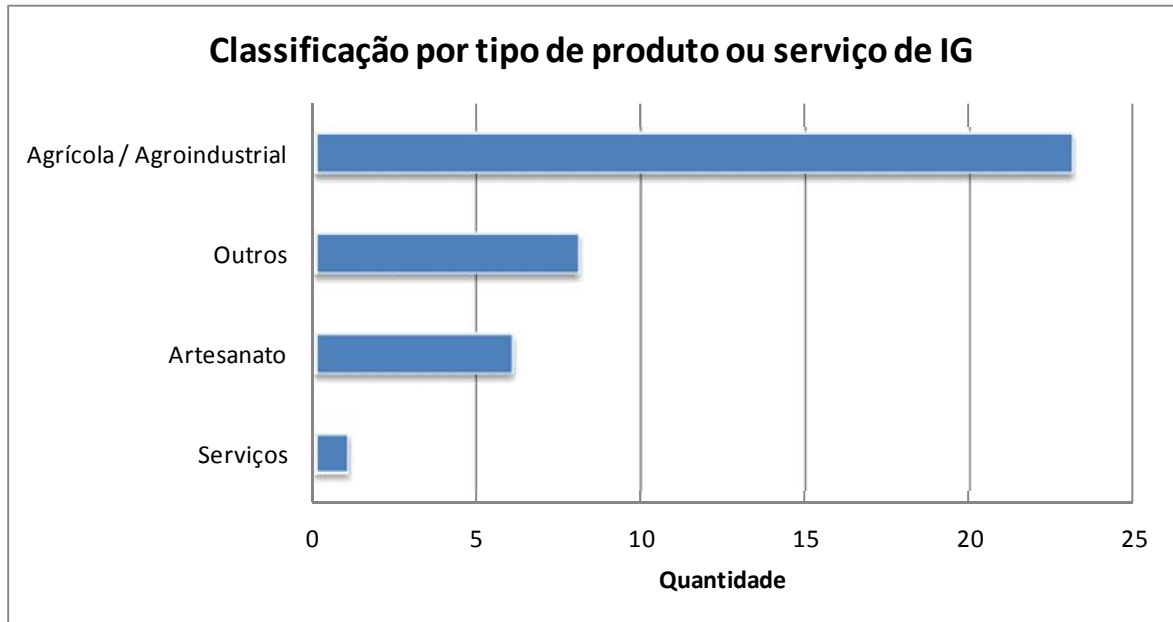


Gráfico 3: Classificação por tipo de produto ou serviço de IG

Fonte: Adaptado de INPI, 2014 (Disponível in: <www.inpi.gov.br>)

Analisando-se a questão da salvaguarda e da proteção legal de produtos artesanais tradicionais, considerados patrimônio, no reconhecimento da IG, cabe a antiga máxima:

“O Brasil não conhece o Brasil”.

Isso significa que o brasileiro mediano consegue identificar facilmente o termo *Champagne* (e a sua localização geográfica), mas desconhece a história ou localidade de Goiabeiras, e suas Panelas de Barro – feitas praticamente da mesma forma, por mais de trezentos anos. Tampouco conhece a importância histórica de Paraty, desde a época do Império, cuja produção de cachaça é a mais antiga reconhecida pelo INPI – cerca de 380 anos.

Destaca-se aqui a questão do artesanato tradicional – bem patrimonial. A IG pode vir a fortalecer a transmissão desse patrimônio para as gerações futuras, assegurando a manutenção de identidades culturais que são próprias de uma coletividade, e que lhes fornece identidade. Vivien (2005), citando Yves Barel, afirma que um patrimônio não pode ser gerado da mesma forma que um capital. “... o capital é gerado para o crescimento e o patrimônio para transmiti-lo, mesmo se por razões particulares, elementos específicos de um patrimônio se encontrem

voltados para o mercado” (2005, p.299). Assim, é preciso entender o artesanato tradicional – bem patrimonial – como constituinte de uma relação econômica específica que é, ao mesmo tempo, complementar e antagônica *vis-à-vis* as relações de mercado.

Thual *et al.* (2009) informa que a quase totalidade dos produtos não agroalimentares ou de artesanato tradicionais patrimoniais na UE tem sua reputação associada a nomes de origem entre os séculos XVI e XIX, como: o Bordado da Madeira, em Portugal; o cristal de *Cesky*, na República Checa; a porcelana de *Herend*, na Hungria; as rendas de *Calais*, na França, e o vidro artístico de Murano, datado do século XIII, cuja produção artesanal mantém ainda hoje técnicas centenárias. Belas (2012) destaca que existem poucos produtos com notoriedade construída recentemente, como as colchas de cama do norte da Holanda, com produção datada de apenas 23 anos.

Pode-se, assim, traçar um paralelo com alguns produtos não agroalimentares ou de artesanato tradicionais patrimoniais brasileiros, e seus diferentes tempos de existência. Belas (2012) destaca que ao menos cinco produções artesanais (panelas de barro de Goiabeiras, queijos artesanais da Canastra e da Serra, doces de Pelotas e rendas de Divina Pastora) acumulam simultaneamente os registros de Indicação Geográfica, e Patrimônio Imaterial do Brasil.

Destaca-se que não existe ainda uma política oficial que articule o INPI, instituição responsável pelo registro das IG, ao IPHAN e outras instituições responsáveis por políticas específicas de salvaguarda cultural e ambiental em relação às populações tradicionais. Essas solicitações de titulares de práticas culturais e saberes tradicionais, não raro apoiadas por instituições governamentais ou do setor produtivo, surgem, muitas vezes por iniciativas dos próprios titulares do conhecimento tradicional, como uma estratégia de desenvolvimento econômico e geração de rendas locais, no intuito de contribuir para a continuidade do patrimônio cultural desses grupos.

Ultimamente observa-se um interesse crescente de pequenos produtores, muitos dos quais incluídos na categoria de populações tradicionais. Esse interesse é voltado, ao mesmo tempo, para solicitações de IG e marcas coletivas para a proteção comercial de produtos artesanais. Isso tem provocado uma discussão sobre a compatibilidade da IG com as políticas de preservação ambiental e salvaguarda do patrimônio cultural desenvolvidas pelo Estado.

O trabalho de Noronha (2011) ressalta o papel fundamental que o consumo exerce no direcionamento da produção, com forte impacto na qualidade de vida dos produtores. Não se trata apenas da geração de renda, mas também de garantir a saúde dos artesãos, a sociabilidade do grupo, a sustentabilidade do território, e a qualidade de vida, de uma forma totalizante. A comunicação ao consumidor assume assim uma importância estratégica, especialmente no que diz respeito a produtos identitários, cuja continuidade do ponto de vista do grupo depende mais do seu valor cultural do que propriamente monetário. É necessário informar o consumidor das etapas do processo produtivo (itinerário técnico) e dos valores e sentidos que os produtores atribuem à própria produção, valorizando para além do produto em si, os produtores e os seus contextos de produção.

Krucken (2009) defende que a força motriz para a valorização de produtos baseados em recursos locais está na relação entre produtores e consumidores, tendo como base um movimento convergente: de um lado, produtores que têm necessidade de desenvolver estratégias para valorar seus produtos nos mercados de forma condizente com o valor atribuído a estes pela própria comunidade que os produz; de outro, consumidores que buscam produtos com garantia de origem e qualidade.

O que importa agora é centrar a identificação dos valores dos produtos na relação dialética entre produtores e consumidores. Todavia, não se deve simplificar a inevitável formação dos preços (e, conseqüentemente, da renda de monopólio) como sendo o encontro de dois pontos em curvas abstratas de oferta e procura. Ao contrário, o que opera é sobretudo o modo como esses valores são reconhecidos, e como são definidas as qualidades locais que servem de marcadores de identidade dos produtos. Não se trata apenas de desenvolver estratégias para conhecer e tornar reconhecíveis (como faz a publicidade convencional) as diversas dimensões de valor presentes nos produtos da sociobiodiversidade. No que diz respeito ao perfil dos projetos de IG no Brasil, não raramente os valores propostos pelas instituições parceiras têm-se sobreposto aos dos produtores e, até mesmo, em certa medida, ignorado os consumidores. Essa questão é retomada no capítulo 4.

O uso das IG como instrumento complementar das ações de salvaguarda do patrimônio implica considerar, enquanto referência cultural, o valor que o produto protegido assume junto aos seus produtores. O conceito de “referências culturais” constitui o eixo principal da política de salvaguarda do patrimônio imaterial, como é possível observar na citação abaixo:

Quando se fala em ‘referências culturais’, se pressupõem sujeitos para os quais essas referências façam sentido (referências para quem?). Essa perspectiva veio deslocar o foco do bem – que em geral se impõe por sua monumentalidade, por sua riqueza, por seu ‘peso’ material e simbólico – para a dinâmica de atribuição de sentidos e valores. Ou seja, para o fato de que os bens culturais não valem por si mesmos, não têm um valor intrínseco. O valor lhes é sempre atribuído por sujeitos particulares e em função de determinados critérios e interesses historicamente condicionados (LONDRES, 2006, p. 85-86).

Admitir bens culturais como referenciais é, sobretudo, revelar uma preocupação em identificar a história que lhes fornece sentido, as suas condições presentes de reprodução e as suas perspectivas de continuidade. Daí, a grande pergunta que se deve fazer: em que medida as IG podem contribuir para a salvaguarda do patrimônio cultural? Quais os benefícios e os riscos do uso da IG enquanto instrumento de promoção e proteção de produtos artesanais de povos e comunidades tradicionais no Brasil?

3.2 O RECONHECIMENTO PELO REGISTRO E PELO DECRETO

3.2.1 Reconhecimento pelo Registro no âmbito nacional

De acordo com a legislação brasileira, em conformidade com a Lei de Propriedade Industrial (LPI), Lei nº 9.279/96, o INPI determina as condições de registro das IG. Através dos Atos Normativos 134/97 e 143/98, instituiu as normas de procedimento e os formulários próprios que deverão ser apresentados na obtenção do requerimento de registro de IG. Além disso, a Presidência do INPI, através da Resolução 075/2000 estabeleceu a necessidade da formação de um Conselho Regulador para cada IG outorgada.

O Conselho Regulador é formado pelos produtores, associações ou sindicatos, técnicos ou representantes de instituições e autarquias governamentais que fazem parte ou influenciam a respectiva cadeia produtiva. Tem como responsabilidade: gerir, manter e preservar as atividades ligadas às IG, por meio do Regulamento da Indicação Geográfica⁶⁷. Pode requerer a proteção legal de uma IG, qualquer pessoa jurídica de representatividade coletiva, com legítimo interesse e estabelecida no respectivo território (INPI, 2013).

⁶⁷ Esse Regulamento, além de conter os itens supracitados, deve atender à legislação vigente complementar, a exemplo da Defesa do Consumidor, e do Direito Comercial.

Cabe, neste ponto do trabalho, destacar que a Resolução nº 75. de 28.11.2000 do (INPI), de acordo com a LPI nº 9.279/96, conforme o art.5, restringe as solicitações de registro às associações e outras instituições representativas da coletividade. Então, como se explica que a Companhia do Vale do Rio Doce, venha solicitar junto ao INPI uma IG para o minério de ferro produzido por esta empresa?⁶⁸ A resposta para este questionamento encontra-se respaldada na própria LPI. A Lei deixa claro que a IG é um direito coletivo. Todavia, não se pode descartar a possibilidade de apenas um único empresário estar estabelecido num local ou numa região que goze de fama ou reputação, de obter o direito ao reconhecimento. Ainda mais quando se trata de empresa de mercado aberto, com ações em bolsas de valores. Portanto, não se pode impedir que, posteriormente, outras empresas de mercado aberto venham a usufruir do signo de reconhecimento geográfico. O que se exige é que devem produzir no local ou região, com as mesmas características, e gozem de reputação.

Nesse ponto, a pergunta deve ser refeita, já que existe um aparato legal em que se justifica o reconhecimento vinculado ao direito coletivo e à IG. No caso específico de uma DO para o minério de ferro, que tipo de relação deve haver entre qualidades, características e os fatores naturais e humanos, típicos de uma DO, pela própria definição legal?

Essa inadequação legal em relação à praticidade das solicitações e aos reconhecimentos de IG, no Brasil, é tratada no discurso oficial de maneira simplista. Em outras palavras, no próprio site do INPI, o conceito de DO é diferente do que consta na LPI art. 178, sendo conceituado como: “A Denominação de Origem refere-se ao nome do local, que passou a designar produtos ou serviços, cujas qualidades ou características podem ser atribuídas à sua origem geográfica”. (INPI, 2015).

Assim, pode-se observar que a inclusão dos fatores naturais e humanos – relação e termos legais do ordenamento jurídico nacional – são conscientemente excluídos.

A LPI, art.182, atribui competência ao INPI para estabelecer as condições de registro da IG. O INPI exige, conforme Instrução Normativa IN 25/2013, para a solicitação de uma IG os seguintes documentos:

⁶⁸ Número da IG:BR412012000011-6; Requerente: Vale S. A; depósito da solicitação em 28/12/2012. 28/12/2012 (INPI, 2014).

Tabela1: Documentação para Registro de IG

A) Apresentação da Guia de Recolhimento da União (GRU) paga para este serviço e preencher o formulário de solicitação de registro específico, em duas vias, com os dados do requerente, tipo de IG solicitada (Indicação de Procedência ou Denominação de Origem), nome e delimitação da área e produto.

B) Instrumento comprobatório da legitimidade do requerente.

C) Cópia dos atos constitutivos (por exemplo, estatuto social) do requerente, e da última ata de eleição.

D) Cópia dos documentos de identidade e de inscrição no CPF do representante legal da entidade requerente.

E) Regulamento de uso do nome geográfico.

F) Instrumento oficial que delimita a área geográfica.

G) Descrição do produto ou serviço.

H) Características do produto ou serviço.

I) Etiquetas, quando se tratar de representação gráfica ou figurativa da IG.

J) Comprovação de que os produtores ou prestadores de serviços atuam na área do pedido e exercem a atividade econômica que buscam proteger.

L) Existência de uma estrutura de controle sobre os produtores ou prestadores que tenham o direito ao uso exclusivo da IG e seu produto ou serviço.

M) IP – apresentação de elementos que comprovem ter o nome geográfico se tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação do produto ou prestação do serviço.

N) DO – descrição das qualidades e características do produto ou serviço que se devam, exclusiva ou essencialmente, ao meio geográfico, incluindo fatores naturais e humanos.

Fonte: Adaptado de (INPI, 2015: Disponível in: <www.inpi.gov.br>)

A análise do pedido pode ser graficamente representada da seguinte forma:

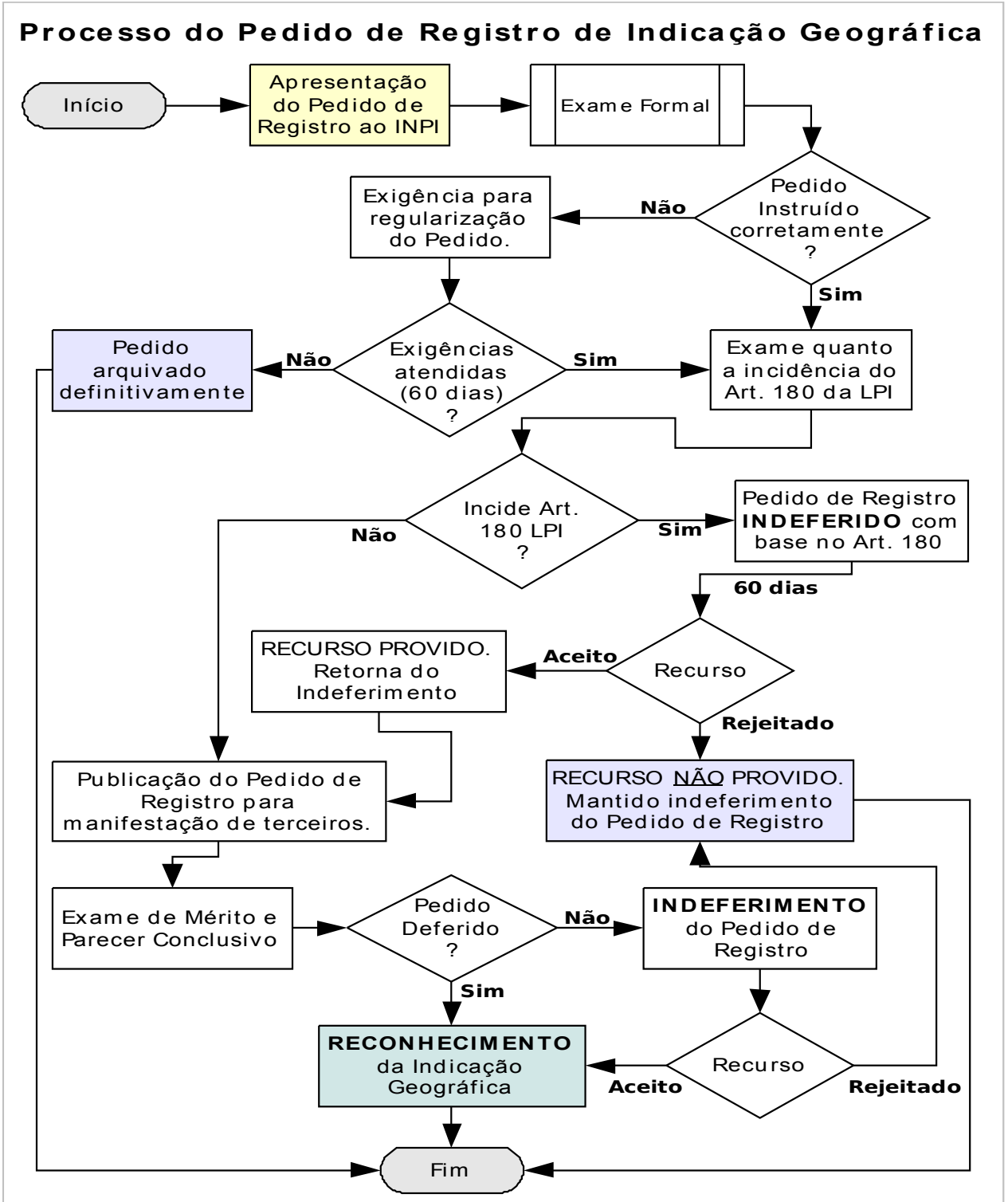


Gráfico 3 – Fluxograma do encaminhamento do pedido ao INPI

Fonte: Adaptado de (INPI, 2013; Disponível in: <www.inpi.gov.br>)

O procedimento do pedido de reconhecimento de uma IG no Brasil⁶⁹ estrutura-se em duas etapas: depósito e processamento do pedido, descritas no quadro 3.

⁶⁹ Para um melhor entendimento sobre procedimentos, custos e outras questões, ver site oficial brasileiro do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) <www.inpi.gov.br>.

1. Depósito

O pedido de reconhecimento de IG deverá ser requerido em formulário próprio, onde deverão ser discriminados, dentre outras, informações acerca do nome da área geográfica e sua delimitação, descrição do produto ou do serviço, assim como deverá ser acompanhado do comprovante do recolhimento da retribuição devida, da procuração e das respectivas etiquetas, se for o caso.

O pedido deverá conter, ainda, elementos que comprovem ter a localidade se tornado conhecida como centro de extração, produção ou fabricação do produto ou como centro de prestação do serviço, e elementos que comprovem estarem os produtores ou prestadores de serviços estabelecidos na área geográfica objeto do pedido e efetivamente exercendo as atividades de produção ou prestação de serviços. No caso de reconhecimento do nome geográfico como Denominação de Origem, o pedido deverá conter, além dos elementos anteriormente citados, as características e qualidades físicas do produto ou do serviço que se devam EXCLUSIVA ou ESSENCIALMENTE ao meio geográfico; e a descrição do processo ou método de obtenção do produto ou serviço que devem ser locais, leais e constantes. (INPI, 2013)

2. Processamento do pedido

O pedido sofrerá um exame formal, e caso não esteja corretamente instruído, poderá haver formulação de exigência para que, no prazo de 60 dias, se promova sua regularização, sob pena de arquivamento definitivo do processo. Estando o pedido regular, será o mesmo analisado para que se verifique se não se trata de nome geográfico que se tornou de uso comum para aquele produto ou serviço.

Se o pedido estiver devidamente instruído, será publicado na Revista da Propriedade Industrial (RPI), para que terceiros se manifestem, no prazo de 60 dias. Havendo manifestação ou não, após esse prazo, o pedido será objeto de exame de mérito. Uma Comissão Especial, composta por cinco servidores, presidida pelo Diretor de Marcas, examina e decide o pedido. O deferimento do pedido encerra a instância administrativa.

Se indeferido, cabe pedido de reconsideração ao Presidente do INPI, no prazo de 60 dias. Confirmada a decisão anterior, encerra-se a instância administrativa.

Em caso de dúvidas ou falta de convencimento, exigências complementares poderão ser formuladas, assim como poderá ser nomeado um perito para dirimir questões técnicas, na hipótese de pedido de reconhecimento de Denominação de Origem.

Quadro 3: Depósito e processamento do pedido no Brasil

Fonte: Instituto Nacional da Propriedade Industrial (2013).

O valor dos custos de serviços de IG, junto ao INPI, segundo IN 25/2013, varia conforme a especificação, se o pedido refere-se a uma IP ou DO. O pedido de IP, por ser menos complexo de ser comprovado e obtido, tem seu valor expressivamente menor do que a DO. Cumpre observar que o custo para se obter um reconhecimento pode variar, podendo alcançar um valor maior a depender do curso do processo; por exemplo, se houver uma manifestação de terceiros contra o pedido de registro de reconhecimento de IG; ou, se ocorrer uma contestação a uma exigência do INPI, o processo encarece. Sobre esse assunto, encontra-se uma Tabela de Custos no site do INPI (2014).

Através do Decreto 7.356⁷⁰, de 12 de novembro de 2010, o INPI tornou-se competente, legalmente, na difusão e fomento das IG. Em janeiro de 2012, durante entrevista com o Sr. Luiz Cláudio Dupim, coordenador de fomento e registro da IG, a CGIR, ficou esclarecido que a autarquia basicamente faz uma análise processual, limitando-se à recepção das solicitações e emissão dos registros. O exame dos processos das solicitações é sobretudo formal pois, segundo o Sr. Dupim, o reconhecimento é um ato declatório de direito. Na prática, embora haja visitas técnico-científicas e jurídicas, estas últimas, sob a responsabilidade do advogado, Sr. Bittencourt, para esclarecer possíveis dúvidas em relação ao processo de reconhecimento, o parecer do INPI fundamenta-se nos pareceres técnicos e nas pesquisas fornecidas pelos produtores, sempre com auxílio de instituições de apoio.

De acordo com o Sr. Bittencourt, em entrevista realizada em março de 2014, existem somente cinco técnicos (inclusive ele próprio e o Sr. Dupim) em toda a estrutura da autarquia. Essa pequena equipe é a responsável encarregada dos processos de reconhecimento das IG nacionais e estrangeiras, provenientes de todos os setores – agroalimentares/agroindustriais, industriais, serviços ou artesanais. Há uma sobrecarga de atribuições, pois esses mesmos profissionais realizam palestras e seminários, em todo o território brasileiro, buscando novas possibilidades de reconhecimento para IG, e sua promoção junto aos produtores. A defasagem no número de funcionários para análise dos processos de solicitações da IG, aliada a uma crescente demanda, inviabiliza o acompanhamento posterior à concessão do reconhecimento, com o fim de assegurar o cumprimento daquilo que de fato representa um registro de IG.

⁷⁰ O Decreto 7356 de 12 de novembro de 2010 altera a estrutura administrativa do INPI criando, dentre outras, a Coordenação de Fomento e Registro de Indicação Geográfica, vinculada à Coordenação Geral de Indicações Geográficas e Registros (CGIR)

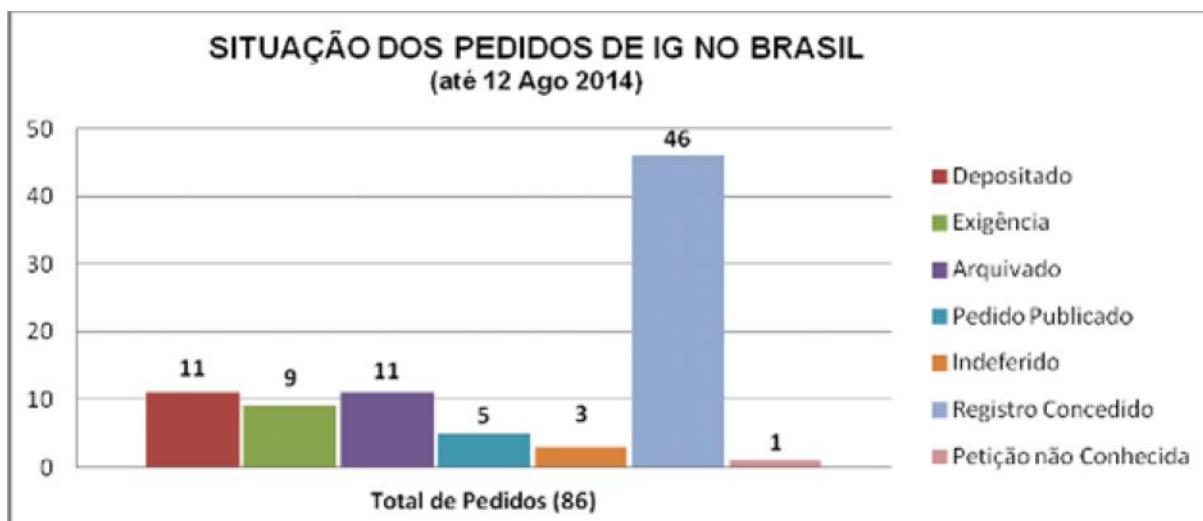


Gráfico 4: Situações de IG no Brasil

Fonte: Adaptado de (INPI, 2014: Disponível in: <www.inpi.gov.br>).

Além do INPI, atuam também várias instituições. Nas fichas territoriais apresentadas no apêndice desta tese, essas outras instituições são denominadas, simplesmente, instituições de apoio. Podem-se citar, por exemplo, o Departamento de Propriedade Intelectual e Tecnologia da Agropecuária (DEPTA) do Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento (MAPA), por intermédio da Coordenação de Incentivo à Indicação Geográfica de Produtos Agropecuários (CIG), (MAPA); a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA); o Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE); instituições técnico-científicas como universidades, institutos federais de educação, ciência e tecnologia; empresas de Assistência Técnica e Extensão Rural (ATER); a administração pública governamental nos níveis estadual e municipal, além de outras Organizações Não Governamentais (ONG). Todo esse apoio tem-se revelado essencial para alavancar o reconhecimento de produtos e serviços, e, por extensão, seus respectivos territórios.

Tratando-se de produtos não agro-alimentares e artesanais tradicionais, considerados como patrimônio, é imprescindível a parceria entre os produtores titulares da IG e as instituições parceiras de apoio. Esse apoio está relacionado tanto às IG quanto a outras políticas correlatas de incentivo. Observa-se também que diversas instituições de apoio oferecem suporte técnico, e até financeiro, aos produtores nacionais. Esse apoio vai desde a elaboração da documentação necessária para solicitação da IG, até a sua consolidação.

As instituições de apoio exercem um papel fundamental para que se viabilizem as ações que antecedem as solicitações dos registros de reconhecimento da IG. Na prática, realizam-se

palestras e mini-cursos para apresentar a IG, e suas vantagens para os produtores e o território; levantamentos históricos; demarcação do território a ser reconhecido; definição de normas de uso da IG, etc. Em alguns casos, realizam até ações *ex-post*, que sucedem a concessão da IG, a exemplo da avaliação do cumprimento do regulamento de uso e a gestão da IG, como faz a EMBRAPA, na DO Vale dos Vinhedos.

Belas (2012) relata que esse apoio técnico e financeiro aos produtores, objetivando a implementação da IG, é uma iniciativa espontânea, sem articulação suficiente para definir os limites das competências de cada um dos atores e instituições de apoio envolvidas no processo de reconhecimento. Dessa desarticulação entre os atores envolvidos, chama a atenção da autora, na análise tipológica, como vultosas quantias de recursos públicos são destinadas a eventos para promoção de uma IG já reconhecida.

Exemplo dessa realidade foi o apoio, na forma de convênio, em 2012, entre o MAPA, como concedente, para realização do “IV Encontro de Arranjo Produtivo Local de Carcinicultura do Litoral Oeste”, e a Associação de Carcinicultores da Costa Negra (ACCN). O convênio movimentou recursos financeiros na ordem de 937.500,00 mil reais, tendo como contrapartida apenas 37.500,00 ou 4% (quatro por cento), conforme demonstrado na documentação da Ficha Territorial respectiva.

Através de uma entrevista⁷¹ realizada com o Sr. Clovis Terra, presidente da Aproarroz, presente no referido Seminário, obteve-se a informação que ele não vislumbra a IG como um instrumento capaz de agregar valor ao seu produto. Na sua ótica, o consumidor brasileiro não estaria disposto a pagar um valor maior do que já é pago, somente pelo fato de o território e o produto (arroz) serem reconhecidos com o selo DO. Por essa razão, os diferentes tipos de arroz vendidos no mercado brasileiro sequer contêm nas suas embalagens o selo territorial. Ademais, ele argumentou que a aposição do selo da IG, nas embalagens do arroz, demanda uma logística, inclusive a substituição de embalagens. Isso acrescentaria, como consequência, novos custos, os quais não poderiam ser repassados ao consumidor e tão pouco ele estaria disposto a arcar. Dessas observações, pode-se concluir que o produtor possui a IG, mas opta por não usá-la. Diante do exposto, resta perguntar: se o produtor não usa o selo que representa a IG, então, por que buscou o reconhecimento do produto?

⁷¹ Entrevista concedida à autora. Fortaleza, Ceará, 19 de Agosto de 2012.



Figura 13: Presidente da Aproarroz, Sr. Clovis Terra, no “II Seminário Internacional sobre a IG”, 21 de Agosto. 2012.
Fonte: Foto da Autora (2012)



Figura 14: Presidente da Aproarroz, Sr. Clovis Terra na Feira de Negócios do Futebol-SOCCERex. Em 24 a 28 de novembro de 2012.
Fonte: <http://www.aproarroz.com.br/>

No Anexo B, que tem como fonte o site oficial da Aproarroz, lê-se: “A Aproarroz participou da SOCCERex – a maior Feira de Negócios do Futebol no Mundo, no Rio de Janeiro, a convite do SEBRAE e Governo do Estado do Rio Grande do Sul, de 24 a 28 de novembro de 2012.” Assim, permanece a questão: quanto recurso público, técnico e financeiro, dessas instituições de apoio é necessário para de fato agregar valor ao produto territorial? O custo para o governo, provido pelos impostos de empresas, mas, também de consumidores, vale toda essa mobilização do aparato estatal, especialmente, para promoção de determinadas IG? As regiões Sul e Sudeste respondem por 74% das IG reconhecidas. Será coincidência que as regiões mais ricas do país tenham mais territórios georreferenciados?

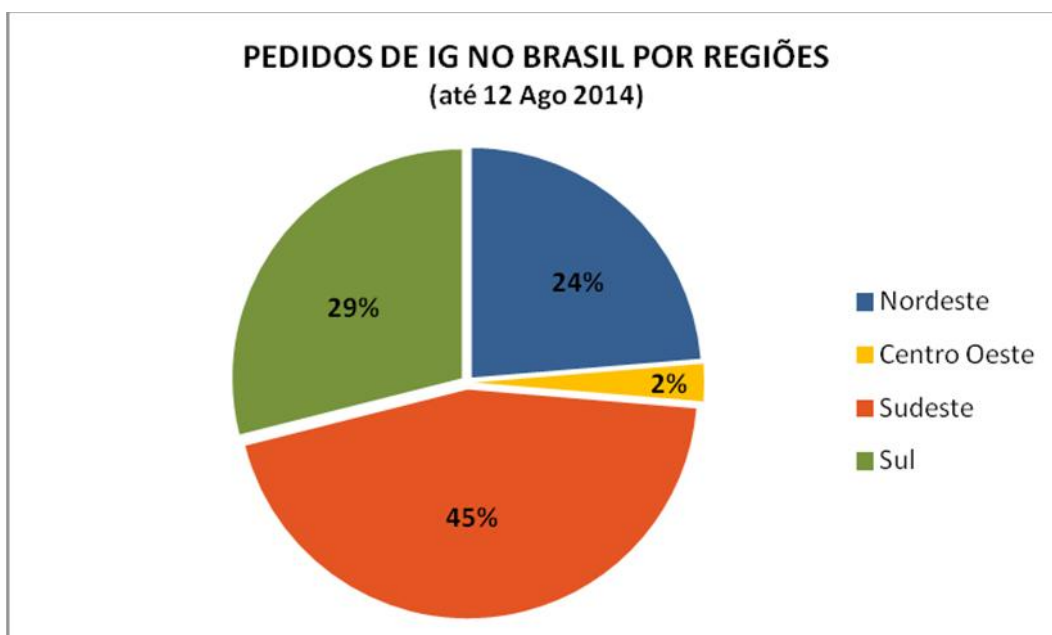


Gráfico 5: Pedidos de IG no Brasil, por Região

Fonte: Adaptado de (INPI, 2014: Disponível in: <www.inpi.gov.br>)

3.2.2 Reconhecimento pelo Registro no âmbito internacional

Após a obtenção do reconhecimento nacional, pode-se requerer a proteção legal de uma IG no âmbito internacional. Tal iniciativa concerne à pessoa jurídica de representatividade coletiva, com legítimo interesse e estabelecida no território, onde é detentora da proteção jurídica da respectiva IG nacional. Para tanto, faz-se um depósito de pedido no Escritório Internacional da OMPI, que conta com um sistema internacional de registro a respeito da propriedade intelectual. Após a aprovação da propriedade intelectual à pessoa jurídica de representatividade coletiva, esse direito à proteção de uma IG é administrado pelo Acordo de Lisboa e pela OMC, através do Acordo ADPIC.

Contudo, a IG, diferentemente das marcas, podem ser protegidas por uma grande diversidade de sistemas de proteção, que variam de país para país. Por exemplo, na União Europeia, a proteção é assegurada por legislação *sui generis* ou decretos. Na África do Sul, por meio de um Registro de IG, com quatro diferentes níveis. No Brasil, pela LPI nº 9.279/96 (lei federal), e por resolução complementar 75/2000, e Instrução Normativa, IN 25/2013, do INPI. Nos EUA e Austrália, os reconhecimentos são feitos por regulamentação federal executada pelo Escritório das Patentes e das Marcas, ou pelo Escritório do Álcool, Tabaco e Armas de Fogo – a depender do produto ou serviço, que recebe um *certification marks* (WIPO/OMPI, 2011).

Essa grande variedade de tipos de proteção representa na prática um obstáculo ao reconhecimento internacional da IG. Se o regime de proteção aplicável a um país não prevê o registro de IG, nem o reconhecimento do direito à utilização de uma determinada IG, nem mesmo o registro internacional no Escritório Internacional de Propriedade Intelectual, regido pela OMPI, pode na prática salvaguardar a proteção de uma IP ou DO. Com efeito, os produtores, na tentativa de defender juridicamente uma IG, valem-se, na OMC, da lei contra a concorrência desleal, ou na noção do ilícito do *passing off*. Na prática, o *passing off* significa fazer um produto se passar por outro produto, a fim de usufruir da sua notoriedade. Contudo, a denúncia dessa prática necessita relatar três tipos de prova: um engano por parte do consumidor; o conhecimento pelo consumidor da notoriedade do produto; e um dano causado.

São esses os pontos complexos e duvidosos que resultam frequentemente na usurpação do reconhecimento internacional das IG (PROTECTION..., 1999, p.27).

Atualmente a IG é reconhecida por cerca de 187 países signatários do Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio (ADPIC). Eventuais conflitos são negociados em departamento específico da Organização Mundial do Comércio (OMC). Espera-se que a principal consequência do reconhecimento seja a valorização do território, e, por extensão, dos seus produtos, processos produtivos – patrimônio coletivo imaterial. No limite, a IG contribui para a quebra de barreiras não tarifárias.

3.2.2.1 Reconhecimento por Decreto

O decreto 4.062⁷², de 21 de dezembro de 2001 (BRASIL, 2014), estabelece em seu artigo primeiro, que o nome “cachaça”, vocábulo de origem e uso exclusivamente brasileiros, constitui IG, para efeitos no comércio internacional, do art. 22 do Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual relacionados ao Comércio. Esse acordo foi aprovado como parte integrante do Acordo de Marraqueche, pelo Decreto Legislativo nº.30, de 15 de dezembro de 1994, e promulgado pelo Decreto nº1.355, de 30 de dezembro de 1994. Em outras palavras, essa medida política de salvaguarda, executada pelo chefe do Poder Executivo, conceitua a IG Cachaça, nos termos do ADPIC, ou seja, diferente da LPI/96, mas não distingue se é uma IP ou uma DO.

O termo cachaça, embora não seja nome geográfico, obteve uma conotação geográfica vinculada ao Brasil. O Parágrafo único do art.2 afirma: “O nome geográfico ‘Brasil’ poderá se constituir em indicação geográfica para outros produtos e serviços a serem definidos em ato do Poder Executivo”.

As expressões protegidas cachaça "Brasil" e "cachaça do Brasil" somente poderão ser usadas para indicar o produto que atenda às regras gerais estabelecidas na Lei nº 8.918, de 14 de julho de 1994, e no Decreto nº 2.314, de 4 de setembro de 1997, e nas demais normas específicas aplicáveis.

⁷² Disponível em: www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2001/D4062.htm

Convém esclarecer que a aguardente de cana e cachaça, por definição jurídica, são produtos similares, porém, distintos. Observou-se, na quase totalidade de textos que tratam do assunto, uma confusão conceitual feita pelos autores. Exceção se faz, somente àqueles que se reportam ou reproduzem a definição de cachaça da IN nº 13, de 29/06/2005 do MAPA ou no RAC (Regulamento de Avaliação da Conformidade) anexo à Portaria Inmetro nº 276 de 24/09/2009. Inclusive, muitos autores citam o próprio Decreto 4.062/2001 para conceituar as peculiaridades ou características do que por definição considera-se cachaça como IG. O fato é que, conforme o Anexo B, no Decreto não existe nenhum tipo de citação a respeito.

Na IN nº 13, de 29/06/2005, do MAPA, consta o Regulamento Técnico⁷³ para fixação dos padrões de identidade e qualidade para aguardente de cana e para cachaça. O objetivo é fixar a identidade e as características de qualidade a que devem obedecer os produtores de aguardente de cana e de cachaça. Esse regulamento aplica-se às bebidas que se comercializam em todo o território nacional e às bebidas destinadas à exportação, descritas a seguir.

Aguardente de Cana é a bebida com graduação alcoólica de 38% vol (trinta e oito por cento em volume) a 54% vol (cinquenta e quatro por cento em volume) a 20°C (vinte graus Celsius), obtida do destilado alcoólico simples de cana-de-açúcar ou pela destilação do mosto fermentado do caldo de cana-de-açúcar, podendo ser adicionada de açúcares até 6g/l (seis gramas por litro), expressos em sacarose.

A Cachaça, por outro lado é:

(...) a denominação típica e exclusiva da Aguardente de Cana produzida no Brasil, com graduação alcoólica de 38 % vol (trinta e oito por cento em volume) a 48% vol (quarenta e oito por cento em volume) a 20°C (vinte graus Celsius), obtida pela destilação do mosto fermentado do caldo de cana-de-açúcar com características sensoriais peculiares, podendo ser adicionada de açúcares até 6g/l (seis gramas por litro), expressos em sacarose.(BRASIL, IN nº 13, de 29/06/2005 do MAPA).

Importa salientar que existem diversos tipos previstos e descritos dessas bebidas, na Instrução Normativa supracitada, cada uma com suas peculiaridades. Seus tipos são: Simples; Adoçadas; Envelhecidas; Premium; e Extra Premium.

⁷³ Disponível em: <http://imanet.ima.mg.gov.br/nova/gec/Legislacao/mapa/IN13.pdf>

O texto legislativo definiu a titularidade do uso aos produtores estabelecidos no país. E deixou a cargo da Câmara de Comércio Exterior a aprovação de um Regulamento de Uso das Indicações Geográficas previstas em Decreto⁷⁴ de acordo com critérios técnicos definidos pelos Ministérios do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior e da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, no âmbito de suas respectivas competências.

3.3 A IG E O MERCADO COMPETITIVO

3.3.1 Emergência dos produtos georreferenciados: a IG como instrumento mercadológico

Uma vez definida a IG, pela legislação brasileira, e compreendida a questão sobre o termo território e territorialidade, convém esclarecer que os produtos georreferenciados são aqueles que se diferenciam dos concorrentes pelas suas características socioculturais, histórico-ambientais, ou patrimoniais. Essa diferenciação opera a partir – e por meio – do seu território produtivo, o que confere aos produtos um caráter único, inimitável, e de alta especificidade. Esse termo, criado para esta tese, visa designar produtos reconhecidos com uma IG, em determinado espaço geográfico, fisicamente delimitado. Importa lembrar que uma IG protege o nome geográfico específico e não apenas o produto. Mais adiante, esses elementos encontram-se detalhados e classificados, como suporte aos estudos de casos dos 46 territórios já reconhecidos pelo INPI.

Segundo Davis; Goldberg (1957, *apud* Chaddad, 1996), devido a uma forte tendência de concentração da produção agrícola, haverá no futuro limitadas possibilidades para a pequena propriedade rural tornar-se eficiente e rentável. De fato, a competitividade das explorações agrícolas só pode ser mantida, ou à custa da redução dos custos de produção (particularmente através do aumento de escala à base de maior mecanização, que conduz à redução da contribuição do setor agrícola para o emprego no meio rural), ou através de um aumento da produtividade (improvável nas regiões com maiores limitações naturais e estruturais); ou ainda pela procura constante e conseqüente valorização dos produtos associada à qualidade. É nessas circunstâncias que os produtos georreferenciados revelam ampla perspectiva no

⁷⁴ O Regulamento instituído pelo Decreto, até o momento, não foi definido (GONÇALVES, 2008). Contudo a comercialização segue as instruções da Portaria nº 126, de 24 de junho de 2005. Disponível em: <http://www.inmetro.gov.br/rtac/pdf/RTAC000955.pdf>.

mercado em geral, nos nichos e, sobretudo, na perspectiva de crescimento do consumo consciente.

Assim, na tentativa de se promover o desenvolvimento político-econômico, e a sobrevivência das zonas rurais mais desfavorecidas, dá-se especial atenção a estratégias centradas na qualidade, particularmente através de produtos específicos e originais, orientados para segmentos e nichos de mercado. Entende-se por desenvolvimento um processo [...] multifacetado de intensa transformação estrutural que resulta de variadas e complexas interações sociais que buscam o alargamento do horizonte de possibilidades de determinada sociedade. (BRANDÃO, 2008, p.151)

Os processos de implementação das IG também se justificam na medida em que se traduzem em mecanismos de revalorização do patrimônio rural. Esse patrimônio compreende tanto as suas vertentes natural e cultural, a memória tecnológica, ou mesmo a ligação nostálgica a um passado. Aí pode ser incluído até um pretenso regresso às raízes e às tradições, revelando desconfiança em relação à qualidade dos alimentos industriais objeto de repetitivas inovações incrementais⁷⁵. Assim é que os produtos georreferenciados difundem um modelo de promoção local, promovendo a valorização de espaços e de modelos de produção que, em outras circunstâncias, seriam tachados como arcaicos em nome de um progresso que se confunde com uma lógica industrial (LETABLIER; DELFOSSE, 1995, p.118).

Wilbanks (1994) aponta o problema da ambiguidade de significado dos termos desenvolvimento e sustentabilidade. Alegando a dificuldade que o chamado “desenvolvimento sustentável” acarreta para se fazer uma adequada teoria, ele enfatiza o poder integrativo do conceito, considerando quatro importantes implicações: a) o debate sobre crescimento versus conservação – cujo eixo é a questão da biodiversidade; b) a discussão sobre liberdade versus controle – é possível um encaminhamento democrático do manejo ambiental e da gestão social?; c) centralização versus descentralização – qual a escala mais adequada das decisões?; d) reformismo versus revolução – mudanças nas instituições atuais seriam suficientes para adequá-las ao desenvolvimento sustentável, ou será necessário mudá-las radicalmente?

O mesmo autor chama atenção para o fato de que o conceito de desenvolvimento sustentável não está ligado fundamentalmente à discussão ambiental e nem à ciência econômica, como

⁷⁵ Inovações radicais e incrementais não são objeto desta tese. Todavia, maiores detalhes podem ser encontrados na literatura a respeito da teoria evolucionista da inovação.

decorrência da crise nesses dois domínios da vida social. O conceito é inerentemente político. Trata-se de resposta a questões como: quem controla? Quem estabelece agendas? Quem intermedia os conflitos? Quem estabelece as normas do jogo?

Pelos questionamentos e por todas as razões acima apresentadas, o conceito de desenvolvimento, no que concerne a implementação de uma IG:

[...] deve promover a ativação de recursos materiais e simbólicos e a mobilização de sujeitos sociais e políticos buscando ampliar o campo de ação da coletividade, aumentando sua autodeterminação e liberdade de decisão. Seu estudo, portanto, exige ênfase em processos, estruturas e na identificação dos agentes cruciais e das interações entre decisões e aquelas estruturas, procurando revelar os interesses concretos em jogo. (BRANDÃO, 2008, p. 153)

Assim, pode-se afirmar que os produtos e serviços georreferenciados acabam por construir socialmente seus territórios. De acordo com Boisier (1996), essa construção social significa:

[...] potencializar sua capacidade de auto-organização, transformando uma sociedade inanimada, segmentada por interesses setoriais, pouco perceptiva de sua identidade territorial e definitivamente passiva, em outra, organizada, coesa, consciente de sua identidade, capaz de mobilizar-se em torno de projetos políticos comuns, ou seja, capaz de transformar-se em sujeito de seu próprio desenvolvimento. (BOISIER, 1996, p.26)

Na contramão do discurso de abertura dos mercados, a globalização vem impondo crescentes barreiras não tarifárias. Maia (2004) afirma que as barreiras não tarifárias são os principais obstáculos enfrentados por exportadores brasileiros. Contra as exportações brasileiras, destacam-se barreiras sociais (trabalho infantil ou com características de trabalho escravo), barreiras ambientais (desmatamento, poluição das águas, degradação dos solos), e barreiras de natureza etnocultural (invasão de territórios indígenas e quilombolas). Segundo Lemos (2005), a instalação de firmas em algumas regiões pode gerar fortes reações negativas, tais como deslocamento compulsório de população e degradação do meio ambiente. A certificação de produtos exportáveis, de processos produtivos, e de manifestações etnoculturais valoriza (e protege) os produtos caracterizados como: *voluntary standards* (reconhecidos como comércio justo ou responsabilidade social); e os georreferenciados, quebrando barreiras não tarifárias.

Um conjunto de normas técnicas fundamenta a outorga e o reconhecimento de uma IG. A sua efetiva implementação, em muitos dos territórios georreferenciados brasileiros, baseia-se também em aspectos socioeconômicos, político-institucionais, geo-ambientais, histórico-culturais e técnico-científicos do território. Cabe esclarecer que há um distanciamento entre o discurso oficial que reforça a ideia de qualidade, tradição, desenvolvimento sustentável, advindos do reconhecimento de uma IG, e algumas experiências brasileiras, a exemplo da IP do Submédio do São Francisco. Uma análise homogênea do processo de reconhecimento de uma IG, e suas consequências nos diversos territórios georreferenciados, pode implicar a perda da diversidade das experiências territoriais, e suas respectivas histórias e produtos. Essas experiências de reconhecimento geográfico nem sempre condizem com a essência do que representa uma IG, em suas origens, ou seja, como esta é interpretada pelo mercado consumidor consciente de seu valor. Tal fato explica por que em alguns territórios georreferenciados a apropriação dos ativos – renda de monopólio – advindos da IG, nem acontece, e quando são acaparados, não têm os mesmos impactos sobre o território.

A IG pode assegurar a inserção do produtor de base familiar na lógica adversa dos mercados segmentados. Essa variável depende da dinâmica socioproductiva do território georreferenciado, bem como do seu produto territorial. Pode-se citar, como exemplo dessa inserção, a experiência ocasionada após o reconhecimento da IP para o Queijo Canastra, em Minas Gerais. Assim, a IG permite concomitantemente o enredamento de pequenas unidades produtivas – base majoritária dos territórios reconhecidos – no mercado global, e o enraizamento do homem do campo ao seu território.

Dentre as vantagens do reconhecimento de uma IG destacam-se: diferenciação de produtos que se tornam mais valorizados, lucrativos ou geradores de renda fundiária; demanda mais estável em virtude da confiança do consumidor; facilidade da colocação do produto no mercado, em relação à concorrência com outros produtores que praticam preço e qualidade inferiores; estímulo à qualidade do produto e a investimentos na própria zona de produção – melhorias tecnológicas resultantes de inovações de produtos e de processos, objeto de pesquisa e desenvolvimento (P&D); até a consolidação de vantagens competitivas, inclusive no mercado internacional. Dentre estas, a IG opera como uma possibilidade de valoração do “produto do território”.

A valorização do território é um processo que reúne dois tipos de recursos unidos dialeticamente: social e natural. Deve-se ter a perspectiva que recurso não é algo natural, mas sim uma condição produzida socialmente a partir de materiais naturais. Resulta de modos de relação entre homem e natureza, definidos historicamente em função da evolução técnico-científica (RAFFESTIN, 1993; SANTOS, 1996). “O processo de valorização do território se dá, portanto, no âmbito de dois circuitos ecológicos: um social e outro natural” (SANTOS, 1997). A partir do processo de valorização do território é possível compreender a construção da territorialidade, uma vez que:

A territorialidade, além de incorporar uma dimensão estritamente política, diz respeito também às relações econômicas e culturais, pois está intimamente ligada ao modo como as pessoas utilizam a terra, como elas próprias se organizam no espaço e como elas dão significado ao lugar (HAESBAERT, 2005, p.76).

Raffestin (1993) considera que a territorialidade é mais do que uma simples relação homem-território, argumentando que para além da demarcação de parcelas individuais, existe a relação social entre homens. Dessa forma, a territorialidade seria “[...] um conjunto de relações que se originam num sistema tridimensional sociedade-espaço-tempo em vias de atingir a maior autonomia possível, compatível com os recursos do sistema”. Considerando-se a dinâmica dos fatores envolvidos na relação, seria possível a classificação de vários tipos de territorialidade, desde as mais estáveis até as mais instáveis. (RAFFESTIN, 1993, p.160)

3.4 TERRITÓRIO E TERRITORIALIDADE E SUA RELAÇÃO COM A IG

3.4.1 Território e Territorialidade

Cabe esclarecer que, inicialmente, o “nome geográfico” advindo do conceito jurídico legal próprio da IG, refere-se a território político-geográfico. O reconhecimento oficial de uma IG, pelo INPI, só pode ocorrer num território, considerando-se, primeiramente, o seu substrato material, demarcado com seus respectivos paralelos e meridianos, formando uma área poligonal fechada (delimitada). Esse conceito de território aproxima-se daquele explanado por Ratzel (1990) porque pondera um espaço nacional (tratando-se de IG: intraestatal), reconhecido com seus limites, pelo Estado. Daí advém a importante conexão entre as IG nacionais, e o fortalecimento da soberania de um Estado, por meio destas, frente a outros Estados-nações. Trata-se do exercício da geopolítica – poder de um Estado ou da relação entre

dois ou mais Estados – definida por Raffestin (1993), que difere da Geografia Política ao considerar a análise da multiplicidade de poderes e de sua projeção espacial, especialmente, por meio das redes.

A ideia de território e poder, de Gottmann (1973), como encontrada em Ratzel (1990), em termos genéricos, segue a mesma linha conceitual de território – prevalência do território estatal. Por essa razão, tornam-se limitadas essas contribuições, para a compreensão de um território reconhecido com uma IG. Cumpre ressaltar que o território estatal, como utiliza Gottmann e mesmo Ratzel, não perdeu sua importância, e nem centralidade no cenário mundial. Ele é apenas um tipo específico de território, intimamente ligado à noção de soberania. Atualmente ele é operacionalizado pelo Estado Brasileiro, bem como pelos demais, por meio, inclusive, de suas respectivas IG nacionais e Signaturas de Acordos Internacionais, que buscam, em particular, o ganho de novos mercados. O foco é sobremaneira a quebra das barreiras não tarifárias, e a formação ou concretização de suas respectivas rendas de monopólio, criadas a partir do reconhecimento e outorga de seus territórios georreferenciados.

No domínio da Geografia, o conceito de território é amplo, conforme descrito por Haesbaert (2010):

“Na ampla constelação dos conceitos de Geografia, dois dos conceitos mais utilizados são, sem dúvida o de região – majoritário na chamada Geografia Regional clássica – e o de Território, dominante na atual Geografia latinoamericana [...] o que os distingue é o foco, uma vez que incidem sobre a dimensão espacial da sociedade”. (HAESBAERT, 2010, p.159-160).

Esta tese não tem por objetivo discutir o conceito de território, tampouco seus diversos enfoques analíticos, nem dar conta do seu atual estado das artes. Simplesmente, torna-se imperativo associar-se aqui, a ideia preconizada por Ratzel (1990), no que se refere a território soberano reconhecido pelo Estado, juntamente com as ideias de Raffestin (1993). De forma sucinta, o território é definido como uma construção conceitual a partir da noção de espaço – o espaço é anterior ao território, na condição de matéria-prima natural. Ao se apropriar de um espaço, concreta ou abstratamente, por exemplo, pela representação (aqui se insere o conceito de IG), o homem territorializa o espaço. Assim, o território é um produto resultante da moldagem pela ação social, [...] onde se projetou um trabalho, seja energia e informação, e que, por consequência, revela relações marcadas pelo poder (RAFFESTIN, 1993, p.143).

A IG e sua representação territorial transbordam essa noção emblemática de “coisificação” do território, típica da dimensão ratzeliana, e seus espaços vitais. Todavia, a demarcação física (coisificada) é exigida pelo arcabouço legal necessário à conquista do reconhecimento oficial a ser outorgado pelo INPI. Da mesma forma, no processo de expansão das IG nacionais, pelas políticas exteriores, recorre-se também ao conceito de espaço soberano. Isso porque, no limite, a IG que inclui (produtores, produtos, história...) é a mesma que exclui. Sem exclusão, a renda de monopólio não opera. Esse assunto será retomado no sub-item 5.1 Renda de Monopólio e IG.

Uma vez esclarecido o entendimento aqui sobre território na implementação e utilização de uma IG, faz-se necessária uma aproximação do conceito de território definido por Raffestin (1993). De fato, o conceito de território georreferenciado (termo criado pela autora) é uma interação dos conceitos supracitados dos dois autores citados. Na análise da legislação brasileira que trata do tema (Lei de Propriedade Industrial), um território, para ser georreferenciado, deve apresentar, para implementação de uma IG, fatores que somente podem ser encontrados ao se realizar a interação e superposição dos conceitos de território descritos simultaneamente por Ratzel (1990) e Raffestin (1993).

Nesse sentido, torna-se imprescindível incluir a questão da territorialidade na análise da IG. Soja (1971) esclarece, no âmbito da conotação política da organização do espaço pelo homem, a noção de territorialidade, que pode ser considerada como:

"[...] um fenômeno comportamental associado com a organização do espaço em esferas de influência ou de territórios claramente demarcados, considerados distintos e exclusivos, ao menos parcialmente, por seus ocupantes ou por agentes outros que assim os definam". (SOJA, 1971, p.19).

Territorialidade implica ação institucional no âmbito de um território (espaço socioecológico delimitado). Mantém-se a integridade do corpo territorial, mesmo quando se extraem recursos do seu estoque ecológico-social. O controle concomitante do acesso aos recursos produzidos revela, ao mesmo tempo, funções econômicas, políticas, ideológicas e sociais. De acordo com Santos (2009), pode-se entender território como delimitação, e territorialidade como controle. O que se busca na efetiva implementação de uma IG, por parte de grupos produtores específicos, é sobretudo o reforço da sua participação na gestão territorial, particularmente no que se refere às políticas públicas – malhas, uso e ampliação de redes, que se interligam ao

produto georreferenciado, proporcionando-lhes a possibilidade do monopólio ou exclusividade.

A principal contribuição de Raffestin (1993), no conceito de território para essa tese é a proposição de uma abordagem relacional do território, na qual ele é indissociável do poder. Souza (2003) suscita a dominação e a influência para o entendimento do território e propõe questionamentos: “quem domina ou influencia e como domina ou influencia esse espaço? quem influencia ou domina quem nesse espaço, e como?”. (p.79). Assim, dependendo dos objetivos do sujeito que produz o território, a ação de poder pode configurar-se em: apropriação, dominação ou influência.

Brunet (2001), conceitua o território “em função do sentimento de apropriação de um espaço [...]. Um povo alienado de seu espaço não tem território.” (p.17). Ele enfatiza a diferença entre espaço e território:

“(...) a ideia de território é ao mesmo tempo mais vigorosa e mais restrita do que aquela de espaço, que a contém. O geógrafo estuda o espaço geográfico e os espaços; alguns desses são vividos como territórios. Substituir uma palavra pela outra não tem sentido.” (Brunet, 2001, p.17).

Essas colocações de Brunet não permitem desvincular a formação do território a partir do espaço. Do seu ponto de vista, considera-se, ao mesmo tempo, a vertente político-administrativa, ligada ao Estado, e a visão cultural de apropriação, ligada ao espaço vivido por um povo. Assim, o povo de um país se apropria do espaço sob a jurisdição do seu Estado e os países são expressões desses territórios. Daí, a importância de sua conceituação territorial para esta tese, uma vez em que aqui se fazem críticas, propondo-se mudanças de cunho político-administrativa na legislação sobre a IG, para os territórios georreferenciados no Brasil.

Santos e Silveira (2005) apresentam uma concepção de território muito próxima daquela de Roger Brunet: “quando quisermos definir qualquer pedaço do território, devemos levar em conta a interdependência e a inseparabilidade entre a materialidade, que inclui a natureza, e o seu uso, que inclui a ação humana, isto é o trabalho e a política.” (p.247). O território, da forma como utilizado pelos autores, diz respeito ao espaço do país (sistemas de ações e sistemas de objetos) e, também como em Brunet (2004), inclui na análise tanto as dinâmicas internas do Brasil como a sua relação com outros territórios igualmente soberanos. Daí, a

importância de tais autores serem compreendidos em suas concepções sobre território, por estarem intimamente ligadas à geopolítica estratégica adotada pelo Brasil. Nas políticas públicas, já é possível mapear possíveis territórios georreferenciados, especialmente, os agroalimentares (ou sistemas agrários).

3.4.2 IG e o “Território da Exclusão”

Na análise da IG, é imprescindível compreender a lógica do reconhecimento para além do produto, dos seus produtores e do saber-fazer. Toda vez que se protege um grupo de produtores, com base no direito de propriedade intelectual, através do selo territorial para seus produtos ou serviços, simultaneamente estão sendo excluídos outros produtores. Os excluídos podem ser produtores que praticam suas atividades em uma área circunvizinha àquela reconhecida pela IG. Seus produtos ou serviços podem até ser similares aos que foram chancelados com o selo territorial. Todavia, por questões sociopolíticas ou econômicas, são excluídos. Não podem tornar-se titulares da IG, de fato, apesar de a legislação deixar em aberto essa possibilidade.

Complica-se ainda mais a questão, quando se trata de produtores cujas atividades são praticadas dentro da área fisicamente demarcada. O problema é que esses produtores não tinham aderido ao projeto inicial de requerimento da IG, ou simplesmente não são associados à organização que tomou a iniciativa (cooperativa, associação, etc.). Em resumo, os produtores excluídos estão no mesmo espaço geográfico, mas não estão no mesmo território. O território e a territorialidade, agora protegida pela IG, não lhes pertence.

De uma forma geral, a diversidade dos projetos IG, evidencia a influência das instituições de apoio na construção de contextos que favoreçam ou não a inclusão de um número maior ou mais diversificado de produtores e outros atores locais. Os trabalhos de Nierdele (2011), Flores (2007), Vitrolles (2011) e outros, mostram que, a depender da sua construção social, o projeto IG tanto pode aglutinar várias perspectivas de desenvolvimento, incluindo e beneficiando a diversidade dos atores do território, quanto pode dar prioridade à perspectiva de um grupo restrito, que se beneficia de forma exclusiva do desenvolvimento gerado.

A exclusão de uma parte dos produtores na configuração dos projetos IG foi mencionada por boa parte das pesquisas acadêmicas consultadas, seja pelo ponto de vista da perspectiva

política ou técnico-econômica. Flores (2007) argumenta que o projeto IP Vale dos Vinhedos contribuiu para a formação de uma nova elite local constituída por algumas famílias proprietárias de vinícolas que passaram a concentrar o poder econômico e político do território. Vitrolles (2011) compara a Apropampa a um “clube”, ou seja, um grupo fechado de associados, grandes proprietários de terras, que excluem os agricultores familiares, sem possibilidade de negociação. Mafra (2008) menciona que os altos investimentos demandados para a adequação da produção às normas do regulamento de uso da IG, no caso do café do cerrado, dificultam a participação dos pequenos produtores.

Souza (2006) mostra que, mesmo os casos em que as IG foram constituídas para atender especificamente a pequenos produtores, como é o caso da IP Serro e da IP Canastra, a falta de recursos para adequar a produção às especificações técnicas mínimas exigidas nos regulamentos de uso concorrem para reduzir o número de produtores que poderiam se beneficiar diretamente da IG.

Em 2012, a autora desta tese, juntamente com seu professor-orientador, realizaram um minicurso sobre IG. O minicurso ocorreu paralelamente a um Encontro Regional da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Economia Rural (SOBER), na Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC), em Ilhéus. Participaram do minicurso técnicos, estudantes e produtores. Durante as discussões, pequenos produtores da região do Vale do Submédio do São Francisco, como a Sra. Maria Couto da Silva, e o Sr. Pedro Arcanjo, relataram as dificuldades impostas pela entidade que detém o registro da IG local: o Conselho da União das Associações e Cooperativas dos Produtores de Uvas de Mesa e Mangas do Vale do Submédio São Francisco (Univale). O conselho controla, desde o uso de sementes específicas, até o manejo da colheita das frutas. Nesse caso, questiona-se: como incluir pequenos produtores ao maior pólo frutícola irrigado do Brasil? O vale do Submédio São Francisco é responsável por 95% das exportações brasileiras de uvas de mesa e mangas, de acordo com a Secretaria de Comércio Exterior (Sesex) do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior). Essas frutas são produzidas em uma área plantada de aproximadamente 10.890 ha, em que predominam 89 produtores, sejam eles pessoa física ou jurídica.

Embora cresça o número de instituições que apoiam a participação de pequenos produtores, a maioria dos trabalhos acadêmicos consultados revela a sua exclusão dos detentores do saber-

fazer nos projetos de solicitação das IG. Para que se compreendam melhor tais exclusões, sejam elas de caráter político ou técnico-financeiro, é imprescindível fazer uma breve análise do perfil de algumas das instituições de apoio mais atuantes no incentivo às IG no Brasil. Esse assunto é tratado logo adiante, no capítulo 4.

3.5 IG, SISTEMAS AGRÁRIOS E MULTIFUNCIONALIDADE

As IG protegem territórios. Nesta pesquisa, os territórios protegidos com IG de produtos agropecuários são análogos aos sistemas agrários (MAZOYER, 2010). No seu rigor conceitual, os sistemas agrários abrangem diferentes sistemas de produção. Os sistemas de produção (formados por sub-sistemas) são combinações de atividades agrícolas e não-agrícolas, inclusive de transformação. (DUFUMIER, 2011). Os sistemas mais complexos podem ser considerados sistemas de atividades – agrícolas, não-agrícolas, de transformação, e de serviços. (COUTO; MACHADO; SCHEFFLER, 2007).

Como a legislação brasileira de IG inclui atividades de serviços, os sistemas de atividades tornam-se mais adequados, como conceito e categoria de análise, por serem mais completos. Quando um grupo de produtores, que se identificam, organiza-se coletivamente em rede (parceiros), e lidera um projeto político em torno de uma atividade líder (produto ou serviço), emerge daí uma nova territorialidade.⁷⁶ (FARIA NUNES, 2013; RAFFESTIN, 1993; SANTOS, M. & SILVEIRA, M. L., 2006).

O controle, pelo grupo de produtores, de um território fisicamente delimitado e reconhecido, pode gerar sobrelucros ou rendas de monopólio, enquanto relação de distribuição.⁷⁷ Essa relação só existe se houver, nos dois extremos: a) um grupo de produtores (proprietários ou não, desde que tenham a posse de ou acesso aos recursos naturais) instalados no interior de um perímetro especial, exclusivo e sob seu controle; e, no outro extremo: b) um grupo de consumidores dispostos a pagar preços elevados por produtos considerados igualmente especiais, que apresentam raras e bem determinadas características. (GUTELMAN, 1974).

⁷⁶ A área de abrangência de uma IG é sempre delimitada fisicamente, com base nas coordenadas e na área total ou parcial dos municípios que integram cada projeto – daí serem georreferenciados, o território, os produtos e os serviços. Os produtores organizados em rede identificam-se, uns com os outros, porque: pertencem a um mesmo sistema agrário ou territorialidade; praticam sistemas de produção/atividades semelhantes; seus interesses e objetivos são convergentes.

⁷⁷ Sobrelucro ou lucro suplementar é a fração do valor que excede o lucro médio. Renda de monopólio não é relação de produção, é uma relação de distribuição (cf. Gutelman, 1974).

É a existência de sistemas semelhantes, de produção e de atividades, no interior de um sistema agrário, que faz convergirem os interesses e objetivos dos produtores. Esse pertencimento é a motivação para que eles se mobilizem em torno de um produto ou serviço passível de reconhecimento. Todavia, as IG podem contribuir para a valorização de um produto ou serviço específico – e, por extensão, da propriedade fundiária. Indiretamente, pode transbordar os limites da produção específica, valorizando outros produtos e serviços, além de todo o espaço apropriado – o território. Esse fenômeno já ocorre com frequência em países como Portugal, Itália e França. No Brasil, a IG, como catalisadora do agronegócio em um espaço apropriado e tornado território, pode ser observada, por exemplo, no Vale dos Vinhedos, primeiro registro de IP, outorgado pelo INPI, em 2002.⁷⁸

Finalmente, a IG diferencia os produtos e serviços, mas especialmente os territórios, já que essas diferenças podem estar ligadas a um sabor peculiar, a uma tradição histórica, ou ainda a outros caracteres distintivos como os fatores socioambientais. Trata-se, por exemplo, de produtores que se agregam em torno de um processo produtivo⁷⁹ (o saber-fazer) ou aspectos ambientais (condições de clima, solo, etc). A ocorrência dessas características e a necessidade de proteção dos produtores e de segurança aos consumidores geram as condições prévias ideais para solicitação de uma IG, que é um nome geográfico, cujo reconhecimento agrega as referidas características (o saber-fazer, as condições edafoclimáticas, etc.).

3.5.1 A construção sócio-produtiva de um território e sua multifuncionalidade como forma de proteger a biodiversidade de produtos georreferenciados

Como demonstrado no capítulo anterior, a noção de IG foi construída ao longo da história, na medida em que produtores e comerciantes apresentavam produtos cujas qualidades particulares podiam ser atribuídas à sua origem geográfica. Inicia-se, assim, um processo de valorização de determinados produtos através da designação geográfica de procedência, pressupondo um vínculo de qualidade, reputação ou outras características do produto que só poderiam ser atribuídas essencial ou exclusivamente ao território em que é produzido.

⁷⁸ Em dez anos, o hectare de terra valorizou-se entre 200 e 500%. (cf. pesquisa de campo, ver fichas).

⁷⁹ Não raro encontra-se, na literatura, modo de produção, em lugar de processo produtivo. Todavia, nesta tese, reserva-se o conceito de modo de produção, no sentido amplo, para designar uma totalidade social historicamente definida, e não um modo restrito ou particular de se produzir determinado produto ou de se prestar um serviço.

Historicamente, a IG deve ser entendida como objeto de relações sociais. Em outras palavras, ela é produzida e apropriada. Trata-se da interação dialética entre o homem e as suas diferentes formas de apropriação e uso do meio geográfico.⁸⁰ Essa interação suscita um produto territorial singular – reputação ou qualidade com base no *terroir*. Em linhas gerais, a IG é o reconhecimento oficial jurídico da reputação ou qualidade de um produto ou serviço, através da ação do homem, que acaba por criar uma territorialidade simbólica peculiar.

Essa ação coletiva encontra-se fortemente enraizada em estruturas econômicas e sociais, e necessariamente incorpora a aprendizagem, a diversidade, e diferentes instituições locais. A aprendizagem é necessária para adaptação à rápida evolução do mercado e das condições técnicas para acompanhar as inovações de processos, produtos e formas de organização. A *learning economy* não funciona sem um grau mínimo de coesão social, na medida em que os diferentes agentes necessitam comunicar-se e cooperar. Para tal, torna-se imprescindível o desenvolvimento de uma linguagem e modos de interpretação comuns e o estabelecimento de um grau mínimo de confiança para ultrapassar as incertezas inerentes ao processo de inovação. Pergunta-se: até que grau esses processos de inovação podem vir a descaracterizar o produto ou serviço reconhecido com a IG?

Pergunta-se também: qual relação entre multifuncionalidade e IG? Em casos específicos, demonstrados na tipologia (capítulo 4), o reconhecimento de produtos georreferenciados pode revelar uma multifuncionalidade como instrumento de promoção da preservação de ecossistemas. Mas a multifuncionalidade também opera como um instrumento de promoção da pluriatividade nos territórios, e do seu desenvolvimento local.

Desde a primeira outorga brasileira de IG, já se observa um transbordamento de ações que vão além do produto-líder. Esse é bem o caso do Vale dos Vinhedos. Embora o vinho seja o produto líder, tornado produto georreferenciado, outros produtos vão-se incorporando a uma

⁸⁰ Existem autores que ainda se referem a essa relação como sendo exclusivamente homem-natureza. Todavia, numa sociedade capitalista avançada, como a brasileira, essa relação só existe se mediada pela apropriação privada dos recursos naturais (meios de produção). Não se trata de relações pré ou não-capitalistas, exceto como “sobrevivências” de modos de produção anteriores, que ainda se encontram em certas comunidades tradicionais, a exemplo dos fundos de pasto, remanescentes quilombolas, etc. Em lugar de relação homem-natureza (relação de trabalho, exclusivamente técnica), aqui se trata de relação entre homens (relação social), a propósito da natureza (objeto), mais particularmente as suas formas de apropriação.

espécie de “pacote turístico”, igualmente liderado pelo enoturismo. Aqui se incluem desde a degustação e vendas de vinhos, até atividades lúdicas como a simulação da elaboração antiga da bebida. Nesse processo, os visitantes participam, utilizando os próprios pés para amassar as uvas que eles mesmos colheram.

Ao se considerar a multifuncionalidade, a IG pode proporcionar também boas perspectivas para o artesanato e o turismo local, inclusive a sua rede complementar de serviços – hotelaria, restaurantes, transportes, guias, identidades, atividades e manifestações culturais, valorização das terras, qualidade dos produtos, etc. Pode-se dizer que a multifuncionalidade proporcionada pela IG ocorreu no Vale dos Vinhedos, cujo território georreferenciado apresenta, por exemplo, aumento de cerca de 300% no setor turístico, após a implementação da IG (Aprovale, 2013).

É quase impossível prever o número de outras atividades que se multiplicam em função dos novos mercados que se formam. De um lado, as inovações tecnológicas liberam algum tempo de produção dos agricultores. Esse tempo livre passa a ser empregado, na maioria dos casos, em atividades não-agrícolas (pluriatividade). De outro, reforça-se a preocupação com a paisagem típica da Serra Gaúcha, tornando-se, ela própria, objeto de consumo. A região tradicionalmente conhecida como Serra Gaúcha deixa de ter como referência exclusiva a produção de vinho, passando a oferecer incontáveis produções e serviços, se considerada apenas uma atividade: o turismo. São essas múltiplas funções do território que se interrelacionam com a IG. Machado (2007) adverte para a existência de uma lacuna institucional que impede ou dificulta o desenvolvimento territorial multifuncional. Refere-se à falta de uma instância entre os Estados subnacionais e os municípios, “apesar dos avanços da política de constituição e identificação de coletivos sociais no Brasil” (MACHADO, 2007, p.14).

4 CONSTRUINDO UMA TIPOLOGIA ANALÍTICA DOS TERRITÓRIOS NACIONAIS RECONHECIDOS COM IG

4.1 EIXO E DETALHAMENTO DA PESQUISA DE CAMPO

Esta seção tem por objetivo descrever alguns tipos – territórios georreferenciados – estudados na pesquisa de campo, bem como analisar os dados coletados, referentes às IG nacionais concedidas até agosto de 2014. Juntos, territórios e produtos georreferenciados possibilitaram a construção da tipologia. A análise dos diferentes tipos identificados permite entender em que medida a IG pode se constituir num instrumento de proteção e geração de renda (ou lucro) de monopólio – tanto dos territórios georreferenciados quanto dos seus respectivos produtos. Na construção da tipologia foram observados seguintes indicadores: limitações, particularmente as normativas; possibilidades, especialmente o transbordamento multifuncional no território, ampliado pelos valores multiculturais. Observaram-se também os aspectos determinantes, como escala, organização do capital social, apoio técnico-financeiro, pesquisa, etc. Partindo-se de uma base teórica geral, conceitual e histórica, descrevem-se as experiências de territorialização, definidas enquanto estudos de caso – objeto da visita técnica amostral a campo (pesquisa de campo).

Agrupando-se por semelhança os territórios reconhecidos, constrói-se uma tipologia, por amostra, sendo que um tipo representa cada grupo. Cada tipo (ou território típico) representa, no grupo, uma diferente combinação dos principais indicadores. As escolhas são feitas com base em um resumo do processo de constituição de territórios posteriormente selecionados. O resumo compreende um registro histórico sobre os impactos: no território e no processo produtivo após a implementação da IG; apoios e parcerias institucionais; história e tradição; número de produtores diretamente envolvidos e sua organização; preservação de bem cultural coletivo – patrimônio –, sustentabilidade ambiental, e responsabilidade social alegada nos processos junto ao INPI. Destacam-se as justificativas adotadas na elaboração de alguns projetos e processos visando à obtenção de uma IG. Analisam-se as estratégias dos produtores para divulgação das IG de seus respectivos produtos, como forma de diferenciação e promoção desses produtos nos mercados.

4.2 FICHAS TERRITORIAIS: A EXPERIÊNCIA BRASILEIRA

A formação das fichas territoriais foi inspirada em um quadro, elaborado por Mascarenhas (2008), sobre as características de quatro IG registradas no Brasil, no período de 2002 a 2006. Esta tese apóia-se em uma tipologia, sem perder de vista uma análise crítica da relação entre o reconhecimento da IG e renda de monopólio. Verificam-se os desdobramentos esperados pós-outorga da IG, adaptando-se a sistematização de informações aos objetivos da tese, visando à criação de novos campos de informação nas fichas territoriais ampliadas. Com esse intuito foram utilizadas, com o devido critério e cuidado, informações de trabalhos acadêmicos, especificamente teses e dissertações recentes sobre a temática. Dentre os seus autores, destacam-se: Souza, 2006; Flores, 2007; Velloso, 2008; Mafra, 2008; Nierdele, 2011; Vitroles, 2011; Regalado, 2011; e Belas, 2012.

4.2.1 FICHA TERRITORIAL MODELO

Nome Geográfico pelo qual o produto / serviço é conhecido			
Dados de Identificação	Número	Espécie	Produto / Serviço
	Número da IG	IP ou DO	Produto / Serviço reconhecido
	Depósito do Pedido	Publicação da Concessão do Pedido	Duração do Processo no INPI
	Data em que o pedido da IG foi depositado no INPI.	Data em que foi publicada na RPI a Concessão da IG.	Tempo transcorridos entre a Data do Depósito do Pedido e a Publicação da Concessão.
	Requerente	Pessoa Jurídica requerente da IG.	
	Site Internet	URL – endereço – do sítio internet do Requerente.	
	Endereço	Endereço Físico e Contatos do Requerente.	
Território e Produção	Início da Produção	Ciclos Geracionais	Área do Território
	Ano em que teve início a produção e o total de anos até o presente.	Há quantas gerações (25 anos) a produção existe?	Tamanho do território, conforme apresentado na certificação.
	Tamanho das Propriedades / Volume das produções	Distribuição do tamanho das propriedades, em hectares (ha), ou por classificação qualitativa. Conforme o produto ou atividade, faz-se uma distribuição das produções, por estratos, e por produtores.	
	Quantidade de produtores	Corresponde ao número de produtores individuais do território (pessoas físicas e jurídicas). Cooperativas, associações, sindicatos, grupos de produtores e outras coletividades de personalidade jurídica são contados individualmente e, os seus associados indicados.	
Tipo de Produção	Familiar, cooperada, de subsistência, comercial, extensiva, larga escala, extrativista, tradicional.		

História	História e tradição do território, da produção e da população.
Singularidade e Reconhecimento	Como o território, produto ou serviço são reconhecidos? Quais as suas principais características particulares ou singularidades?
Motivação da IG	Razões apresentadas na solicitação da IG, tais como: preservação cultural, tradição, produção histórica, desenvolvimento local e social, preservação ambiental, dentre outros.
Território Georreferenciado	A IG cria uma nova territorialidade: o Território Georreferenciado (e o seu respectivo produto). Mudanças observadas no território, decorrentes da obtenção da IG: preservação ambiental e cultural, tradição, produção histórica, desenvolvimento local e social, agregação de valor ao produto ou serviço, valorização do território, rendas de monopólio, aumento dos rendimentos per capita, melhoria do IDH.
Outras Certificações ou Reconhecimentos	Certificações, Selos, Títulos ou Reconhecimentos de qualquer espécie emitidos por outras instituições, estatais ou não, nacionais ou estrangeiras que o produto ou serviço possua.
Apoios e Incentivos Institucionais	Instituições que prestam ou prestaram qualquer tipo de apoio técnico-científico, em pesquisa, financeiro ou social em prol da IG ou de sua obtenção.
Referências	Fontes de pesquisa onde foram obtidas as informações.
Observações	Informações relevantes, complementares ou detalhes sobre os dados da ficha ou sua pesquisa julgados pertinentes pela autora.

FICHA TERRITORIAL 1 e 2⁸¹: VALE DOS VINHEDOS

VALE DOS VINHEDOS				
Dados de Identificação	Número	Espécie	Produto / Serviço	
	IG200002	IP	Vinhos: tinto, branco e espumante	
	IG201208	DO	Vinhos e espumante	
	Depósito do Pedido	Publicação da Concessão do Pedido	Duração do Processo no INPI	
	06 / 07 / 2000	19 / 11 / 2002	866 dias (2 anos, 4 meses e 16 dias)	
	16 / 08 / 2010	25 / 09 / 2011	405 dias (1 ano, 1 mês e 9 dias)	
	Requerente	Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos – Aprovale		
	Site Internet	www.valedosvinhedos.com.br		
	Endereço	Rua Dávile Sandrin, s/nº - Estrada do Vinho Vale dos Vinhedos - Bento Gonçalves - RS CEP 95700-000 - Caixa Postal 2572 Dados de georreferenciamento: -29.194232, -51.522982 Fone (54) 3451.9601 faleconosco@valadosvinhedos.com.br		
	Território e Produção	Início da Produção	Ciclos Geracionais	Tamanho do Território
1875 (138 anos)		5 (cinco)	81,123 km ²	
Tamanho das Propriedades		Pequenas, médias e grandes.		
Quantidade de produtores		29 Vinícolas		
Tipo de Produção		Comercial, familiar e cooperada		
História	<p>O pioneiro da vinicultura no RS foi o padre jesuíta Roque Gonzáles de Santa Cruz, ao trazer cepas de origem espanhola, por volta de 1620, quando fundou a Redução Cristã de San Nicolao, na margem esquerda do Rio Uruguai. Essas videiras desapareceram quando as missões jesuíticas foram destruídas pelos bandeirantes paulistas.</p> <p>A segunda tentativa da vinicultura no RS deu-se na metade do século XVIII, com a chegada de imigrantes açorianos ao litoral gaúcho. Os açorianos trouxeram cepas de origem portuguesa. Todavia, a região litorânea, por ser baixa e úmida, não é propícia à viticultura. As vinhas não progrediram nem mesmo para o autoconsumo.</p> <p>Uma nova introdução da vinicultura é feita no RS, dessa vez na região do Vale dos Vinhedos, a partir da imigração italiana, em 1875. A produção começa a ser comercializada no final do século XIX.</p> <p>O setor estrutura-se, em bases coloniais, até a metade do século XX. Mudanças significativas nos processos produtivos ocorreram na década de 1970. A instalação de multinacionais na região, e a busca</p>			

⁸¹ Analisa-se a IP e a DO Vale dos Vinhedos.

	<p>de ampliação do mercado consumidor levaram a introdução de cultivares de videiras européias e novos investimentos em tecnologia (Flores, 2007).</p> <p>A criação do Mercosul e a abertura do mercado de vinhos nos anos de 1990 colocaram o setor nacional em crise, afetando grandes produtores como Vinícola Rio Grandense e Mônaco S/A. Com a crise, e por conta da queda do preço da uva, pequenos produtores passaram a fabricar o próprio vinho para aumentar sua renda. Esses fatores provocam o desenvolvimento técnico científico na região levando a uma tecnificação e maior racionalidade da produção vinícola. Assim, introduziram-se novas castas finas como Cabernet e a Merlot, além de tanques de aço. Em paralelo ocorre também a expansão do número de pequenas vinícolas localizadas no meio rural. Atualmente a região busca consolidar a identidade local e a diferenciação do produto. A IG é uma das principais inovações para se alcançarem esses objetivos. (BELAS, 2012; FERNÁNDEZ, 2012; NIERDELE, 2010).</p>
Singularidade e Reconhecimento	<p>Os vinhos do Vale dos Vinhedos receberam vários prêmios nacionais e internacionais nos últimos anos que divulgam e reforçam o potencial vinícola do território. Somente em 2012 e 2013, os mais importantes foram: Vinalies, Chardonnay du Monde, Concurso Thessaloniki, Challenge du Vin; Vinitaly, Effervescent du Monde, The International Wine and Spirit Competition, MundusVini, Muscats du Monde, San Francisco International Wine Competition, Concurso Internacional de Vinhos do Brasil, Vinagora, Concurso Internacional Ensenada Tierra del Vino, Concurso Sélections Mondiales, International Wine Challenge, Concours Mondial de Bruxelles, Concurso Bacchus.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Reconhecimento da IP pela União Européia em 2007. – Escolhido pela revista americana Wine Enthusiast como um dos 10 melhores destinos enoturísticos para se visitar em 2013.
Motivação da IG	Preservação cultural, tradição, produção histórica, desenvolvimento local e social, preservação ambiental.
Território Georreferenciado	Desde o reconhecimento da IP Vale dos Vinhedos, em 2002, ocorreu uma forte valorização imobiliária na região entre 200% e 500%, além da melhoria nos padrões tecnológicos e reconhecimento de mercado para os vinhos produzidos no Vale. Nos últimos 11 anos, o número de turistas que visitam a região multiplicou, passando de 45 mil, em 2001, para quase 250 mil, em 2012.
Outras Certificações ou Reconhecimentos	União Europeia, em 2007 (IP); Patrimônio Histórico e Cultural do RS (Lei Estadual 44/2012);
Apoios e Incentivos Institucionais	EMBRAPA; UCS; UFRGS; SEBRAE; FAPERGS; FINEP; IBRAVIN;
Referências	Belas (2012); Falcade (2005); Flores (2007); Fernández (2012); Velloso (2008); Nierdele, (2011); Vitrolles (2011); Mascarenhas (2012). Site: www.valedosvinhedos.com.br ; www.inpi.gov.br (acesso: ago 2013)
Observações	Sem Informações

FICHA TERRITORIAL 3: VALE DO SUBMÉDIO SÃO FRANCISCO

VALE DO SUBMÉDIO SÃO FRANCISCO			
Dados de Identificação	Número	Espécie	Produto / Serviço
	IG200701	IP	Uvas de Mesa e Manga
	Depósito do Pedido	Publicação da Concessão do Pedido	Duração do Processo no INPI
	31 / 08 / 2007	07 / 07 / 2009	675 dias (1 ano, 10 meses e 10 dias)
	Requerente	Conselho da União das Associações e Cooperativas dos Produtores de Uvas de Mesa e Mangas do Vale do Submédio São Francisco.	
	Site Internet	Não possui site	
	Endereço	Não localizado.	
Território e Produção	Início da Produção	Ciclos Geracionais	Área do Território
	1950 (63 anos)	2 (dois)	125.755 km ²
	Tamanho das Propriedades	Pequenas, médias e grandes propriedades	
	Quantidade de produtores	12 entidades de personalidade jurídica tais como empresas, associações e cooperativas	
	Tipo de Produção	Comercial voltada principalmente para a exportação.	
História	<p>A videira já era encontrada desde o século XVI no Nordeste brasileiro, em especial nos estados da Bahia de Pernambuco, as castas cultivadas na época eram originárias de Portugal e, pertenciam à espécie <i>Vitis Vinifera L.</i> Até o final dos anos 1940, o cultivo da videira no semiárido do Nordeste brasileiro, mais especificamente no Vale do Submédio São Francisco, não passou de cultura de quintal, em sistema semiextrativo (SOUZA, 1996).</p> <p>A partir da década de 1950, a Comissão do Vale do São Francisco, hoje Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e do Parnaíba (CODEVASF), iniciou a introdução de práticas de cultivo como poda racional, desbaste de cachos, controle de doenças e uso de fertilizantes, entre outras.</p> <p>A partir da década de 1990, iniciou-se uma fase de diversificação da viticultura do Vale do Submédio São Francisco, os produtores buscaram com maior interesse novas alternativas de variedades as já cultivadas (Itália, Piratininga e Patrícia). Observou-se uma grande expansão das áreas cultivadas e o maior aporte tecnológico no setor com a implantação de muitas fazendas de médio a grande porte, dotadas de infraestrutura, incluindo galpões de embalagem climatizados e unidades de refrigeração, que permitiram um grande avanço na qualidade da uva produzida no Território.</p> <p>Atualmente, são cultivadas quatro variedades de uvas de mesa sem sementes — Festival Seedless, Crimson Seedless e Princess — e cinco variedades de uvas de mesa com sementes: Itália, Benitaka, Red Globe, Brasil e Itália Melhorada.</p> <p>Nos últimos anos, a busca por atender às demandas de mercado, em especial o externo, levou a introdução de variedades sem sementes e o aumento da área plantada, que já contava com aproximadamente 10.890ha. A produção de uvas de mesa da região é responsável por</p>		

	<p>95% das exportações brasileiras de uvas e mangas (Sociedade Nacional de Agricultura⁸² (2014); Secretaria de Comércio Exterior (Sesex)⁸³, do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior).</p> <p>Boa parte desses resultados se deve ao interesse dos produtores e empresários em acompanhar as mudanças de mercado e atender as exigências apontadas ao longo dos anos, resultando na adoção de sistemas modernos de produção e gestão da qualidade, notadamente da Produção Integrada de Frutas (PIF)*.</p> <p>A mangicultura no território nacional sempre foi, historicamente, praticada de maneira extensiva, verificando-se o predomínio de pomares de mangueira em pequenas propriedades desprovidas de tecnologia apropriada e de plantios esparsos em quintais de residências urbanas e de chácaras.</p> <p>A exploração econômica da espécie sustentava-se quase exclusivamente no extrativismo das denominadas variedades nativas ou crioulas, tais como: Bourbon, Rosa, Espada, Coquinho e Ouro, entre diversas outras, e, alicerçava-se no mercado interno. Nas décadas mais recentes o perfil da atividade se alterou com a crescente implantação de pomares das variedades de mangueira originadas na América do Norte, cujos frutos eram normalmente exportados para os mercados internacionais. As variedades Tommy Atkins, Haden e Keitt Haden e Palmer foram implantadas principalmente durante a década de 1970, na Região Sudeste, e se disseminaram gradativamente pelos demais estados da Federação.</p> <p>O desenvolvimento da mangicultura no Vale do Submédio São Francisco foi inicialmente impulsionado pela perspectiva de atendimento ao mercado externo, ainda que o mercado nacional absorva boa parte da produção.</p> <p>Os estados de Pernambuco e Bahia, no ano de 2013 exportaram pouco mais de 102 mil toneladas de mangas, o que injetou US\$ 120 milhões na economia. Já de uvas foram exportadas mais de 43 mil toneladas em 2013, movimentando nada menos que US\$ 103 milhões.</p>
<p>Singularidade e Reconhecimento</p>	<p>O predomínio de altas temperaturas no território, que ocorrem praticamente durante todo o ano, permite produções mais precoces em relação à maioria das regiões produtoras. Essa situação decorre do fato da alta temperatura provocar uma maior atividade metabólica na planta. Porém, para compensar este metabolismo mais rápido, os sistemas de cultivo praticados preveem o fornecimento dos insumos necessários, em quantidade e períodos que permitam alimentar esta intensa atividade fisiológica.</p> <p>A consequência desse cenário, para o território, é uma elevada produtividade, já para o produto final, os cachos de uva e as mangas, há o benefício de sabor e coloração compatíveis com os padrões de qualidade dos mercados mais exigentes. As influências provocadas</p>

⁸² <http://sna.agr.br/indicacao-geografica-vale-do-submedio-sao-francisco/>

⁸³ <http://g1.globo.com/pe/petrolina-regiao/noticia/2014/09/vale-do-sao-francisco-deve-sofrer-retracao-nas-exportacoes-de-frutas.html>

	<p>pelos aspectos geográficos do território, em especial a temperatura, confere um sabor doce aos frutos maduros. Essas respostas a influencia do clima são observadas não só em uvas e mangas, bem como em outras frutas exploradas na região.</p> <p>O Vale do Submédio São Francisco destaca-se no cenário do agronegócio nacional por desenvolver os cultivos mais tecnificados de manga do País e por responder por mais de 90 % das exportações brasileiras dessa fruta. As mangas são produzidas em uma área equivalente a 22 mil ha e concentradas na variedade Tommy Atkins (em uma expressiva proporção de aproximadamente 90%), mas incluem também as variedades Kent, Keitt, Haden e Palmer. As espécies nativas por não ser foco da exportação e comercialização não são cultivadas em plantações. Essas espécies ficaram restritas a poucos pés remanescentes para paisagismo e autoconsumo.</p>
Motivação da IG	Desenvolvimento local e social, sustentabilidade ambiental
Território Georreferenciado	<p>A produção tecnificada da manga provocou a instalação de uma ampla rede de suporte e fornecimento de insumos, máquinas e implementos agrícolas na região; criação de cursos de nível médio e superior; bem como o desenvolvimento da infraestrutura logística local a exemplo da expansão da malha viária e modernização do aeroporto. (LIMA et al, 2009). Ainda para Lima et al (2009) a cidade de Juazeiro tornou-se a “maior central de distribuição de produtos hortifrutícolas do Nordeste e o terceiro do Brasil” (2009, p.38).</p> <p>Outro aspecto do Território Georreferenciado é a sustentabilidade Ambiental consequente da certificação de Conformidade da Produção Integrada do PIF, uma vez que o programa visa incentivar a produção de frutas de melhor qualidade, com responsabilidade social e redução de danos ao meio ambiente. O sistema de cultivo integrado garante a regulação natural da cultura e das pragas, demandando uso mínimo de agrotóxicos e menos energia, que permitem reduzir os custos de produção. Além deste, Lima et al (2009) menciona a adoção de sistemas eficientes de uso da água de irrigação que permite o controle da água necessária a várias fases da produção durante todo o ano.</p> <p>Grande parte da mão de obra feminina da região é empregada na produção, que além de aumentar o número de postos de trabalhos promove a qualificação para os produtores (LIMA et al, 2009). Essa realidade, aliada a sustentabilidade ambiental da produção confere também um caráter de socialmente responsável.</p>
Outras Certificações ou Reconhecimentos	<ul style="list-style-type: none"> – Selo de Conformidade da Produção Integrada Uva (INMETRO/MAPA) – Selo de Conformidade da Produção Integrada Manga (INMETRO/MAPA) – Globalgap
Apoios e Incentivos Institucionais	MAPA, EMBRAPA, SEBRAE, Codevasf e FAEPE
Referências	Belas (2012); Cerdan. Bruch e Silva 2010; (LIMA et al, 2009); Subsídios técnicos para a indicação geográfica de procedência do Vale do Submédio São Francisco / coordenadora, Maria Auxiliadora

	Coêlho de Lima. – Petrolina: Embrapa Semi-Árido, 2009. Site: www.inpi.gov.br ; www.embrapa.gov.br ; www.agricultura.gov.br , www.inmetro.gov.br (acesso 05 Ago 13)
Observações	* O PIF é um programa do Governo Federal, através do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, regulamentado por meio das Instruções Normativas nº 20, de 27 de setembro de 2001, e nº 12, de 29 de novembro de 2001. Este documento estabeleceu as Diretrizes Gerais para Produção Integrada de Frutas (DGPIF).

FICHA TERRITORIAL 4: REGIÃO DO JALAPÃO DO ESTADO DO TOCANTINS

REGIÃO DO JALAPÃO DO ESTADO DO TOCANTINS			
Dados de Identificação	Número	Espécie	Produto / Serviço
	IG200902	IP	Artesanato em Capim Dourado
	Depósito do Pedido	Publicação da Concessão do Pedido	Duração do Processo no INPI
	18 / 05 / 2009	30 / 08 / 2011	833 dias (2 anos, 3 meses e 13 dias)
	Requerente	Associação dos Artesãos em Capim Dourado da Região do Jalapão do Estado de Tocantins – AREJA	
	Site Internet	Não possui	
	Endereço	Sem Informações	
Território e Produção	Início da Produção	Ciclos Geracionais	Área do Território
	1920 (93 anos)	3 (três)	34.113,20 km ²
	Tamanho das Propriedades	Não há especificação do tamanho das propriedades porque as matérias primas são obtidas via extrativismo de espécie endêmica, abundante em território de uso coletivo. Essa coleta é feita predominantemente em terra pública (Parque Estadual do Jalapão).	
	Quantidade de produtores	9 cooperativas (com aproximadamente 850 associados).	
	Tipo de Produção	Familiar, cooperada, de subsistência, extrativista e tradicional.	
História	<p>A produção de utensílios de fibras naturais no Brasil remonta a populações indígenas autóctones, onde esse saber fazer foi incorporado por outros povos que aqui se estabeleceram. Na região do Jalapão a presença dos índios Xerentes, notadamente artesãos e precursores da técnica de costura com a seda do buriti, são creditados como os primeiros produtores de artefatos de capim dourado; especialmente pelo fato do capim dourado ser uma espécie singular nativa do Jalapão. Destaca-se que o capim dourado, <i>Syngonanthus nitens (Eriocaulaceae)</i>, é uma espécie endêmica dos campos úmidos do cerrado com incidência em toda região central do Brasil, incluindo além do Tocantins, os estados de Minas Gerais, Bahia e Goiás (SCHMIDT, 2005).</p> <p>Pesquisas acadêmicas apontam que aproximadamente nos anos 20 ou 30 do séc XX, essa técnica de costura e produção de utensílios com capim dourado e buriti difundiu-se, a partir dos Xerentes, na comunidade quilombola de Mumbuca, estabelecida também na região do Jalapão, de onde começou a ser comercializada. A comercialização dos artefatos ficou restrita basicamente a comunidade e ao seu município sede Mateiros principalmente por ser endógena, os produtores não serem organizados e a infraestrutura pública ser precária ou inexistente.</p> <p>No início dos anos 2000, o governo do Estado, através do SEBRAE, financiou cursos de capacitação nos municípios da região, o que estimulou a produção e comercialização nesses municípios. No ano de 2001 é criado o Parque Estadual do Jalapão, onde o</p>		

	<p>governo estadual promove estudos e adoção de políticas públicas voltadas para o Jalapão. Um dos principais pontos a destacar nesse período é a criação de legislações voltadas para a preservação e desenvolvimento do Jalapão em especial as voltadas para a demarcação do território e manejo das matérias primas.</p> <p>A divulgação do artesanato de capim dourado em âmbito nacional e internacional, e, sua conseqüente valorização; implicou diretamente no aumento de demanda por matéria prima. Especialmente por parte de artesãos externos ao Jalapão que também passaram a produzir o artesanato com capim dourado. Esse fato implicou na redução das vendas dos produtores locais e um impacto maior no meio ambiente.</p> <p>A produção e comercialização do artesanato em cidades externas ao território como Palmas, Rio de Janeiro, São Paulo, principalmente com a utilização de matérias primas obtidas de forma ilegal caracterizou a apropriação de um saber fazer tradicional carregado de história e cultura, mais ainda a apropriação de um patrimônio imaterial e da reputação do artesanato de capim dourado do Jalapão.</p> <p>Nesse cenário a Indicação Geográfica do Jalapão foi o instrumento escolhido pelo governo estadual para combater essa situação e promover o desenvolvimento local com sustentabilidade, pois propicia aos produtores do território a exclusividade e uso controlado das matérias primas; rastreabilidade e diferenciação dos produtos, e, conseqüentemente a valorização do território.</p>
Singularidade e Reconhecimento	A região do Jalapão é conhecida por suas belezas naturais e geografia singular principalmente para a prática de esportes ao ar livre como <i>trekking</i> , <i>rafting</i> , <i>mountain bike</i> , escalada e <i>canyoning</i> . Além disso, é a única região de cerrado, e do Brasil, onde se encontra o capim dourado e a atividade artesanal que lhe corresponde.
Motivação da IG	Preservação cultural, tradição, de um saber fazer, de uma produção histórica; além do desenvolvimento local, social, e a preservação ambiental através da produção sustentável.
Território Georreferenciado	A Indicação Geográfica foi o instrumento encontrado pelo Governo Estadual para tentar proteger o patrimônio imaterial, ambiental e social da região do Jalapão do Tocantins. O Território Georreferenciado tem atraído políticas públicas específicas e investimentos. O desenvolvimento tem ocorrido não só pela preservação da tradição e cultura do artesanato de capim dourado, mas também com o crescimento do turismo e geração de empregos.
Outras Certificações ou Reconhecimentos	- Prêmio SEBRAE TOP 100 de Artesanato (2006)
Apoios e Incentivos Institucionais	Governo do Estado do Tocantins (Casa Civil, Secretaria de Cultura e Secretaria de Planejamento), IBAMA, INTERTINS, MAPA, NATURATINS, PNUD ⁸⁴ , PROMOART, SEBRAE
Referências	Belas (2008); Belas (2012); Cerdan. Bruch e Silva 2010;

⁸⁴ Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. Embora não pertença ao Estado (e, sim, à ONU), o programa foi incluído devido à sua importância, e por ter ocorrido sob articulação estatal.

	<p>INTERTINS Portaria 1624/2008; TOCANTIS Lei 265/2008; NATURATINS Portarias 362/2007 e 1.623/2008 Site: www.inpi.gov.br; www.embrapa.gov.br; www.agricultura.gov.br, www.inmetro.gov.br; www.jalapao.to.gov.br (Agência de Desenvolvimento Turístico – ADTUR) (acesso 05 Ago 13)</p>
<p>Observações</p>	<p>O envolvimento político, do Governo do TO e da Primeira Dama na obtenção da IG, inicialmente foi um impulsionador e viabilizador do processo porém o afastamento do governador, primeira dama e outros membros do alto escalão, envolvidos com desvio de verbas, inclusive dos projetos ligados a IG, demonstra que esse processo quando há envolvimento político direto ao invés de institucional torna-se temerário.</p> <p><i>“O governador Marcelo Miranda teve o seu mandato cassado em junho de 2009 sob a acusação de abuso de poder econômico e compra de votos. A Primeira Dama Dulce Miranda, maior incentivadora do projeto IG, vinha sendo acusada de corrupção e de desvio de verbas com denúncias publicadas em reportagem da revista Veja em maio de 2009. As denúncias envolviam também a Secretária de Cultura do Estado, especialmente Leila Katia de Carvalho, na época integrante do Conselho Regulador da IG. Leila, que coordenava a loja de artesãos mantida pela Fundação Cultural, foi acusada de desvio do dinheiro que seria destinado à prestação de contas com os artesãos. De acordo com matérias de jornais, o esquema de corrupção contava com a conivência do presidente da Fundação Cultural da época Júlio César Machado, também no desvio de verbas do governo federal destinada ao desenvolvimento de projetos como o da Casa do Artesão e do Artista Popular, que nunca saiu do papel. No total Leila e Júlio foram acusados de desviar R\$ 1,4 milhão. Com a mudança de governo, não havia garantias de continuidade para o projeto IG. Era preciso continuar o acompanhamento junto ao INPI e destinar recursos para as taxas administrativas. Diante do comprometimento da nova Secretária de Cultura Kátia Rocha com a continuidade do projeto foi organizado a visita do presidente do INPI ao estado. Jorge Ávila então visitou o estado nos dias 30 e 31 de maio e 1 de junho de 2011 para realizar palestra sobre indicação geográfica para os artesãos do Jalapão, e a IG Jalapão foi concedida três meses após a sua visita ao Tocantins, em 30.08.2011.”</i> (BELAS, 2012)</p>

FICHA TERRITORIAL 5: COSTA NEGRA

CAMARÃO DA COSTA NEGRA			
Dados de Identificação	Número	Espécie	Produto / Serviço
	IG200907	DO	Camarão
	Depósito do Pedido	Publicação da Concessão do Pedido	Duração do Processo no INPI
	20 / 10 / 2009	16 / 08 / 2011	664 dias (1 ano, 9 meses e 29 dias)
	Requerente	Associação dos Carcinicultores da Costa Negra	
	Site Internet	Já possuiu o www.accn.org.br, mas no momento da pesquisa (05 Ago 13) não possuía site.	
	Endereço	Rua Manoel Sales, nº 200, sala 2, Centro, Acaraú – CE	
Território e Produção	Início da Produção	Ciclos Geracionais	Área do Território
	1993 (20 anos)	0 (zero)	428,74 Km ²
	Tamanho das Propriedades	Pequenas, médias e grandes propriedades.	
	Quantidade de produtores	33 produtores, sendo 32 fazendas de camarão e uma indústria de beneficiamento.	
	Tipo de Produção	Comercial e intensiva.	
História	<p>A utilização do camarão apesar de secular sempre teve sua obtenção de forma artesanal, somente nos anos 30 do séc XX essa realidade muda quando o técnico japonês Motosaku Fujinaga consegue fazer a desova de camarões da espécie <i>Penaeus japonicus</i> em laboratório e a partir daí desenvolver a produção de pós-larvas em escala comercial (larvicultura). A larvicultura foi um instrumento vital para o surgimento da carcinicultura moderna.</p> <p>No Brasil a atividade é introduzida na década de 70 no Estado do Rio Grande do Norte utilizando o <i>Penaeus Japonicus</i>, que é uma espécie exótica a região. A baixa produtividade e lucratividade fazem com que os projetos sejam abandonados.</p> <p>Uma segunda tentativa inicia-se no ano de 1993, porém dessa vez opta-se por um pacote tecnológico, que após as ações preliminares em 1993 começa a ser implantado a partir de 1996, esse pacote é baseado em outra espécie exótica (<i>Litopenaeus Vannamei</i>) que tem capacidade de adaptação às mais variadas condições e locais de cultivo. O setor começa a ter um crescimento acelerado mantendo-se vigoroso até 2004. No ano de 2007 é criada a Associação dos Carcinicultores da Costa Negra (ACCN). Em Outubro de 2009 os produtores do Território proposto localizado na Microrregião do Vale do Acaraú dão entrada no pedido de Denominação de Origem e nomeiam o território de “Costa Negra” devido um aspecto característico das praias locais, que apresentam grandes extensões de sedimentos cinza escuros. Em seguida, no dia 09 de Novembro de 2009 a Assembléia Legislativa através da lei nº 275/09 denomina a região do território proposto de Costa Negra “<i>art. 1º – fica denominada oficialmente de Costa Negra a zona de praia entre a foz do rio Aracatimirim, na localidade de Torrões, e a foz do rio</i></p>		

	<p><i>Guriú, em Jijoca de Jericoacoara, compreendendo os municípios de Itarema, Acaraú, Cruz e Jijoca de Jericoacoara. (...)Plenário da Assembleia Legislativa do Estado do Ceará, aos 09 de novembro de 2009.”</i></p> <p>A partir de 2009 até 2013 a ACCN capta junto o MAPA, MPA e o Banco do Nordeste do Brasil mais de 1,6 milhão de reais, dando como contrapartida menos de 10% do recebido, através de convênios de apoio e patrocínio para a realização dos Projetos de “Desenvolvimento da Carcinicultura da Região da Costa Negra/CE” (500 mil) e "Capacitação De Empresários e Empreendedores Da Carcinicultura" (100mil); do “Festival Internacional do Camarão da Costa Negra” (quatro edições), e, do “Encontro do Arranjo Produtivo Local de Carcinicultura do Litoral Oeste” (quatro edições) (+/- 1,1mi).</p> <p>Atualmente, o setor da carcinicultura em geral, e o território especificamente, organiza-se em torno de disputas judiciais envolvendo problemas ambientais e o Novo Código Florestal.</p>
Singularidade e Reconhecimento	O território apresenta o solo escuro por conta de matéria orgânica e nutrientes que se apresentam como depósitos sedimentares submersos com textura arenosa e constituídos de areia fina de coloração cinza escura. Essa matéria orgânica fornece nutrientes diferenciados aos camarões criados no Território tornando-lhes mais protéicos e maiores, alcançando um peso médio de 50 a 60 gramas por camarão.
Motivação da IG	Desenvolvimento local e preservação ambiental.
Território Georreferenciado	Nas referências constam informações de que o Território Georreferenciado da Costa Negra gerou empregos na região promoveu o desenvolvimento e a preservação ambiental, especialmente por produzir camarão orgânico. Por outro lado foi encontrada bibliografia que mostra que a carcinicultura degrada o meio ambiente, e por consequência compromete o modo de vida das populações que vivem do mangue, principalmente o extrativismo. Foi encontrado um abaixo assinado, da Rede Nacional de Advogados e Advogadas Populares no Ceará e do Fórum em Defesa da Zona Costeira do Ceará-FDZCC solicitando que o Procurador Geral da República no Estado do Ceará entrasse com representação contra a ACCN para anulação da Indicação Geográfica e crime ambiental. A representação foi arquivada. A carcinicultura no Território tem gerado controvérsias sobre a preservação ambiental e também disputas, inclusive judiciais.
Outras Certificações ou Reconhecimentos	Produto Orgânico – Naturland (Alemanha)
Apoios e Incentivos Institucionais	Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento; Ministério da Pesca e Aquicultura; Casa Civil do Governo do Estado do Ceará; Secretaria de Desenvolvimento do Ceará; SEBRAE; Banco do Nordeste do Brasil (BNB)
Referências	BRASIL, Diário Oficial da União; CEARÁ, Lei nº 275/09; HERCULANO, Selene e PACHECO, Tania (orgs.). Racismo Ambiental. I Seminário Brasileiro contra o racismo Ambiental. Rio de Janeiro: projeto Brasil Sustentável e Democrático; FASE, 2006,

	<p>p.73; MEIRELES, Antonio Jeovah de Andrade. Danos socioambientais na zona costeira cearense; MEIRELES, Antonio Jeovah de Andrade et al. Impactos ambientais decorrentes das atividades da carcinicultura ao longo do litoral cearense, nordeste do Brasil; MERCATOR, 2007, vol 6 n12, p. 83-106; MEIRELES, Antonio Jeovah de Andrade et al. Novo Código Florestal: a volta de um furacão chamado carcinicultura? Sites: www.inpi.org.br; www.agricultura.gov.br; www.sebrae.com.br;</p>
Observações	Sem Informações

FICHA TERRITORIAL 6: MANGUEZAIS DE ALAGOAS

MANGUEZAIS DE ALAGOAS			
Dados de Identificação	Número	Espécie	Produto / Serviço
	IG201101	DO	Própolis Vermelha
	Depósito do Pedido	Publicação da Concessão do Pedido	Duração do Processo no INPI
	29 / 03 / 2011	17 / 07 / 2012	475 dias (1 ano, 3 meses e 20 dias)
	Requerente	União dos Produtores de Própolis Vermelha do Estado de Alagoas	
	Site Internet	Sem Informações	
	Endereço	Sem Informações	
Território e Produção	Início da Produção	Ciclos Geracionais	Área do Território
	Por volta de 1980 (33 anos aprox.)	1	4.561,770 KM ² ** (estimada)
	Tamanho das Propriedades	Micro e pequenas propriedades	
	Quantidade de produtores	Aproximadamente 140 produtores.	
	Tipo de Produção	Baixa produção de pequena escala, cooperada.	
História	<p>A ou O própolis é um material resinoso coletado de plantas e cascas de árvores pelas abelhas <i>Apis Mellifera</i>, é dotada de substâncias biologicamente ativas com propriedades antioxidantes, anti-inflamatória, antitumoral e antimicrobiana. As abelhas utilizam própolis na estrutura da colméia, nos favos e como antibactericida. A própolis e suas características terapêuticas já eram conhecidas por diversos povos antigos como os egípcios, gregos e romanos. A composição química da própolis e sua apresentação são consequências das espécies botânicas e das raças de abelhas envolvidas na sua produção.</p> <p>A própolis alagoana é uma substância de cor vermelha, com cheiro balsâmico, derivada da resina da <i>Dalbergia Ecastophyllum</i>, conhecida como “rabo de bugio”, transportada para a colmeia pelas abelhas e modificada pelas enzimas do animal. A “rabo de bugio” é uma espécie botânica que ocorre no litoral das Américas, do sul dos EUA (Flórida) ao sul do Brasil (Santa Catarina) e na costa da África. A própolis vermelha existe em vários países, porém, no caso específico de Alagoas as abelhas produzem uma própolis única com alto índice de isoflavona e com uma combinação de quatro isoflavonóides, que não são encontradas juntas em nenhuma outra espécie de própolis.</p> <p>A atividade apícola teve início no Brasil com a introdução de abelhas da espécie <i>Apis Mellifera</i> no estado do Rio de Janeiro, em 1839, foi o Padre Antonio Carneiro Aureliano, com a colaboração secundária de Paulo Barbosa e Sebastião Clodovil de Siqueira e Mello, em março de 1839, proveniente do Porto, Portugal. Em 1845, os colonizadores alemães trouxeram consigo raças de <i>Apis mellifera mellifera</i> da Alemanha, introduzindo-as no Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná. Em 1870 a 1880, HANEMANN & SHENCK, HANEMANN & BRUNET trouxeram as primeiras</p>		

abelhas italianas para o sul do Brasil. Segundo, BRUNET recebeu duas colônias de abelhas francesas e duas colônias de abelhas italianas e as introduziu em São Bento das Lages, no estado da Bahia. Por início do séc XX inicia-se verdadeiramente, a fase científica da apicultura no Brasil.

A apicultura brasileira foi impulsionada por um acidente: a introdução da abelha africana (*Apis Mellifera Scutellata*) em 1956, quando algumas abelhas escaparam do apiário experimental e passaram a se acasalar com as de raça européia, dando início a um híbrido natural (Abelha Africanizada).

A agressividade dessas abelhas causou, inicialmente, um grande problema no manejo dos apiários e muitos apicultores abandonaram a atividade. Somente após o desenvolvimento de técnicas adequadas, ocorrido nos anos 70, a apicultura passou a crescer e se expandiu para as regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste.

A história da própolis vermelha de Alagoas começa nos anos 80, quando um apicultor da cidade de Marechal Deodoro, Sr José Marinho, mais conhecido como Seu Marinho, intrigado sobre aquele “grude” que aparecia nas colméias e que era jogado fora, passa a levar consigo uma pequena amostra da substância para saber o que era e para que servia. Após descobrir que se tratava da própolis vermelha, ele começou a entregar a pesquisadores e cientistas pequenas amostras para que eles estudassem suas propriedades e finalidades. Em um congresso de apicultura, na cidade de Campo Grande ele foi apresentado à professora Maria Cristina Marcucci, pesquisadora específica da própolis. Após alguns estudos, ela descobriu que o produto descoberto por “Seu Marinho” possuía uma ação vinte vezes mais rápida que a própolis verde, e que ela poderia proporcionar diversos benefícios à saúde. Com a divulgação da pesquisa, os laboratórios começaram a utilizar a própolis vermelha para a fabricação de medicamentos. (ALAGOAS EM TEMPO REAL, 2012)

Com a evolução dos estudos que comprovaram a unicidade da própolis vermelha de Alagoas e a organização dos produtores, iniciou-se o processo de obtenção da IG junto ao INPI. Para conseguir a IG foi preciso elaborar um dossiê com um detalhamento científico, onde os produtores contaram com a ajuda de várias universidades brasileiras. Nas fases de certificação da própolis vermelha, o Sebrae orientou, documentou e iniciou o processo de proteção do produto. Juntamente com produtores e parceiros, foram feitos estudos para delimitação da área e estabelecimento de normas de produção. Além disso, foi criada a União dos Produtores de Própolis Vermelha do Estado de Alagoas (Uniprópolis), uma associação formada por produtores e empresários. Além disso, o Sebrae e a associação estabeleceram normas de produção, coleta e armazenamento. (ALAGOAS EM TEMPO REAL, 2012).

Atualmente a associação adquiriu o maquinário, em um investimento de 200 mil reais, para produção do extrato de própolis (processamento e beneficiamento), e busca obter as licenças e selos junto às autoridades sanitárias para iniciar a produção e exportação.

Singularidade e Reconhecimento	A Faculdade de Engenharia de Alimentos (FEA) da Unicamp desenvolveu uma tipologia para classificar as própolis nacionais em 12 grupos distintos. A descoberta da própolis vermelha de Alagoas, por sua singularidade, provocou a criação de um 13º grupo. As principais características da unicidade da própolis vermelha de Alagoas são o seu alto nível de flavonóides, e, a presença de quatro isoflavonóides (formononetina, medicarpina, vestitol e isoliquiritigenina), que não são encontradas juntas em nenhuma outra espécie de própolis.
Motivação da IG	Preservação ambiental e da biodiversidade, agregar valor ao produto e aumentar sua competitividade. Desenvolvimento local, valorização da produção dos micro e pequenos apicultores.
Território Georreferenciado	A DO Manguezais de Alagoas, agregou valor ao produto e elevou a renda. Além disso, atraiu políticas públicas, investimentos públicos e privados, promoveu a organização dos micros e pequenos produtores, além de desenvolvimento local. A forma peculiar de produção também implica preservação ambiental. O território e o produto também tem sido alvo de pesquisas científicas por parte de universidades. “A Indicação Geográfica também favorece o financiamento de projetos e pesquisas, que já se multiplicam, não apenas no meio acadêmico alagoano, mas em outros Estados, cujas universidades também têm desenvolvido pesquisas com base na própolis vermelha de Alagoas.” (ALMEIDA, F 2012)
Outras Certificações ou Reconhecimentos	Não possui.
Apoios e Incentivos Institucionais	BNB, UFAL, FAPEAL e FUNDEPES, SEBRAE, MAPA, Secretaria de Estado da Agricultura e do Desenvolvimento Agrário (SEAGRI), Secretaria de Estado do Planejamento e do Desenvolvimento Econômico (SEPLANDE)
Referências	ALMEIDA, F 2012; BELAS 2012; MACHADO, 2012; NOGUEIRA NETO 1972 Sites: www.ibge.gov.br ; www.inpi.gov.br ; www.sebrae.gov.br ; www.agricultura.gov.br ;
Observações	** No registro da IG, a área do território é dita como sendo “O polígono corresponde ao limite dos municípios pertencentes ao litoral de Alagoas ...”, descrito por 17 pontos com as seguintes coordenadas ponto 01: 08°00'45.43"S, 35°08'44.60"W; ponto 02: 10°27'29.85"S, 36°24'32.70"W; ponto 03: 10°14'38.86"S, 36°39'09.21"W; ponto 04: 10°02'00.38"S, 36°26'59.38"W; ponto 05: 09°54'29.14"S, 36°08'40.45"W; ponto 06: 09°44'19.92"S, 36°14'55.32"W; ponto 07: 09°41'47.16"S, 36°01'36.75"W; ponto 08: 09°35'41.00"S, 48°10'11.67"W; ponto 09: 09°30'47.00"S, 41°56'39.19"W; ponto 10: 09°21'35.09"S, 41°54'38.31"W; ponto 11: 09°21'57.00"S, 35°41'04.72"W; ponto 12: 09°07'28.88"S, 35°43'19.08"W; ponto 13: 09°15'09.24"S, 35°34'37.12"W; ponto 14: 09°11'19.67"S, 35°27'47.03"W; ponto 15: 09°01'00.26"S, 35°39'25.81"W; ponto 16: 08°55'11.63"S, 35°26'25.51"W; ponto 17: 08°51'37.91"S, 35°21'03.26"W). Curiosamente, nos estudos realizados, ao confrontar-se a descrição

do território com os pontos georreferenciados do polígono encontrou-se uma divergência. As coordenadas do ponto 01 encontram-se na área do município de São Lourenço da Mata, estado de Pernambuco, a aproximadamente 13,76Km de distância da sede do município. São Lourenço da Mata é município da Região Metropolitana de Recife (RMR) e não possui acesso ao litoral.

Assim, para o cálculo da área do território, tomou-se por base a descrição do limite dos municípios pertencentes ao litoral de Alagoas, os quais, segundo dados do IBGE, são: Barra de Santo Antônio, Barra de São Miguel, Coruripe, Feliz Deserto, Japaratinga, Jequiá da Praia, Maceió, Maragogi, Marechal Deodoro, Paripueira, Passo de Camaragibe, Piaçabuçu, Porto de Pedras, Roteiro, São Miguel dos Milagres e Penedo. Este último também foi incluído, apesar de não fazer divisa com o mar, pois a fronteira sul do município dá-se a região da foz do Rio São Francisco, região influenciada pelo mar e com presença de manguezais.

A opção de considerar a descrição deu-se pelo entendimento que a própolis vermelha somente ocorre em consequência da sua extração da *Dalbergia Ecastophyllum* (“rabo de bugio”) que é uma espécie típica do litoral, especificamente da área de mangue. Além disso, na propositura da DO, o nome do território e nas documentações apresentadas argumenta-se que a própolis vermelha somente ocorre no litoral de Alagoas, assim, no nosso entendimento não caberia um ponto da poligonal do território estar presente no interior do estado de Pernambuco.

FICHA TERRITORIAL 7: PORTO DIGITAL

PORTO DIGITAL			
Dados de Identificação	Número	Espécie	Produto / Serviço
	IG201103	IP	Serviços de Tecnologia da Informação - TI
	Depósito do Pedido	Publicação da Concessão do Pedido	Duração do Processo no INPI
	05 / 08 / 2011	11 / 12 / 2012	493 dias (1 anos, 4 meses e 8 dias)
	Requerente	Núcleo de Gestão do Porto Digital	
	Site Internet	www.portodigital.org	
	Endereço	Rua do Apolo, nº 181, Bairro do Recife, Recife – PE Cep 50.030-220 Tel: (81) 3419-8000	
Território e Produção	Início da Produção	Ciclos Geracionais	Área do Território
	2000 (13 anos)	0 (zero)	149 ha (hectares)
	Tamanho das Propriedades / Volume das produções	Pequenas e médias empresas, e, multinacionais.	
	Quantidade de produtores	230 empresas (7 mil empregados)	
	Tipo de Produção	Comercial, serviços com alto valor agregado (produção tecnológica)	
História	<p>O Porto Digital surge em julho de 2000, no bairro do Recife fruto de um projeto de desenvolvimento econômico que agrega investimentos públicos, iniciativa privada e universidades, compondo um sistema local de inovação que conta com várias instituições entre empresas de TIC, Economia Criativa, serviços especializados e órgãos de fomento.</p> <p>Em treze anos de operação, o Porto Digital já transferiu para o Bairro do Recife 7.000 postos de trabalho, atraindo 10 empresas de outras regiões do País e quatro multinacionais, abrigando, ainda, quatro centros de tecnologia.</p> <p>Para implantar o modelo de governança e os projetos estruturadores, foi criado o Núcleo de Gestão do Porto Digital (NGPD), associação civil sem fins lucrativos, qualificada como Organização Social (OS).</p>		
Singularidade e Reconhecimento	O território é tido como importante pólo tecnológico e de inovação, sendo reconhecido em sua área em âmbito internacional inclusive.		
Motivação da IG	Agregar valor ao produto, geração de empregos especializados. Equilíbrio sócio-econômico, desenvolvimento de tecnológico local, sustentabilidade social, econômica e ambiental.		
Território Georreferenciado	<p>Territorialmente, o Porto Digital está situado no bairro de Santo Amaro e no sítio histórico do Bairro do Recife. O bairro possui infra-estrutura adequada para a instalação de empresas de TIC por dispor de excelente estrutura de serviços e de telecomunicações. Em 100 hectares no Bairro do Recife, são 8 Km de fibra ótica instalados e 26Km de dutos, tornando a região uma das mais modernas do país.</p> <p>A entidade gestora busca expandir a produção do território dentro de um plano de metas, onde foram determinadas ações em seis eixos</p>		

	estratégicos, onde um deles atua no sentido do fortalecimento da imagem, reputação e marca do Porto Digital. A IG foi um dos instrumentos para alcançar os objetivos desse eixo.
Outras Certificações ou Reconhecimentos	<ul style="list-style-type: none"> • 2005: T. Kearney (o maior parque tecnológico do Brasil em faturamento e número de empresas) • 2007 e 2011: Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores – Anprotec (melhor parque tecnológico/habitat de inovação do Brasil.) • 2008: Associação Internacional de Parques Tecnológicos (IASP), primeiro volume da série Learning by Sharing e confere destaque ao Porto Digital. • 2008: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio (MDIC) reconhece como o APL (Arranjo Produtivo Local) de Tecnologia da Informação e Comunicação de Pernambuco. • 2009: Revista Business Week (digital) considera o Porto Digital um dos dez locais do mundo onde o futuro está sendo criado. • 2009: Pesquisa da Global Services Media, o Recife foi destacado em 6º lugar (única cidade do Brasil) no ranking das 10 cidades emergentes do mundo que se destacarão nos próximos anos no mercado de outsourcing. • 2009: Reconhecido por Henry Etzkowitz como referência do modelo Triple Helix. • 2011: McKinsey apontou o Porto Digital e a Região de Campinas, no Estado de São Paulo, como os dois ambientes de inovação com maior potencial de geração de negócios de base tecnológica do País.
Apoios e Incentivos Institucionais	Universidade Federal de Pernambuco (UFPE); Caixa Econômica Federal (CEF); Correios; Centro de Estudos e Sistemas Avançados do Recife (CESAR)
Referências	BRASIL, Porto Digital, 2012 (www.brasil.gov.br/sobre/cienciae-tecnologia/inovacao/Cases/portodigital/oportodaeconomiadigital); CÂMARA MUNICIPAL DE RECIFE, Porto Digital fatura R\$ 1 bilhão por ano, 05 Ago 2013 (www.recife.pe.leg.br/noticias/portodigital-fatura-r-1-bilhao-por-ano/); MARQUES, Felipe R. F., SILVA, Jonathan H. de A. Porto Digital do Recife: Contexto histórico de seu crescimento e sua importância no cenário tecnológico e socioeconômico pernambucano e brasileiro; SBC HORIZONTES, 2012, vol 5 n1, p. 28-30; NERY, Natuza, GOMES, Helton S., Porto Digital no Recife quer se tornar grife tecnológica mundial, Folha de São Paulo, 20 Out 2012, São Paulo. Sites: www.portodigital.org ; www.inpi.gov.br ;
Observações	O Porto Digital conta com projetos de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) em parceria com Alcatel Lucent, Bematech, Motorola, Samsung, LG e HP.

FICHA TERRITORIAL 8: PARATY

CACHAÇA DE PARATY			
Dados de Identificação	Número	Espécie	Produto / Serviço
	IG200602	IP	Aguardentes, tipo cachaça e aguardente composta azulada
	Depósito do Pedido	Publicação da Concessão do Pedido	Duração do Processo no INPI
	27 / 11 / 2006	10 / 07 / 2007	224 dias (0 anos, 7 meses e 14 dias)
	Requerente	Associação dos Produtores e Amigos da Cachaça Artesanal de Paraty	
	Site Internet	www.apacap.com.br	
	Endereço	Sem Informações	
Território e Produção	Início da Produção	Ciclos Geracionais	Área do Território
	1633 (380 anos aprox)	15	700 Km2 (aproximadamente)
	Tamanho das Propriedades / Volume das produções	Volume da produção limitada.	
	Quantidade de produtores	7 (sete)	
	Tipo de Produção	Artesanal, familiar e tradicional.	
História	<p>A Cachaça de Paraty é produzida desde o século XVII, e sua história se confunde com a história do Brasil Colônia e do Brasil Império. No século XVIII, já era exportada para a Europa, como aperitivo. Também era utilizada como moeda forte para a compra de escravos. Paraty guarda reminiscências da história do Brasil e de uma das maiores especialidades nacionais. (CERDAN, 2010).</p> <p>O solo de Paraty era considerado ideal para a plantação de cana-de-açúcar e a geografia acidentada com numerosos rios facilitava a construção de rodas d'água, indispensáveis para a moagem, em grande escala, da cana-de-açúcar. Esses elementos transformaram Paraty no maior e melhor centro produtor da bebida durante os períodos do Brasil colonial e Imperial. Em 1805, o Ouvidor Geral José Antonio Valente, nas Providências Administrativas, informava: “Na agoa ardente tem progresso, e sobre tudo na feitoria que lhe assegura de aumento sete mil réis em pipa sobre as demais. Talvez se descubram, examinando o causal da melhoria, se do terreno, das agoas ou das lenhas ela provém. Deve regular a duas mil e seiscentas pipas por ano, e faz este artigo, 151.200\$. Esta resulta de produção calculada”. Isto corresponde aproximadamente a 1.232.000 litros. (MASCARENHAS, 2012)</p> <p>Após a abertura da estrada de ferro D. Pedro II, em 1870, e com a promulgação da Lei Áurea, em 1888, a produção de açúcar e cachaça em Paraty entrou em declínio. Dos mais de 150 engenhos existentes no século XIX, apenas três permaneceram ativos ao final do século XX. O século de abandono fez com que ficasse preservada toda a Vila de Paraty, como se o tempo tivesse ali parado.</p>		

	<p>Atualmente a cachaça de Paraty é caracterizada pela produção artesanal em alambiques com equipamentos modernos, porém mantendo as práticas e a forma de produção da tradicional cachaça de Paraty, que resultam em um destilado especial, encorpado, com um buquê que lembra o bagaço de cana e sabor agradável que promove o ardor característico da cachaça sem agredir o paladar. Os oito alambiques em atividade em Paraty são abertos à visitação e a produção anual gira em torno de 300.000 litros, rotulados em nove marcas. (VITROLES, 2010)</p>
Singularidade e Reconhecimento	<p>O clima e o solo de Paraty são considerados ideais para a plantação de cana-de-açúcar. Sua geografia acidentada e seus numerosos rios facilitaram a construção de rodas d'água, indispensáveis para a moagem, em grande escala, da cana-de-açúcar. Esses elementos transformaram Paraty no maior centro produtor da bebida durante os períodos colonial e imperial. A Baía de Paraty constitui unidade geográfica e cultural incontestada. A área delimitada da Indicação de Procedência possui coordenadas extremas, limitando-se por serras ao norte, oeste e leste, e pelo Oceano Atlântico ao sul. A riqueza ambiental é tamanha que na área há um Parque Nacional, uma Reserva Ecológica e uma Área de Proteção Ambiental. A área total da Indicação de Procedência da Cachaça de Paraty é de, aproximadamente, 90 mil hectares.</p>
Motivação da IG	<p>Agregar valor ao produto e ao território. Preservação cultural, tradição, produção histórica, desenvolvimento local e social, preservação ambiental.</p>
Território Georreferenciado	<p>A Indicação de Procedência da Cachaça de Paraty busca distingui-la de outras cachaças. A cachaça e o território georreferenciado serão identificados mais facilmente pelo consumidor e estarão protegidos das fraudes, o que irá aumentar o valor agregado (do produto e do território). Os diferenciais de mercado, em função das características e da cultura própria do seu local de origem, preservando-lhe as suas belíssimas particularidades. Irá, também, incentivar novos investimentos, elevando o padrão tecnológico dos engenhos, multiplicando os empregos e favorecendo o turismo. Assim haverá a preservação cultural, da tradição, da produção histórica, o desenvolvimento local e social e a valorização do território.</p>
Outras Certificações ou Reconhecimentos	<p>Sem Informações</p>
Apoios e Incentivos Institucionais	<p>Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA); Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE); Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI); Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Rio de Janeiro (EMATER – RJ); Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ).</p>
Referências	<p>CERDAN, 2010; Brasília SEBRAE, INPI, 2011 MASCARENHAS, 2012. Sites: www.agricultura.gov.br; www.sebrae.com.br; www.inpi.gov.br; www.emater.rj.gov.br; www.ufrrj.br; www.apacap.com.br</p>

FICHA TERRITORIAL 9: LITORAL NORTE GAÚCHO

LITORAL NORTE GAÚCHO				
Dados de Identificação	Número	Espécie	Produto / Serviço	
	IG 200801	DO	Arroz	
	Depósito do Pedido	Publicação da Concessão do Pedido	Duração do Processo no INPI	
	01 / 08 / 2008	24 / 08 / 2010	753 dias (2 anos, 0 meses e 23 dias)	
	Requerente	APROARROZ – Associação dos Produtores de Arroz do Litoral Norte Gaúcho		
	Site Internet	http://www.aproarroz.com.br/		
	Endereço	Rua Saldanha Marinho, 33/908, Bairro Menino Deus, Porto Alegre/RS, CEP 90160-240 Email aproarroz@aproarroz.com.br		
Território e Produção	Início da Produção	Ciclos Geracionais	Área do Território	
	1936	3	132.000 hectares (12 municípios)	
	Tamanho das Propriedades / Volume das produções	Pequenas, médias e grandes.		
	Quantidade de produtores	20 (16 produtores de arroz, 1 cooperativa e 3 indústrias).		
	Tipo de Produção	Cooperada e comercial em larga escala.		
História	<p>No Litoral Norte Gaúcho, o arroz foi introduzido, em 1936, por italianos e, em 1937, por alemães e produtores da região. A partir dessa data, o arroz passou a ser mais cultivado, proporcionando uma miscigenação de culturas em uma lavoura que já nasceu comercial, levando o desenvolvimento para a região, tornando-a grande produtora do cereal. A partir da década de 70, com o uso de novas tecnologias, a lavoura tem um impulso em produtividade, e o arroz do Litoral Norte Gaúcho começa a ser vendido para várias partes do país. Assim, a qualidade desse produto torna-se conhecida e reconhecida pelos consumidores de diversas partes do País. Muito requerido pelos compradores, o arroz do litoral norte sempre recebeu preços superiores a de outras regiões produtoras do grão, fruto da alta qualidade do cereal. (SOUZA, 2010)</p>			
Singularidade e Reconhecimento	<p>As grandes massas de água dos dois lados do território servem como regulador térmico, este fato associado ao vento do nordeste que vem durante a fase de enchimento de grãos facilita a refrigeração das panículas de arroz. O arroz desta região possui características que o diferenciam do cereal produzido no resto do país por ter alto rendimento de grãos inteiros, translucidez e vitricidade. (APROARROZ, 2013).</p>			
Motivação da IG	<p>Sustentabilidade, preservação do meio ambiente do Litoral Norte Gaúcho, o estímulo e promoção do potencial turístico da região e o aprimoramento sócio cultural..</p>			
Território Georreferenciado	<p>O território de produção do arroz do Litoral Norte Gaúcho é formado por uma península arenosa com, aproximadamente, 300 km</p>			

	de extensão, paralela à costa litorânea, entre duas grandes massas de água, a Lagoa dos Patos e o Oceano Atlântico. Esse complexo de ecossistemas costeiros inclui, também, outras lagoas de água doce e lagunas de água salgada, praias, dunas, banhados, vegetação de restinga (figueiras, arvoretas menores, arbustos e cactos) e uma área marinha, compondo um ambiente diverso e riquíssimo, do ponto de vista ambiental. Outro fator peculiar é a baixa oscilação de temperaturas na região, uma amplitude térmica menor que nas demais áreas brasileiras, entre 18°C e 28° C.
Outras Certificações ou Reconhecimentos	Certificações, Selos, Títulos ou Reconhecimentos de qualquer espécie emitidos por outras instituições, estatais ou não, nacionais ou estrangeiras que o produto ou serviço possua.
Apoios e Incentivos Institucionais	MAPA, SEBRAE, UFRGS e IRGA
Referências	APROARROZ 2013; SEBRAE 2012; SOUZA 2010; Sites: www.inpi.gov.br ; www.sebrae.gov.br ; www.agricultura.gov.br ; www.aproarroz.com.br ;
Observações	Sem informações..

FICHA TERRITORIAL 10: GOIABEIRAS

GOIABEIRAS			
Dados de Identificação	Número	Espécie	Produto / Serviço
	IG 201003	IP	Panelas de barro
	Depósito do Pedido	Publicação da Concessão do Pedido	Duração do Processo no INPI
	19/05/2010	04/10/2011	(1 ano, 6 meses, e 15 dias)
	Requerente	APG - Associação das Panelas de Goiabeiras	
	Site Internet	http://www.turismocapixaba.com.br/espírito-santo/associacao-das-paneleiras-de-goiabeiras#.Vj-3U7erTIU (Não há site oficial da associação)	
	Endereço	Endereço Rua Desembargador Cassiano Castelo S/N, Bairro Goiabeiras Cidade Vitória/ES Telefone +55 27 3327 1366 Email evandror1983@hotmail.com	
Território e Produção	Início da Produção	Ciclos Geracionais	Área do Território
	Herança cultural de indígenas e afrodescendentes, residentes em Goiabeiras há mais de 300 anos.	12(Doze)	112,443 km ² .
	Tamanho das Propriedades / Volume das produções	Distribuição do tamanho das propriedades, em hectares (ha), ou por classificação qualitativa. Conforme o produto ou atividade faz-se uma distribuição das produções, por estratos, e por produtores.	
	Quantidade de produtores	100 artesãs associadas	
	Tipo de Produção	(Familiar, associativa, e tradicional)	
História	<p>A cidade de Vitória é uma das capitais mais antigas do Brasil, com registro ainda dos anos 1500. Um bairro da cidade, conhecido como “Goiabeiras”, se popularizou pela produção de panelas de barro, em um hábito que é uma herança cultural de indígenas e afrodescendentes, residentes ali há mais de 300 anos. Em Goiabeiras, o ofício das panelas é tradicional. As artesãs produzem panelas de barro utilitárias e sua confecção está ligada à gastronomia e é indissociável na apresentação das moquecas de peixe e de outros frutos do mar, como também da torta capixaba, sagrada iguaria consumida também de forma tradicional na Semana Santa. Esses elementos fazem parte dos valores que se constituem na sua identidade cultural. (SEBRAE, 2012).</p> <p>Em 1815, as panelas de barro de Goiabeiras já figuravam na lista de atrativos turísticos do Espírito Santo. O conhecimento técnico e a habilidade das artesãs, que são as guardiãs desse saber, são resultado da tradição passada por várias gerações. A interação com o mercado influenciou mudanças no formato e no tamanho das panelas, como também na psicofera e tecnofera local, mas, o modo tradicional de produção ainda conserva-se.</p> <p>O número oficial de 100 panelas de Goiabeiras pertencem à APG.</p>		

	<p>Por iniciativa do poder público local, a associação foi criada em 1989 Camiletti (2007) relata que as paneleiras foram aderindo à APG a partir da mobilização em torno da necessidade de criação de um novo galpão de produção e, também, da perspectiva de perda do acesso à matéria-prima pela decisão do Governo do Estado de construir uma Estação de Tratamento de Esgoto no local onde se encontra a jazida de extração do barro. (Camiletti, 2007)</p> <p>Relatos de corrupção e favorecimento de certos grupos, e vários outros tipos de acusações entre os associados são comuns. Apesar dos problemas de gestão e representatividade nas tomadas de decisão, a APG é vital no que se refere à representação dos interesses das paneleiras junto ao poder público local. Foi em função da APG que as paneleiras conseguiram, em 1997, a garantia do acesso ao barro. A Associação é responsável também pela obtenção de outros benefícios aos associados como: a facilitação do transporte do barro pela Prefeitura, a doação de madeira para a queima por parte da Companhia Vale do Rio Doce (CVRD), a criação do selo de qualidade por parte da prefeitura de Vitória e o financiamento governamental para a participação em feiras nacionais e internacionais. (Belas, 2012).</p> <p>Apesar das conquistas, de acordo com Camiletti (2007), a avaliação que as paneleiras fazem da própria entidade é bastante dúbia, pois, ainda, que esta tenha se consolidado como o principal canal de negociação junto ao poder público e à iniciativa privada, quando questionadas sobre a associação poucas artesãs se sentiam verdadeiramente representadas.</p>
<p>Singularidade e Reconhecimento</p>	<p>A fabricação artesanal de panelas de barro é o ofício das paneleiras de Goiabeiras, uma atividade predominantemente feminina e familiar. A matéria-prima para a confecção das panelas de barro, a argila, é extraída de uma jazida, localizada no Vale do Mulembá, de boa plasticidade e bastante arenosa, confere à peça maior resistência ao calor e ao impacto; maior resistência a altas temperaturas e a conservação do calor mesmo após a retirada do fogo; e a casca da planta mangue vermelho, coletada no manguezal, com a qual se faz a tintura de tanino - são feitos a partir de espécies vegetais encontradas na região. (IPHAN, 2010)</p>
<p>Motivação da IG</p>	<p>Preservação cultural, tradição, produção histórica, desenvolvimento local e social, preservação ambiental.</p>
<p>Território Georreferenciado</p>	<p>Anteriormente, as Paneleiras trabalhavam individualmente em suas próprias casas. Atualmente, mais organizadas, estão agrupadas na Associação das Paneleiras de Goiabeiras. Criou-se um galpão onde cada paneleira, independentemente, produz e comercializa suas próprias peças. Sob o aspecto econômico, a renda aumentou, pois, o preço das panelas aumentou, bem como a venda, devido o crescente número de turistas interessados em adquirir as peças (inclusive como peça de artesanato). (Camiletti, 2007)</p> <p>Os maiores impactos no que diz respeito ao desenvolvimento local se referem ao turismo e à gastronomia (Venda das panelas para os restaurantes da região). No futuro a associação pretende instalar seu restaurante próprio, de pratos típicos capixabas. Ademais, houve</p>

	uma Inclusão social – homens na produção, inclusive de idosos, uma vez que, pela legislação, crianças – jovens que tradicionalmente, desde cedo aprendiam o ofício com suas mães, não podem trabalhar.
Outras Certificações ou Reconhecimentos	Em 2002, o IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – inscreveu o Ofício das Panelas de Goiabeiras no Livro de Registro dos Saberes, reconhecendo essa atividade tradicional como Patrimônio Cultural Imaterial do Brasil. O Artesanato Solidário/ArteSol se junta ao IPHAN no projeto de salvaguarda desse bem.
Apoios e Incentivos Institucionais	SEBRAE; IPHAN; Secretaria de Cultura do Estado; Secretaria de Turismo; Central Artesol, a Secretaria Municipal de Meio Ambiente, , Fórum de Origem Capixaba; Companhia Vale do Rio Doce (CVRD), IBAMA e UFES.
Referências	Belas, 2012; Camiletti,2007; www.iphan.gov.br:portal.iphan.gov.br/uploads/.../PatImDos_PanelasGoiabeiras_m.pdf .
Observações	Os produtos autorizados para a Indicação de Procedência Goiabeiras são compostos pelas panelas dos tipos: Moquequeira ou Frigideira, a Panela de Arroz ou Pirão, o Caldeirão, a Assadeira onde é assada e servida à típica torta capixaba, e as Panelas de Caldo.

FICHA TERRITORIAL 11: DIVINA PASTORA

DIVINA PASTORA			
Dados de Identificação	Número	Espécie	Produto / Serviço
	IG201107	IP	Renda de agulha em lacê
	Depósito do Pedido	Publicação da Concessão do Pedido	Duração do Processo no INPI
	22/09/2011	26/12/2012	461 dias (1 ano, 3 meses e 6 dias)
	Requerente	Associação para o Desenvolvimento da Renda Irlandesa de Divina Pastora	
	Site Internet	Sem Informações	
	Endereço	Praça Getúlio Vargas 125, Divina Pastora/SE CEP 49650-300 Tel: (79) 3271-1306/ 8122-0174 - Elizabete Raimundo dos Santos	
Território e Produção	Início da Produção	Ciclos Geracionais	Área do Território
	Início Séc. XIX	8 (oito)	92 Km ²
	Tamanho das Propriedades / Volume das produções	Produção artesanal, individual em pequena escala.	
	Quantidade de produtores	180 artesãs associadas	
	Tipo de Produção	Familiar, associativa, e tradicional	
História	<p>A renda irlandesa, por influência da renda italiana ou veneziana, ganhou contorno próprio, com o estímulo da produção deste tipo de artesanato nos conventos irlandeses, na tentativa para evitar o desaparecimento da renda com o surgimento da revolução industrial, a partir de 1872.</p> <p>Descrita em livro do século XIX, é introduzida em Divina Pastora, por volta do início do século XX, por Ana Rolemberg, integrante da alta aristocracia. Os Rolembergs constituíam uma família de senhores de engenho, com destaque na vida política e muitas fazendas espalhadas por todo o vale.</p> <p>Abolida a escravidão, os homens e mulheres livres ainda viviam à sombra dos antigos senhores, que cederam terra para o plantio. É nesse ambiente que a renda irlandesa é introduzida na cidade, envolvendo senhoras da aristocracia local e pessoas humildes relacionadas a elas. Assim, a técnica foi difundida entre todas as mulheres da cidade, ganhando uma feição própria.</p>		
Singularidade e Reconhecimento	<p>A renda irlandesa confeccionada pelas rendeiras de Divina Pastora é classificada como do tipo “renda de agulha”. É uma renda singular, de grande beleza, ressaltada pela textura e brilho. Os desenhos com relevos que se combinam de modo especial geram uma renda original e sofisticada.</p> <p>Apresenta características específicas, pelo uso do tipo cordão sedoso achatado, conhecido como lacê, através de pontos adaptados ou criados pelas artesãs. São listados diversos pontos, os quais são nomeados com formas análogas a animais e vegetais, como exemplo o pé-de-galinha, a aranhinha e o abacaxi.</p>		

	A agulha é o instrumento básico usado pelas hábeis mãos das rendeiras que reinventaram a técnica, transformando cordões e fios de linha na famosa e tradicional renda irlandesa.
Motivação da IG	Preservação cultural e geração de renda para os produtores diretos.
Território Georreferenciado	O ofício, relacionado ao universo feminino, caracterizado como longa continuidade histórica, surgiu como uma alternativa de trabalho. Hoje, a confecção de renda irlandesa constitui a principal atividade de mais de uma centena de artesãs, além de ser uma referência cultural. O artesanato em renda irlandesa é responsável pela ascensão social de muitas mulheres que abandonaram o trabalho na roça para custearem os estudos a partir de sua produção e venda. Atualmente, 80 % da produção é comercializada para outros estados, principalmente Rio de Janeiro e São Paulo.
Outras Certificações ou Reconhecimentos	Sem Informações
Apoios e Incentivos Institucionais	IPHAN, SEBRAE, CAIXA, Ministério da Integração Nacional, BID, Centro Nacional de Folclore e Cultura Popular – CNFCP, Secretaria Municipal de educação e Cultura, Câmara de Vereadores e Conselho Municipal de Cultura de Divina Pastora/SE
Referências	SEBRAE 2014, IPHAN 2012, IPHAN 2014, www.inpi.gov.br
Observações	O modo de fazer a renda irlandesa, tendo como referência as peças produzidas pelas artesãs do município de Divina Pastora/SE, foi incluído no Livro de Registro dos Saberes e reconhecido como Patrimônio Cultural do Brasil pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN).

Nas Fichas Territoriais identifica-se e se analisa o suporte das Instituições de Apoio nos processos de implementação de IG nacionais concedidas até agosto de 2014. Essa análise é feita com base em dados primários coletados no trabalho de campo, bem como em dados secundários disponibilizados em sites governamentais, associações e cooperativas de produtores. A análise permite verificar como as distorções de investimento com recursos públicos, voltados para IG, podem contribuir para a exclusão de territórios e produtores, conforme apresentado no capítulo 3. Diferentemente do que se propaga no discurso oficial, criam-se, conscientemente, “territórios de exclusão”. Todavia, existe, ao mesmo tempo, um lado positivo: essas mesmas instituições têm contribuído para aperfeiçoar um projeto nacional, visando à reestruturação sustentável de determinados sistemas de produção, no interior de sistemas agrários brasileiros enquanto territorialidades.

4.3 ANÁLISE DAS INSTITUIÇÕES DE APOIO NA CONCRETIZAÇÃO DA IG

Nos processos de fortalecimento da IG, para os territórios georreferenciados, assim como no discurso oficial, destacam-se duas justificações, junto ao INPI, reiteradas pelas instituições de apoio⁸⁵.

A primeira justificação pode ser entendida como proteção e preservação de bens patrimoniais culturais e ambientais, com responsabilidade social. Essas alegações de preservação são utilizadas na quase totalidade das IG nacionais, independentemente do perfil dos produtores, em relação à produção e área. Para uma análise crítica, nesta tese, importa o tempo da história sócio-produtiva do produto (patrimônio coletivo, reconhecido legalmente ou não), bem como o tipo de produto (agrícola/agroindustrial, artesanal, ou serviço). Intriga observar, a partir da análise dos estudos de caso, apoiada em dados secundários, que as alegações apresentam distintos significados, conforme cada caso. Isso, de acordo com as trajetórias de produção e as estratégias usadas pelos produtores para inserção e consolidação dos seus produtos no mercado (ALLAIRE *et al.* 2005; AUDIER 2008; GIUNCHETTI, 2008; MARIE-VIVIEN, 2010; REBOUÇAS, 2012).

Cabe questionar o papel desempenhado pelas instituições de apoio nos processos de outorga de IG? Com base nessas informações, analisa-se criticamente a influência dessas parcerias na conformação dos projetos de IG e no desenho do sistema de proteção. Analisam-se também os limites entre a associação desse sistema e as IG reconhecidas como bens socioculturais, ambientalmente corretos e mercados. Pode-se perguntar: quais são as reais possibilidades do uso da propriedade intelectual, especificamente da IG como instrumento facilitador no que diz respeito às restrições sociais, ambientais, etnoculturais, e outras barreiras não tarifárias, no ganho de vantagens competitivas no crescente mercado na aquisição desse tipo de bens, considerando sua dimensão comercial?

As respostas a essas questões representam o posicionamento, a participação e o empenho em relação ao processo de outorga das IG, especialmente por parte das instituições de apoio. Uma análise sobre o grau de participação, e os motivos declarados por essas instituições, tornam-se indispensáveis para se compreender, não o que representa a IG, mas, sim, como e para que ela

⁸⁵ Conforme consta no apêndice, encontra-se, além do INPI, em diferentes instituições governamentais, um discurso assemelhado que demonstra a importância e os aspectos positivos da IG. Por exemplo, no Departamento de Propriedade Intelectual e Tecnologia da Agropecuária (DEPTA) do Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento (MAPA); Embrapa; Sebrae; e outros institutos que tratam de temas relacionados à IG e às políticas de incentivo correlatas.

é implementada pelo governo – via instituições de apoio. Isso, tanto para os produtores quanto para o consumidor final. Contudo, é preciso ter o cuidado de não se generalizar. Cada território e seus respectivos produtos e produtores georreferenciados são tipos diferentes; como tais, devem ser entendidos enquanto representação de grupos classificados por semelhança.

Primeiramente, é necessário entender o processo de reconhecimento como atribuição contínua, por parte de diversas instituições, especialmente as três mais ativas, de âmbito nacional, e com expressivo aporte de recursos técnicos e financeiros: o Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA), a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) e o Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). Daí, o apoio dessas instituições antecede o reconhecimento da IG, perpassando-o. Como afirmou o presidente da Aproarroz, Sr. Clóvis Terra⁸⁶: (...) “o mais importante não é o selo, mas, sim, o que se faz social e mercadologicamente com ele”.

A segunda justificação pode ser encontrada na quase totalidade do discurso oficial. Através dele, propaga-se que o registro valoriza e protege produtos e serviços, reconhecidos nas escalas local, nacional, ou mundial, como parte de um projeto mais amplo, objetivo e, portanto, operacional de desenvolvimento local. Cabe uma importante observação: no discurso oficial, não raro, o reconhecimento via IG é denominado certificação – conforme diversos anexos das Fichas Territoriais, de diferentes instituições de apoio governamental. A IG é propagada, por algumas instituições de apoio, especialmente aquelas que possuem atribuições ou competências normativas, como a garantia da inserção do produtor de base familiar na lógica adversa dos mercados segmentados – “valorização da agricultura familiar”.

Assim, permite-se, concomitantemente, o enredamento (integração em rede) de pequenas unidades produtivas no mercado global e o enraizamento do homem do campo à sua região – **definida, nesta tese, como território georreferenciado** – visando à diminuição do êxodo rural. Mas, como se demonstra nesta sessão, o Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA) e a Empresa Brasileira de Pesquisa de Agricultura (Embrapa) – vinculada àquele – juntos, perdem em participação no apoio às solicitações de reconhecimentos de territórios georreferenciados para o Sebrae. Em síntese, no discurso oficial, a IG representa um reforço

⁸⁶ Em entrevista dada à autora em 22 de Agosto. “II Seminário Internacional de Indicações Geográficas”. Ceará. (2012).

ao processo de desenvolvimento local. Vale destacar que esse ponto do discurso segue a linha de pensamento do discurso oficial de instituições internacionais como, por exemplo, o INAO, na França.

Pergunta-se: quais os determinantes e os limites para que a IG possa ser usada dentro de uma lógica de organização sócio-produtiva, com apoio de parceiros institucionais governamentais, que legitima a técnica (o saber-fazer), com sua riqueza histórica e identitária? A IG estimula, de fato, a capacidade de articulação político-territorial dos produtores? Promove as potencialidades locais (multifuncionalidade) ? Consolida os sistemas de produção e de atividades, e, por extensão, os sistemas agrários? Contribui para valorizar os produtos territoriais georreferenciados? Quais as possibilidades plausíveis de se utilizar a IG como instrumento de um projeto nacional visando à reestruturação sustentável dos sistemas agrários brasileiros enquanto territorialidades?

Observa-se que, especialmente nas últimas décadas, novos parâmetros de qualidade; de preservação socioambiental; e preocupação etnocultural (valorização da tradição e origem da produção) vêm sendo incorporados, especialmente, a produtos de origem agroindustrial e artesanal. Cresce vertiginosamente o denominado consumo consciente. A busca por produtos orgânicos e o comércio solidário já são uma realidade mercadológica. A IG também representa essa diferenciação ao chancelar num produto ou serviço uma qualidade superior associada à reputação de certa característica, fruto da interação do homem e do território georreferenciado. O Brasil, por meio das instituições de apoio, governamentais ou não, envereda na organização e mobilização dos atores sociais nos territórios já reconhecidos com IG, ou com potencialidades do reconhecimento. Já se pode contar com um número expressivo de instituições de apoio que oferecem suporte e assessoramento técnico e financeiro aos produtores, desde a elaboração da documentação necessária às solicitações da IG à consolidação dos produtos e serviços georreferenciados.

A tipologia (capítulo 5) demonstra que, independentemente do tipo de IG, há uma participação ativa de instituições da administração pública federal direta e indireta, com destaque para o MAPA, Embrapa, Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS). Inclui-se aí o Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) que, em conjunto, executa o Programa de Fomento às Atividades Produtivas Rurais e também de Assistência Técnica e Extensão Rural (ATER), por meio da transferência direta de recursos financeiros às

famílias e da disponibilização de prestação de serviços. E ainda as instituições de fomento, como as fundações estaduais de amparo à pesquisa, e as Instituições de Ensino Superior (IES) autárquicas federais.

Na administração pública estadual, direta e indireta, alguns casos específicos emblemáticos são também considerados nesta tese. Por exemplo, a Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (Emater) do governo de Minas Gerais, a propósito da IG do Queijo Minas nas Regiões do Serro, e da Serra da Canastra; e a lei inconstitucional do Estado de Santa Catarina sobre demarcações geográficas estaduais.

4.3.1 Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA)

No *link* sobre programas desenvolvidos pelo MAPA, disponível no site oficial, sobre IG, lê-se:

“O Ministério da Agricultura conta com orçamento próprio para incentivar a valorização dos produtos agropecuários através da utilização de signos distintivos. Dentro do programa de Desenvolvimento do Sistema de Propriedade Intelectual, são alocados recursos para incrementar as atividades para ampliar a lista de produtos protegidos por indicação geográfica no Brasil e em outros mercados de interesse. O ministério oferta cursos, seminários, reuniões e workshops; distribui material de divulgação; mapeia os produtos com potencial de identificação e promove parcerias institucionais. A criação da Coordenação de Incentivo à Indicação Geográfica, vinculada à Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo, objetiva a organização do setor produtivo para subsidiar e auxiliar no registro e reconhecimento das indicações geográficas dos produtos do agronegócio brasileiro”. (MAPA, 2015c)⁸⁷

Apesar do que muitos autores alegam, especialmente em pesquisas que tratam de Indicações Geográficas (alguns deles são citados ao longo desta tese), e que muito contribuíram para a formação de ideias aqui mencionadas, equivocam-se ao alegar que somente o MAPA tem previsão legal, no ordenamento jurídico para tratar sobre as Indicações Geográficas. O caso IG para a cachaça, por exemplo, prova que isso não condiz com a realidade normativa brasileira. Até mesmo porque não se deve esquecer que o MAPA deveria tratar somente da agricultura. Um dos mais antigos ministérios da república, o Ministério da Agricultura (MA) vem sendo sistematicamente objeto de pressões e lobies poderosos que visam à sua reestruturação, a começar pelo nome. O que era MA virou MAPA, para atender à chamada

⁸⁷ <http://www.agricultura.gov.br/desenvolvimento-sustentavel/indicacao-geografica/programas>

“bancada do boi”, no Congresso Nacional. O problema é que esse arranjo político confunde a inteligência brasileira, pois o termo agricultura (cultura do agro, ou seja, do solo) já inclui todas as lavouras, a pecuária, o extrativismo e a transformação dos produtos no interior das propriedades rurais. Como se isso não bastasse, veja-se o seguinte exemplo: o Decreto Legislativo 4.062/01, explanado no capítulo 3, que trata da denominação “cachaça”, outorgou poderes tanto ao MAPA, quanto ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDICE), para criar e aprovar o regulamento de uso da IG, conforme descrito abaixo:

Art. 4o – A Câmara de Comércio Exterior aprovará o Regulamento de Uso das Indicações Geográficas previstas neste Decreto de acordo com critérios técnicos definidos pelos Ministérios do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior e da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, no âmbito de suas respectivas competências. (BRASIL, 2001).

É competência do MDICE, entre outras, tratar da propriedade intelectual. Foi nesse sentido, e dentro das respectivas competências do MDCIE e do MAPA, que o Decreto supracitado outorgou poderes a esses ministérios para aprovar e registrar o Regulamento de Uso da Denominação de Origem (DO) “cachaça”.

O MAPA outorgou poderes à Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo (SDC)⁸⁸, órgão específico singular e diretamente subordinado, atribuindo a esse, conforme art 1, inc II, alínea “e”, a missão de: “planejar, fomentar, coordenar, supervisionar e avaliar as atividades e programas e ações referentes a IG de produtos agropecuários”. No MAPA, o suporte técnico aos processos de obtenção de registro de IG cabe à Coordenação de Incentivo à Indicação Geográfica de Produtos Agropecuários (CIG), do Departamento de Propriedade Intelectual e Tecnologia da Agropecuária (DEPTA), da Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo (SDC).

A SDC possui vários departamentos. Nesta tese, importa considerar o Departamento de Propriedade Intelectual e Tecnologia Agropecuária (DEPTA). A SDC atribui ao DEPTA, em seu art 24, inc. V, a competência de: “coordenar as atividades relativas á identificação geográfica e denominação de origem de produtos agropecuários”. O DEPTA, por sua vez, atribui competência à Coordenação de Incentivo à Indicação Geográfica de Produtos

⁸⁸ Portaria 85, publicada no Diário da União, em 10 de abril de 2006 cria a SDC.

Agropecuários (CIG). A atuação do MAPA, no que se refere à prática da IG, foi oficializada por meio da criação da CIG. Dessa forma, o MAPA passou a ser a instância superior e central, tratando-se de órgão governamental, sobre a questão IG.

Nos Estados e no Distrito Federal, os trabalhos da CIG são conduzidos por técnicos e por Fiscais Federais Agropecuários das Superintendências Federais de Agricultura (SFA). Mais especificamente, pelo Serviço de Política e Desenvolvimento Agropecuário (Sepdag). Conforme site oficial governamental⁸⁹:

O objetivo da concessão de IG apoiada pelo MAPA é o desenvolvimento sustentável, via agregação de valor aos produtos agropecuários, ressaltando as diferenças e identidades culturais próprias, organizando as cadeias produtivas e assegurando inocuidade e qualidade aos produtos (BRASIL, MAPA, 2015b).

Importa conhecer a estrutura hierárquica do MAPA. Sendo a IG um tipo de propriedade intelectual, como tal, ela é regida por lei e normas legais. Isso implica que se deve conhecer também, mesmo minimamente, a legislação e as normas que regem a IG. Esse é o ponto de partida para o ensaio crítico pretendido nesta tese, particularmente em relação à atuação do MAPA e da Embrapa, empresa pública vinculada a esse ministério.

Importa também que não se cometam novos erros, muitos comuns, especialmente em trabalhos acadêmicos de mestrados e teses sobre IG. Ainda que se considere o ministério como executor de um conjunto de competências e atribuições, elas são distribuídas no âmbito da sua estrutura hierárquica, onde se encontram: órgãos de assessoramento; órgãos singulares (a exemplo das Secretárias); e órgãos descentralizados (como a Embrapa). Deve-se ter cuidado ao se analisarem as ações do MAPA ou da Embrapa, instituições diferentes, apesar da subordinação legal.

Deve-se atentar para a estrutura especializada do MAPA em relação ao caso específico das IG. Considera-se a estrutura como parte de um projeto executivo nacional de desenvolvimento territorial (nesta tese, também denominado desenvolvimento local). Autores, a exemplo de Belas (2012), citam o MAPA e suas diversas competências e atribuições de uma forma

⁸⁹ Disponível em:

http://www.agricultura.gov.br/arq_editor/file/Desenvolvimento_Sustentavel/Produ%C3%A7%C3%A3o%20Integrada/Guia_indicacao_geografica.pdf

generalizada, visualizando apenas o núcleo ministerial. Vista assim, a análise dificulta a compreensão das atribuições da Embrapa, no caso das IG. A lógica normativa-operacional, criada para regulamentar a competência e as atribuições destinadas ao tema IG, da CIG, acaba passando despercebida. Embora no âmbito do MAPA, as competências são particularizadas, como se pode observar no artigo 28, transcrito na íntegra, a seguir:

À Coordenação de Incentivo à Indicação Geográfica de Produtos Agropecuários (CIG/DEPTA) compete:

I - promover mecanismos de interação com o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), bem como com outros setores de interesse, quanto ao reconhecimento de Indicação Geográfica (IG) de produtos agropecuários, especialmente para:

- a) desenvolvimento de estudos subsidiários e de instrumentos de parcerias, inclusive no que se refere aos aspectos de regulamentação;
- b) suporte técnico aos processos de concessão, manutenção, cancelamento ou anulação de certificado, em matérias específicas;
- c) reconhecimento internacional da IG de produtos agropecuários do País; e
- d) programação e implementação de ações de desenvolvimento e fortalecimento dos procedimentos relativos à IG;

II - implantar e manter banco de dados relativos aos estabelecimentos, associações, cooperativas e instituições que tratam de IG;

III - implementar e orientar, em articulação com as unidades organizacionais dos órgãos, unidades descentralizadas e entidades vinculadas do Ministério:

- a) estudos de padrões para melhoria de qualidade dos produtos agropecuários para fins de reconhecimento como IG, bem como promover a excelência da região produtora;
- b) acompanhamento dos produtos agropecuários com IG reconhecida, para a manutenção dos específicos padrões de qualidade e tipificação;
- c) capacitação e treinamento de agentes multiplicadores e estímulo dos procedimentos relacionados à IG de produtos agropecuários junto aos produtores rurais e consumidores;
- d) elaboração e produção de material técnico-informativo para disseminação de informações sobre produtos agropecuários protegidos com IG;
- e) credenciamento e controle do funcionamento das entidades certificadoras de produtos agropecuários protegidos como IG; e
- f) elaboração do zoneamento de produtos agropecuários protegidos como IG;

IV - identificar os parâmetros técnicos para as negociações bilaterais e regionais em matéria de IG de produtos agropecuários, em articulação com as unidades organizacionais da Secretaria de Relações Internacionais do Agronegócio, do MAPA, e também dos demais órgãos federais competentes;

e

V - promover a organização e orientação de produtores para proteção de produtos de origem agropecuária como Indicação Geográfica.

(BRASIL 2006. Portaria MAPA n.85 de 10/04/2006. Disponível in: <http://www.agricultura.gov.br/desenvolvimento-sustentavel/indicacao-geografica>).

Uma vez conhecida a estrutura especializada do MAPA, pode-se vislumbrar e até analisar criticamente como se criou, no âmbito da CIG, uma norma elaborada e com passos bem definidos para alavancar as IG no Brasil.

A análise do texto acima transcrito deixa clara a recomendação para que se integrem as ações dos órgãos governamentais, especialmente a CIG e o INPI, bem como com outros setores de interesse (art 28, inc I). Daí cria-se um banco de dados relativos aos estabelecimentos, associações, cooperativas e instituições que tratam de IG (art 28, inc II). Isso facilita o aperfeiçoamento da gestão. A disponibilidade de dados catalogados facilita a consulta, a troca de informações e experiências, e o controle. Em terceiro lugar, destacam-se as ações de orientação, implementação e manutenção das IG. A orientação e a implementação fundamentam-se nas alíneas “a” até “c”, e a manutenção alíneas “d” até “f” (art 28, inc III). Por último, recomenda-se promover negociações bilaterais e regionais em matéria de IG de produtos agropecuários (art 28, inc IV).

Nesse quarto inciso, importa notar que a escala local – o território georreferenciado – e seus impactos locais (aumento de renda dos titulares da IG; geração de emprego, inclusive por meio da multifuncionalidade operacionalizada pela IG; inovações tecnológicas; preservação ambiental, sociocultural, entre outros impactos), evolui para uma escala nacional, de âmbito ministerial. Por exemplo, parte-se de uma visão estratégica voltada para a operacionalização das políticas públicas nacionais, de desenvolvimento territorial – atribuição legal do MAPA.

Quanto aos possíveis impactos positivos da IG, no seu respectivo território georreferenciado, pode-se perceber: a) que a IG não constitui um benefício exclusivo de produtores, em territórios isolados; b) que os seus impactos positivos podem abranger uma dimensão de âmbito nacional, não só pela preservação e proteção dos aspectos ambientais e socioculturais – interesse nacional, mas, também pelo fortalecimento da balança comercial, por exemplo, a IG Vale do Vale dos Vinhedos – única IG nacional reconhecida internacionalmente.

Além disso, podem-se perceber impactos positivos da IG em escala internacional. No âmbito de um projeto nacional-desenvolvimentista, como premissa de uma política externa, a IG pode ser utilizada como instrumento facilitador na abertura de novos mercados, seja pelo ganho de nichos específicos, ou pela quebra de barreiras não tarifárias, aproximando o Brasil

de outros países e blocos. Ainda quanto à política externa, essa aproximação, inicialmente comercial, pode implicar novos debates e ganhos de outros benefícios, por exemplo: trocas de conhecimentos técnicos, acordos de cooperação mútua para a pesquisa nas áreas de agricultura, saúde e outras.

Conforme se verifica no seu site oficial⁹⁰, o MAPA apoia dois tipos de projetos para IG, por meio de convênio ou termo de cooperação.

O primeiro tipo trata do apoio a potenciais IG, por meio dos “Projetos de organização de cadeias produtivas regionais para uso dos Signos Distintivos – Indicações Geográficas ou Marca coletiva”. Esse apoio, que é sobretudo técnico, custeia e incentiva:

- a) apoio à realização de levantamentos, estudos, pesquisas e diagnósticos relacionados com as regiões, produtos e cadeias produtivas potenciais para uso de Signos Distintivos - Indicações Geográficas ou Marcas Coletivas. Nesse ponto, fornece assessoria técnica aos produtores, e financiam-se estudos e pesquisas para levantamento histórico, elaboração de regulamentos de uso e sistemas de controle, delimitação de área, caracterização dos produtos e seu vínculo com o território; georreferenciamento; produção e publicação de material informativo e técnico-científico; Plano de marketing; elaboração de documentos cartográficos; testes laboratoriais, etc, enfim, o aparato necessário para a elaboração da documentação aos depósitos das solicitações da IG junto ao INPI;
- b) apoio a projetos de criação de sistemas para gerenciamento da indicação geográfica ou marca coletiva. Nesse ponto, assessora e custeia aspectos considerados mais técnicos, da área da geografia física como o georreferenciamento; produção de manuais, guias, check-lists, mapas e outros materiais de gerenciamento e comunicação; criação de softwares e base de dados; contratação de consultoria técnica especializada, etc;
- c) apoio à realização de eventos técnicos e promoção de cursos de formação, sensibilização ou capacitação. Nesse ponto, destaca-se o suporte e o custeio de cursos presenciais e à distância sobre “Propriedade Intelectual” e “Inovação no Agronegócio”, simpósios, seminários, workshops, reuniões técnicas, Dias de Campo e outros eventos similares: hora técnica de instrutor/palestra, etc.

No segundo tipo encontram-se os projetos para IG já registradas. São os “Projetos de promoção de produtos e regiões de Indicação Geográfica ou Marcas Coletivas”. São os seguintes os apoios oferecidos pelo MAPA:

⁹⁰ Mais informações disponíveis em:

<http://www.agricultura.gov.br/desenvolvimento-sustentavel/indicacao-geografica/apoio-projetos>.

- a) apoio à participação em eventos técnicos, feiras e exposições. Nesse ponto, destaca-se a assessoria e custeio para confecção de material de comunicação como banners, folders, cartazes e painéis; serviços de tradução; diárias de colaboradores, etc.
- b) Apoio à criação e publicação de materiais técnicos e promocionais. Nesse ponto, resalta-se contratação de consultoria especializada criação de manuais, cartilhas, livros, guias, mapas, cartazes, banners, livretos e folders; impressão de materiais de comunicação e promoção, dentre outros.

Por meio do Decreto nº 5741⁹¹, de 30 de março de 2006, o MAPA assumiu o papel de assegurar a sanidade agropecuária, a qualidade, a origem e a identidade dos produtos e insumos agropecuários. O objetivo é contribuir para assegurar, no âmbito dos territórios protegidos por IG, práticas agrícolas com maior segurança alimentar. Contudo, como afirma Couto (2014), os produtores menos tecnificados e menos equipados apresentam, em geral, muitas dificuldades para atender às normas sanitárias estabelecidas pelo ministério, sendo frequentes os conflitos em torno do tema. Esses conflitos exacerbam particularmente no caso dos produtos de origem animal. Contraditoriamente, o discurso da IG não deixa de “valorizar” aspectos como tradição, notoriedade, etc., mas infelizmente acabam sendo destruídos por inovações exógenas, não raro exigidas pela burocracia da vez. (COUTO, 2014).

Nessa mesma direção, Dufumier (2013), referindo-se aos pequenos produtores da América Latina, afirma ser impossível “poupar e investir na sua unidade de produção, a menos que se decida protegê-los do chamado ‘livre’ comércio, que não é nada mais do que a concorrência entre produtores desigualmente equipados.” (DUFUMIER, 2013, p.51 in COUTO et al. 2013).

Caso emblemático desse tipo de conflito entre normas sanitárias e IG pode ser visualizado na produção e comercialização do Queijo Minas nas regiões do Serro, e da Serra da Canastra. Belas (2012) destaca que somente através da concessão do título de patrimônio cultural imaterial ao Modo Artesanal de Fazer Queijo Minas nas Regiões do Serro, da Serra da Canastra, pelo IPHAN, em 2008, foi possível viabilizar a comercialização fora das fronteiras do Estado, nos anos seguintes à concessão da IG para esses produtos, respectivamente em 2011, e 2012.

⁹¹ Decreto nº 5741/ 2006 define a organização do Sistema Unificado de Atenção à Sanidade Agropecuária-SUASA

O MAPA, com base na Resolução n.7 de 28.11.2000⁹² baseada na Portaria Ministerial n°.574, de 8 de dezembro de 1998, sustentada no Decreto n°. 30.691, de 29 de março de 1952, restringia a comercialização apenas aos queijos produzidos com o uso de leite termicamente tratado. No caso do uso de leite cru, o período de maturação deveria ser superior a 60 dias, ocorrendo em entreposto de laticínio registrado no Serviço de Inspeção Federal (SIF).

A produção do queijo do Serro e da Serra da Canastra encontrava-se ameaçada por pressões sanitárias, exclusivamente sanitaristas, em meio a uma crise de extrema gravidade, movida pela tensão entre a pretensa “saúde pública” e as práticas artesanais tradicionais de produção queijeira. Sousa (2006) aponta como essa norma sanitária privilegiava a pasteurização em detrimento dos processos de produção artesanais. Pois a aplicação da Resolução e das portarias ministeriais 146/96-MA e 368/97-MA, relativas a requisitos sanitários mínimos para instalações, equipamentos e utensílios, bem assim às chamadas “boas práticas” de fabricação e às especificações microbiológicas para queijos de maturação inferior a 60 dias, significava, na prática, a interdição da atividade artesanal pelos órgãos de controle sanitário.

A realidade da adequação da comercialização às normas sanitárias havia-se tornado um notório comércio ilegal. Os queijos tipo Minas, nas regiões do Serro, e da Serra da Canastra, podiam ser facilmente consumidos, por exemplo, no Mercado Municipal da Grande São Paulo. Junte-se a isso, uma potencial desvalorização do produto, pelo consumidor final, por não se sentir confortável em relação à “segurança alimentar” da produção artesanal de queijos com leite cru.

Numa tentativa de salvaguardar e valorizar a comercialização dos queijos artesanais produzidos com o uso de leite cru, o governo do Estado de Minas Gerais promulgou a Lei Estadual n° 14.185, em 31 de janeiro de 2002. Naquele mesmo ano foram promulgadas as Portarias n.517; n.518; e n.523. Segundo essa lei, seria legal a comercialização dos queijos artesanais produzidos com o uso de leite cru no Estado de Minas Gerais, desde que respeitadas normas específicas de higiene a serem fiscalizadas pelo Instituto Mineiro de Agropecuária (IMA). Como a lei estadual entrava em conflito com a lei federal, ela foi

⁹²Estabelece critérios de funcionamento e de controle da produção de queijarias, para seu relacionamento junto ao Serviço de Inspeção Federal (SIF).

suprimida do ordenamento legal⁹³. Produtores e governo local implementaram ações junto ao IPHAN que resultaram na concessão, por esse instituto de patrimônio, do título de patrimônio cultural imaterial ao Modo Artesanal de Fazer Queijo Minas nas Regiões do Serro, da Serra da Canastra.

Na esteira de uma intensa mobilização da comunidade, do poder público local, de produtores tradicionais, de estudiosos da temática, dos segmentos envolvidos na cadeia do queijo e da Cooperativa de Produtores, buscou-se mudar o eixo da discussão da crise, antes centrada nos aspectos exclusivamente sanitários, para assentá-la na relação entre cultura e tecnologia. Propôs-se o tratamento da temática do queijo no campo cultural, papel desempenhado pelo IPHAN, sem prejuízo da perspectiva do controle da “qualidade” – termo que não deixa de ser controverso. Aqui, o que se discute é a seguinte questão: quais são os interesses que estão por trás das inovações exógenas?

O reconhecimento como patrimônio para esses produtos mineiros influenciou a decisão do MAPA de reconsiderar a legislação vigente em dois sentidos: No primeiro, essa alteração normativa possibilitou a comercialização fora das fronteiras do Estado, na medida em que ocorreu a redução no prazo de maturação dos queijos artesanais produzidos a partir de leite cru. No segundo, como o tombamento da receita incluiu um plano de desenvolvimento local ou regional para a inclusão da comunidade⁹⁴ (MENEZES, 2009), observaram-se, por parte dos titulares desse patrimônio, ações na promoção de uma IG também junto ao INPI, para o reconhecimento desses produtos.

Dessa forma, percebe-se a importância do reconhecimento das entidades governamentais específicas, como MAPA, IPHAN, e INPI, do saber-fazer local, e dos produtos de um *terroir*. No caso analisado, trata-se de um produto agropecuário, mas como já descrito, no Brasil, artesanato e serviço, também são passíveis de proteção por IG – no intuito de resgatar, preservar e valorizar saberes e práticas tradicionais relacionadas à identidade de produtores de um dado território. A IG não pode ser simplificada, como bem delineia Bérard & Marchenay (2006), como instrumento exclusivo de modernização e qualificação da produção. Embora isso aconteça em alguns territórios reconhecidos, como o Vale do Submédio do São

⁹³ Eventuais conflitos entre essas normas são resolvidos de acordo com a competência do ente federado para o tratamento da matéria, e não pelo critério hierárquico. (CRFB, 1988).

⁹⁴ MENESES, José Newton (dezembro de 2009). Modos de fazer e a materialidade da cultura imaterial: o caso do queijo artesanal de Minas Gerais

Francisco, e suas mangas e uvas, recentes e altamente tecnificadas, por exemplo. Nesse ponto, é discutível associar recentidade, tradição e reconhecimento.

A Instrução Normativa n.30, de 07 de agosto de 2013⁹⁵, do MAPA, que atualmente vigora sobre os queijos artesanais, e que substituiu Instrução Normativa n. 57, de dezembro de 2011⁹⁶, demonstra como as normas ministeriais adaptaram-se-se, ainda que parcialmente, à realidade da IG, e do que ela representa. Pois manteve a redução do tempo de maturação inferior a 60 (sessenta) dias, e delegou aos órgãos estaduais e municipais competências para atuar na inspeção necessária para definição de um novo período de maturação, conforme art.1, parágrafo 1º:

§ 1º A definição de novo período de maturação dos queijos artesanais será realizada após a avaliação dos estudos pelo órgão estadual e/ou municipal de inspeção industrial e sanitária reconhecidos pelo Sistema Brasileiro de Inspeção de Produtos de Origem Animal – SISBI/POA. (MAPA, 2013).

Essa descentralização de competências e atribuições representa um avanço, pois não somente o processo de comercialização se torna mais célere, como mais seguro para o consumidor final, e, o que é mais importante, possibilita o reconhecimento de outros territórios e seus produtos georreferenciados, como o queijo de Salitre, também em Minas Gerais.

4.3.2 Organizações Não Governamentais (ONG)

Em casos pontuais, a concessão da IG recebeu, de organizações não governamentais (ONG), apoio significativo na formulação, encaminhamento e execução dos projetos de IG. No caso dos queijos artesanais de Minas Gerais, a Associação para Gestão de Projetos de Fortalecimento das Economias Rurais e Desenvolvimento Territorial (Agrifert), representante brasileira da organização francesa *Formation pour l'Epanouissement et le Renouveau de la Terre* (FERT), auxiliou o governo do Estado, na etapa anterior à concessão. A Agrifert e o governo estadual implementaram um sistema de etiquetagem e certificação que assegurava a segurança, a qualidade, e o saber-fazer tradicional da produção do queijo artesanal mineiro, preservando assim, sua tipicidade singular.

⁹⁵ Disponível in: <https://comissaotecnicadealimentos.files.wordpress.com/2013/08/in-30-2013.pdf>.

⁹⁶ IN 57/ 2001 delinea: § 1º A definição de novo período de maturação dos queijos artesanais será realizada por ato normativo específico, após a avaliação dos estudos por comitê técnico-científico designado pelo Ministério da Agricultura, Pecuária, e Abastecimento. (MAPA, 2011).

Sousa (2006) reconhece que a atuação da Agrifert foi fundamental na prestação de serviços de assistência técnica, organização de produtores, introdução de boas práticas, e modernização da cadeia produtiva do queijo artesanal mineiro. Essa ONG atuou em parceria com o governo do Estado de Minas Gerais. Desenvolveu o “Programa de Melhoria da Qualidade dos Queijos Tradicionais de Fabricação Artesanal de Minas Gerais”, incluído na Cooperação Técnica França/Brasil/Secretaria de Estado da Agricultura, Pecuária e Abastecimento de Minas Gerais – SEAPA/Minas Gerais (PCT Fr/Br/Minas Gerais), criado no ano de 2000 Projeto de Melhoria e Apoio aos Queijos Tradicionais de fabricação Artesanal de Minas Gerais. Esse programa de cooperação, coordenado pela Secretaria de Estado de Agricultura, Pecuária e Abastecimento de Minas Gerais (SEAPA), em articulação com outras entidades representativas de produtores e instituições técnico-científicas, viabilizaram o projeto de solicitação da IG Serro e Canastra, e seu posterior reconhecimento pelo INPI.

Destaca-se também a atuação da ONG “SAVE Brasil”, ao reconhecer a importância da Indicação de Procedência (IP) do Pampa Gaúcho, para preservação do meio ambiente. No site da Sociedade Nacional de Agricultura (SNA)⁹⁷ lê-se:

Um grande reconhecimento da Indicação de Procedência Pampa Gaúcho da Campanha Meridional foi dado pela *BirdLife International*, por meio da SAVE Brasil, dentro do projeto da Alianza del Pastizal (...) Como o objetivo da Apropampa é a produção de carne de forma sustentável, utilizando os campos nativos da região, a SAVE Brasil e a Alianza del Pastizal iniciaram um trabalho em conjunto para a identificação das práticas produtivas e seu impacto na avifauna local. Foram identificadas, nas áreas utilizadas por associados da Apropampa para produção de gado, mais de duzentas espécies de aves, entre elas cinco ameaçadas de extinção. Isto comprova que a pecuária de corte é uma aliada da conservação do meio ambiente. (SNA, 2015a)

Ainda no Estado de Minas Gerais, ONG Instituto de Manejo e Certificação Florestal e Agrícola (Imaflora)⁹⁸ também desempenhou importante papel ao apoiar a DO do café –

⁹⁷ Mais informações disponíveis in: <http://sna.agr.br/indicacao-geografica-carne-do-pampa-gaicho-da-campanha-meridional/>

⁹⁸ Imaflora é uma ONG de grande porte e expressiva atuação por todo o território brasileiro. Ela desenvolve trabalhos de: Certificação socioambiental, desenvolvimento local, políticas de interesse público (chamadas de consultas), cadeias produtivas, e central de cursos e eventos. Mais informações disponíveis in: <http://www.imaflora.org/>

principal produto do agronegócio estadual – no território georreferenciado Cerrado Mineiro⁹⁹. O apoio às IG, por parte de ONG com expressiva atuação e notoriamente idôneas, tanto para o café do Cerrado, como para a carne do Pampa Gaúcho, assegura a a importância da preservação ambiental, alegada junto ao INPI. Dessa forma, favorece a consolidação das respectivas IG, especialmente em relação ao ganho de vantagem competitiva com base na valorização de atributos socioambientais.

4.3.3 MAPA X MDA: desdobramentos para a IG

Embora o MAPA seja responsável pelo estímulo ao agronegócio de todos os tipos de produtores, ao optar por investir no modelo de agricultura moderna, mecanizada, de maior escala produtiva, tem beneficiado especialmente a categoria de agricultores conhecidos como patronais, de grande e médio porte. De uma forma geral, o Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) é quem assume a responsabilidade de propiciar o desenvolvimento dos pequenos produtores no país, particularmente a categoria definida como agricultura familiar, que conta com uma secretaria própria. É atribuição do MDA a “promoção de processos de gestão, produção, beneficiamento e comercialização das atividades e serviços agropecuários e não agropecuários, inclusive das atividades agroextrativistas, florestais e artesanais”¹⁰⁰. Em uma só palavra, tudo. Cabe aqui questionar sobre a diferença de aporte de recursos técnicos, financeiros e de outras ordens de incentivo que o sistema atual oferece ao uso da IG por parte dos pequenos produtores da agricultura familiar e povos e comunidades tradicionais de uma forma geral.

Por meio da política de ATER, o MDA atende, além de pequenos produtores rurais, aos povos indígenas, remanescentes de quilombos e outros identificados como comunidades tradicionais. Apesar de tais atribuições, ainda que algumas IG tenham contado com o apoio de instituições de ATER, por intermédio da atuação dos governos locais, como foi o caso em Minas Gerais, não se pode afirmar que o MDA mantenha ações voltadas ao incentivo e ao acompanhamento das IG. Ao contrário, os programas específicos do MDA

⁹⁹ A região do Cerrado Mineiro possui cerca de 3,5 mil produtores e uma área de 147 mil hectares, distribuídos por 55 municípios localizados no Alto Paranaíba, Triângulo Mineiro e noroeste de Minas.

¹⁰⁰ Lei n.12.188, de 11/01/2010, que institui a Política Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural para a Agricultura Familiar e Reforma Agrária (Pnater) e o Programa Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural na Agricultura Familiar e na Reforma Agrária (Pronater).

Disponível in <http://www.mda.gov.br/portal/institucional/novaleideater>

para a valorização comercial de produtos da agricultura familiar e do agroextrativismo-sociobiodiversidade, ATER Indígena, e Talentos do Brasil, têm permanecido à margem das discussões sobre IG. Esse ministério dá mais importância às marcas de certificação, em especial o Selo de Identificação dos Produtos da Agricultura Familiar (SIPAF).

No aspecto de desenvolvimento sustentável da agricultura familiar e de comunidades tradicionais que, em alguns casos, conecta-se ao processo e à consolidação de uma IG, vale destacar participação da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa). A Embrapa participa ativamente na elaboração e execução de várias políticas de governo. E, para entender sua participação nos dois aspectos supracitados, é preciso juntar dois campos de sua atuação. No primeiro, incluem-se os Programas Nacionais de que a Embrapa participa. Desses, destacam-se dois programas diretamente relacionados com a agricultura familiar, são eles o: Plano Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica (Planapo), considerado (...)“principal instrumento de execução da Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica (Pnapo), do Governo Federal”; e o Plano Safra da Agricultura Familiar, que (...) “compreende um conjunto de políticas que visam fortalecer a agricultura familiar e a produção sustentável” (EMBRAPA, 2015)¹⁰¹.

Tratando-se de comunidades tradicionais, o tema é tratado no Macroprograma n.6, de Pesquisa e Desenvolvimento¹⁰², definido como um programa de:

Apoio ao Desenvolvimento da Agricultura Familiar e à Sustentabilidade do Meio Rural: tem por objetivo a gestão de uma carteira de projetos voltados para fornecer suporte a iniciativas de desenvolvimento sustentável da agricultura familiar e de comunidades tradicionais, na perspectiva de agregação de valor e, prioritariamente, com abordagem territorial, promovendo a convergência de esforços multi-institucionais e interdisciplinares (EMBRAPA, 2015)¹⁰³

A primeira versão de projeto desta tese foi elaborada em junho de 2011, quando só existiam oito Indicações Geográficas no Brasil. No decorrer da pesquisa, a IG ganhou uma importância estratégica etnocultural, socioambiental, e de desenvolvimento local, robusta e expressiva no

¹⁰¹ Disponível in: <https://www.embrapa.br/programas-de-governo>

¹⁰² Os macroprogramas são mecanismos de organização e indução da carteira de projetos por temas, visando garantir a qualidade técnico-científica e o mérito estratégico da programação. Mais informações disponíveis in:

<https://www.embrapa.br/pesquisa-e-desenvolvimento/macroprogramas>

¹⁰³ <https://www.embrapa.br/pesquisa-e-desenvolvimento/macroprogramas>

cenário nacional. Esse número elevou-se para 38 IG, em agosto de 2014, registradas pelo INPI. Segundo o site oficial do MAPA:

O grande potencial do Brasil para o registro de IG a produtos e serviços agropecuários, motivou o Ministério da Agricultura a realizar um diagnóstico nacional nas cinco regiões. A finalidade é proteger produtos e serviços típicos de determinado local ou região, possibilitando a agregação de valor, a preservação das diferentes tradições e a valorização da cultura local (...). Os produtos agropecuários foram destacados principalmente devido à importância social, cultural e econômica para suas regiões. (MAPA, 2015)¹⁰⁴



Figura 15: produtos agropecuários com potencialidades de reconhecimento de uma IG
Fonte: MAPA

Seguindo uma tendência mundial, no Brasil, são também os produtos agrícolas que mais se destacam entre os produtos georreferenciados. Eles representam, aproximadamente, 61% das ouorgas, conforme a figura 15, acima.

¹⁰⁴ Mais informações disponíveis in: <http://www.agricultura.gov.br/desenvolvimento-sustentavel/indicacao-geografica/produtos-potenciais.>,

4.3.4 Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA)

A Embrapa é definida no site oficial como “uma empresa de inovação tecnológica focada na geração de conhecimento e tecnologia para a agropecuária brasileira”. Sua estrutura de atuação encontra-se geograficamente estruturada em 17 unidades centrais, em Brasília; 46 unidades descentralizadas, distribuídas em todas as regiões do Brasil; quatro Laboratórios Virtuais no Exterior (Labex), nos EUA, Europa, China e Coreia do Sul; e três Escritórios Internacionais na América Latina e África. (EMBRAPA, 2014)¹⁰⁵. A empresa opera nos seis principais biomas do país: Floresta Amazônica, Mata Atlântica, Pantanal, Cerrado, Caatinga e Pampa.

Nas suas atividades concernentes à Pesquisa e Desenvolvimento (P&D), a empresa orienta seu foco para a inovação:

(...) foco em inovação, trabalhamos com uma extensa agenda de temas estratégicos, antecipando cenários e soluções para a agropecuária. A diversidade da agricultura brasileira está refletida em nossa atuação. Agricultura empresarial e familiar; a fronteira do conhecimento e a preservação de práticas ancestrais de comunidades tradicionais brasileiras estão entre as nossas atividades (EMBRAPA, 2014)¹⁰⁶

A Embrapa lidera grande parte das pesquisas agropecuárias brasileiras, além de articular outras instituições nacionais de pesquisa. Seus projetos de pesquisa abrangem todo o território nacional, por intermédio de suas diversas unidades. As Unidades Descentralizadas da Embrapa também desempenham esse papel de coordenação, no âmbito das suas missões. Pode-se citar, como exemplo, a Embrapa Uva Vinho, no Rio Grande do Sul, que segundo Nierdele (2011) teve uma atuação fundamental no incentivo e configuração do projeto IP Vale de Vinhedos. Para além do apoio técnico-científico, como nos aponta Nierdele, aquela unidade foi uma das principais responsáveis pela decisão dos produtores de solicitar uma IG como forma de valorização de seus produtos nos mercados, incluindo a estratégia de solicitar, antes, uma IP, depois, uma DO.

¹⁰⁵ Mais informações disponíveis in: <https://www.embrapa.br/quem-somos>.

¹⁰⁶ Maiores informações disponíveis in: <https://www.embrapa.br/quem-somos>.

Ainda, em termos políticos, foi responsável pela articulação dos produtores com outras instituições parceiras no âmbito local, nacional e internacional. Em termos técnicos, tanto no Vale de Vinhedos quanto em outros projetos apoiados em todo o país, a Embrapa tem adotado a perspectiva de associar os projetos de IG a produtos de “qualidade” superior e à modernização da produção. Dessa forma, tem influenciado os produtores a incluir nos regulamentos de uso das IP e DO novos padrões e normas que substituem processos tradicionais de produção a partir de modelos conceituais específicos de “qualidade” e “eficiência” (NIERDELE, 2011).

Nierdele (2011) destaca que a Embrapa tem dado prioridade a padrões modernos de produção, em contraposição aos modelos tradicionais. Discute ainda o modelo conceitual adotado para obtenção de IG do setor vitivinícola brasileiro. Destaca a forte influência da empresa em relação às estratégias seguidas pelos produtores, ao analisar dois casos específicos: Garibaldi-RS e Vale das Uvas Goethe-SC. Em Garibaldi, município da Serra Gaúcha, a estratégia dos produtores de espumantes de solicitação de uma IG foi inviabilizada, segundo o autor, pelo fato de a Embrapa discordar do uso de uvas provenientes de outra região.

Tratava-se de uma questão unicamente técnica conceitual, pois não havia de fato nenhum impedimento legal tanto para a solicitação de uma IP quanto uma DO, tendo em vista a comprovada reputação e tradição da produção local e mesmo a especificidade da uva utilizada. Entretanto, dado o papel preponderante da Embrapa na articulação dos atores locais, financiamento e desenvolvimento de estudos técnicos necessários à solicitação e à consolidação da IG, não foi possível aos produtores manter o projeto inicial da IG, redirecionado seus anseios à obtenção de uma marca coletiva (NIERDELE & VITROLLES, 2010).

Também no caso do Vale das Uvas Goethe, a Embrapa não apoiou a solicitação da IG em função do paradigma tecnológico que associa uvas de variedades híbridas à produção de vinhos de má qualidade. Nesse caso, apesar da ausência da Embrapa, o projeto da IG seguiu adiante porque os produtores conseguiram o apoio de um grande número de outros parceiros, especialmente diferenciados atores locais, empenhados na revalorização da variedade de uva híbrida Goethe como forma de revitalizar a identidade vitivinícola da região (CERDAN et al., 2009b; NIERDELE, 2011; VELLOSO, 2008).

Esses exemplos mostram que os esforços empreendidos pelo MAPA e Embrapa no incentivo e democratização das IG no país – financiamento, articulação dos atores locais, capacitação dos produtores, difusão do conceito de propriedade intelectual para um público mais amplo – perdem parte da efetividade no que diz respeito ao envolvimento dos pequenos produtores em função do perfil desenvolvimentista dessas instituições. O foco na inovação tecnológica dificulta o diálogo com produtores cujos sistemas de produção envolvem baixos investimentos tecnológicos ou, ainda, tenham como base práticas tradicionais de produção. Não há como negar que historicamente a maioria das ações dessas instituições tem sido pensada para atender às necessidades dos médios e grandes produtores.

Nesta tese destacam-se casos estudados na tipologia em que o selo serve mercadologicamente para melhorar a competitividade, no intuito de penetrar ou aumentar o *market-share* em um mercado diferenciado pela “qualidade, inovação e atributos específicos do produto”. A isso, Chaddad (1995) denomina “*agribusiness* de especialidades”, que atende a nichos específicos de mercado, com uma produção de menor volume e maior valor agregado.

Todavia, com o apoio das instituições aqui referidas, grandes e médios produtores têm acesso a recursos financeiros de grande monta, para a realização ou participação em feiras e seminários, para expor seus produtos. Por outro lado, pequenos produtores, que são os autênticos titulares de um saber-fazer típico da IG em sua essência conceitual (tradição, notoriedade, etc.), padecem de uma exclusão de caráter político ou técnico-financeiro. Assim, acabam perdendo a oportunidade de usufruir dos benefícios que antecedem e sucedem a solicitação de uma IG, conforme demonstra a maioria dos trabalhos acadêmicos consultados (FLORES, 2007; MAFRA, 2008; NIERDELE, 2010; SOUZA 2006 ; VITROLLES, 2011; BELAS, 2012).

4.3.5 Sebrae

Nos demais setores produtivos, o Sebrae é a instituição que mais participa incentivando demandas de IG. As contribuições do chamado “Sistema S” estão previstas no art.149 da Constituição Federal e têm por objetivo financiar atividades para o aperfeiçoamento profissional e a melhoria do bem estar social. Trata-se de uma entidade privada sem fins lucrativos que integra o serviço social autônomo, contando com recursos da contribuição

compulsória de 0,3% e 0,6% calculada sobre o total da folha de salários das empresas. Tem por objetivo promover a competitividade e o desenvolvimento de empreendimentos de micro e pequeno porte. Ações de apoio ao empreendedorismo são desenvolvidas pelas representações da entidade nos Estados, por meio de programas de capacitação, acesso ao crédito e à inovação, estímulo ao associativismo e à participação dos pequenos produtores em feiras e rodadas de negócios.

No que diz respeito à IG, desde 2003, a instituição tem realizado atividades de sensibilização e divulgação, capacitação dos produtores e financiamento de projetos. Essas atividades visam à consolidação dos territórios georreferenciados, bem como à viabilização de estudos para novos registros, com base em novos produtos e serviços¹⁰⁷. Dessa forma, o Sebrae alcançou participação na quase totalidade das IG concedidas, atuando por vezes como instituição parceira, por vezes como principal condutora dos projetos ou, ainda, em ações de consolidação após as concessões. Entre as suas principais atuações, encontram-se IG associadas a pequenos produtores e ao patrimônio cultural brasileiro como as IP: Goiabeiras, Pelotas, Serro e Divina Pastora.

Da totalidade das IG registradas, grande parte delas recebeu apoio do Sebrae. O Sebrae oferece consultoria em 18 localidades que buscam o registro de IG, realizando estudos e diagnósticos, apoiando a demarcação da área e os levantamentos históricos. Todos esses procedimentos são necessários para comprovar o vínculo do produto com o território e com as pessoas que nele habitam. Atualmente, 23 pedidos estão pendentes (Sebrae, 2015).

Apesar de apoiar efetivamente os pequenos produtores nas solicitações de IG, especialmente produtos não-agrícolas, o Sebrae é visto como uma instituição controversa no que se refere à sua atuação junto aos contextos de produção do artesanato de cunho tradicional. Tendo como base o empreendedorismo e a ampliação de mercados, as ações de capacitação e valorização desenvolvidas pelo Sebrae junto aos artesãos tradicionais tendem a priorizar, na maioria dos casos, o ponto de vista econômico, exclusivamente produtivista, relegando a segundo plano os aspectos sociais e culturais envolvidos na produção.

¹⁰⁷ A listagem completa dos contemplados está disponível na página do Sebrae em Resultado da Chamada Nacional de Projetos de Indicação Geográfica. <http://www.sebrae.com.br/setor/artesanato>.

Noronha (2011) aborda essa questão a partir do exemplo das artesãs de Alcântara, onde a adequação do artesanato a determinadas normas e à demandas de mercados mostrou-se incompatível com a sustentabilidade ambiental, condições de saúde e qualidade de vida das artesãs. Desse modo, considera-se que a continuidade da produção artesanal tradicional depende de especificidades que vão além dos aspectos econômicos da produção: restrições de acesso e sazonalidades de matérias-primas; compatibilidade de ritmo e intensidade de produção com outras atividades de sobrevivência do grupo; equilíbrio entre inovação e tradição em respeito à dinâmica cultural; e, ainda, legitimidade da organização social dos produtores.

A qualidade da interação ou negociação com os mercados, em relação ao volume e ao prazo das encomendas, é fundamental para evitar demandas que ultrapassem a capacidade de escala e de ritmo temporal dos produtores e respeitem as condições socioambientais de produção.

À parte a questão do volume e do prazo das encomendas, incompatíveis com os modos de vida de produtores em contextos tradicionais, outra questão controversa envolvendo o Sebrae diz respeito à padronização excessiva e homogeneidade da produção. Os limites das intervenções de *designers* na produção artesanal tradicional, têm sido objeto de debate de inúmeros autores nas ciências sociais, a exemplo de Cavalcanti (2005); Leite (2005); Lima (2010); e Silva (2006).

Partindo de casos concretos, esses autores apontam como “adaptações”, realizadas com o fim de atender a tendências de mercado, podem resultar na “descaracterização” da produção artesanal, na produção seriada e na dependência dos artesãos-produtores de padrões técnicos definidos pelos parceiros. Nesse sentido, como discutem Krucken (2009) e Noronha (2011), é fundamental que os parceiros realizem projetos com extensão temporal maior, que lhes possibilitem uma compreensão mais aprofundada do contexto, processos e condições de produção. Ao mesmo tempo, deve-se proporcionar aos produtores capacidade de discutir a melhor forma de inserir seus produtos no mercado, com sustentabilidade ambiental, social, cultural e econômica.

Para além de uma simples manifestação estética voltada para o interesse comercial, os artesanatos de tradição cultural devem ser entendidos como bens que expressam saberes, práticas, valores, crenças e modos de vida de grupos sociais específicos. É isso que os

mantêm vivos, de forma dinâmica, não apenas transmitindo, mas, especialmente, recriando seus valores ao longo de gerações. Transposta aos contextos dos projetos de pedidos de IG, essa discussão precisa valorizar mais os sujeitos e os processos de produção, em relação ao produto final a ser comercializado. Apesar de grande parte dos projetos de IG, no Brasil, ter a temática da salvaguarda cultural e da preservação ambiental entre as suas justificativas, o foco, de fato, tem sido dado ao produto, relegando, em grande parte, a sustentabilidade de produtores e contextos de produção a um segundo plano.

4.3.6 O envolvimento das instituições locais

As ATER locais, ou empresas de assistência técnica e extensão rural como as Emater, a Epamig, o IRGA e outras instituições), constituem grande parte do apoio dos governos estaduais e municipais no incentivo às IG. O seu envolvimento favorece a participação de um número maior de produtores. Em alguns casos, conseguem até a inclusão de pequenos produtores, por reunirem, em geral, informações mais aprofundadas dos contextos locais de produções rurais e pelo potencial de articulação, mobilização e capacitação dos produtores locais. As Instituições de Ensino Superior (IES) locais também favorecem a participação maior de pequenos produtores nos projetos de IG.

Para ilustrar a importância da participação das IES locais, a primeira IG brasileira, Vale dos Vinhedos, recebeu apoio técnico e científico da Universidade de Caxias do Sul. Em algumas universidades, a proposta de incentivo e elaboração de projetos de IG parte dos Núcleos de Inovação e Transferência de Tecnologia (NIT). A Comissão de Propriedade Intelectual da Universidade Federal de São João Del Rei (COPIN/UFSJ), por exemplo, foi a responsável pela condução do projeto que culminou no depósito da IG São Tiago, para biscoitos, e a concessão da IG São João Del Rei para Artesanato de Estanho.

Embora, na maioria dos casos, as IES ainda desempenhem um papel secundário, com ações pontuais como pesquisas históricas, levantamentos socioeconômicos ou caracterizações técnicas do produto para a elaboração dos projetos IG, já se observa uma tendência de maior envolvimento. Inclui-se aí a coordenação de projetos, impulsionada pelo crescimento dos financiamentos de pesquisa com editais específicos de incentivo à IG. A Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado da Bahia (FAPESB), por exemplo, lançou, no final de 2011, um edital de “Apoio a Projetos de Caracterização de IG no Estado da Bahia”.

Foram contemplados cinco projetos, para os seguintes produtos: 1 - farinha de mandioca, de Nazaré das Farinhas (UFBA); 2 - cacau cabruca (IF Baiano); 3 - cafés do Planalto da Conquista (UESB); 4 - cerâmica de Maragogipinho (UESC); e 5 - sisal de Valente.

4.4 A INCOMPETÊNCIA LEGISLATIVA DOS ESTADOS-MEMBROS DA REPÚBLICA BRASILEIRA E A IG

A atuação dos governos locais tem contribuído para elevar a quantidade de solicitações de IG, em determinados Estados subnacionais, como os referidos acima. Para um maior aprofundamento dessa análise, faz-se aqui uma analogia entre dois deles, em particular, Minas Gerais (MG) e Santa Catarina (SC). Destacam-se pela elaboração de leis estaduais que regulam o reconhecimento de selos e certificações de qualidade para produtos, processos ou serviços do seu território, criando para isso organismos oficiais específicos, para tratar do assunto. Todavia, trata-se de leis estaduais muito distintas.

O Estado de Minas Gerais dispõe de um selo de certificação de qualidade. Apesar de rotular a origem do produto, em nada se assemelha à IG. Por essa razão, não se pode alegar que o selo confunde o consumidor final, diferentemente do que afirmam alguns autores, entre eles, Rebouças (2012, p.118). Essa lei mineira não está em desacordo com a LPI, podendo até ser considerada uma iniciativa legislativa vanguardista na intenção de proteger patrimônios estaduais.

Por outro lado, o ordenamento jurídico de Santa Catarina está em desacordo com a legislação federal. Estados subnacionais não têm competência para legislar sobre a matéria de Direito Industrial, incluindo-se aí o caso específico da IG. Da mesma forma, não se podem criar órgãos ou autarquias onde se registram IG – competência exclusiva do âmbito federal.

4.4.1 Competência da União e dos Estados

A União é considerada uma das entidades que compõem a República Federativa. A organização político-administrativa da República compreende: a União, os Estados, o Distrito Federal, e os Municípios, todos autônomos, nos termos da Constituição. A autonomia pressupõe uma divisão de competências. A Constituição reconhece aos Estados-membros a

capacidade de auto-organização e auto-legislação¹⁰⁸ por um poder constituinte próprio, assegurando-lhes autonomia.

Contudo, essa mesma Constituição informa a competência privativa da União para legislar sobre o Direito Industrial – onde se insere a IG. O seu conceito legal assenta-se em legislação federal, não concorrente à União e aos Estados. Instituir selos de qualidade assemelhados aos da LPI, através de lei estadual, é caso concreto para Ação de Inconstitucionalidade.

Ao se analisar a lei estadual catarinense n.12.117, de 07 de janeiro de 2002, que dispõe sobre a Certificação de Qualidade, Origem e Identificação de Produtos Agrícolas e de Alimentos, percebe-se que dos cinco selos de qualidade atribuídos a produtos, processos e serviços, dois selos são assemelhados às IG reconhecidas pelo INPI. São esses: Denominação de Origem Controlada (DOC); e a Indicação Geográfica Protegida (IGP).

Esse fato demonstra que o legislador, ao menos no âmbito de Santa Catarina, ainda não compreende que o reconhecimento de uma IG serve para proteger sobretudo um bem imaterial. A proteção ao nome geográfico não se confunde com a produção da região ou da localidade que originou a IG. Além do aspecto legal discrepante, pois esse ordenamento jurídico, até o momento, encontra-se em vigor, faz-se necessário frisar o prejuízo imaterial – confusão, desconfiança – que esse fato pode gerar entre os consumidores. Apenas os produtos e serviços reconhecidos pelo INPI têm validade nacional. Eles podem, ao menos em princípio, conforme se demonstra ao longo da tese, assegurar ao consumidor final, uma representatividade identitária de um saber-fazer (IP) ou uma qualidade inimitável, obtida pela interação de um processo socialmente produtivo e um *terroir* específico (DO)¹⁰⁹.

4.4.1.1 O caso de Santa Catarina

O Estado de Santa Catarina, através de legislação constitucional própria - Lei n. 12.117/ 2002, institui diversos selos, que vão desde selos de Agricultura Orgânica (ORG); Produto de

¹⁰⁸ Constituição da República Federativa Brasileira (1988), art25.

¹⁰⁹ De difícil tradução, esse termo francês vem sendo largamente empregado na literatura que trata das IG. Nesta tese, *terroir* indica um terreno específico, que carrega uma noção de pertencimento (torrão), sabor particular ou memória. Produto pantaneiro, do sertão, ou do cerrado são exemplos de produtos do *terroir* cujo sabor dificilmente pode ser reproduzido fora daqueles sistemas agrários (cf. Dufumier, 2011).

Origem Familiar (FAM); Certificado de Conformidade (CCO); até certificações de origem Denominação de Origem Controlada (DOC), e de Indicação Geográfica Protegida (IGP).

Em conformidade com o texto legislativo catarinense, a DOC reconhece e protege a denominação geográfica sob a qual um produto se tomou notório, com nítida ligação entre o produto, o território e o saber-fazer, e a IGP assimila-se à IP. Assim são conceituadas:

Art. 3º Constitui uma Denominação de Origem Controlada (DOC), o nome dado a uma região ou a uma localidade do Estado de Santa Catarina que sirva para designar um produto agrícola ou um alimento originário desta mesma região ou localidade, quando a qualidade ou características específicas são de forma comprovada atribuídas, essencialmente ou exclusivamente, ao meio geográfico - compreendendo os fatores naturais e humanos - e cuja produção, processamento, transformação ou elaboração ocorram nesta mesma área geográfica delimitada. (Brasil, Lei n. 12.117/2002: SC)

Art. 4º Constitui uma Indicação Geográfica Protegida (IGP), o nome de uma região ou de um local determinado do Estado de Santa Catarina que sirva para designar um produto agrícola ou um alimento originário desta região ou localidade, quando a reputação ou característica peculiar, embora ainda não comprovada cientificamente, possa ser atribuída a essa origem geográfica e cuja produção, processamento, transformação ou elaboração ocorram na área geográfica delimitada. (Brasil, Lei n. 12.117/2002: SC)

Todavia, não se podem conceber selos de certificações que levam expressões e conceitos semelhantes à terminologia da IG, o que pode levar o consumidor ao erro.

4.4.1.2 O caso de Minas Gerais

Em Minas Gerais, o Decreto n. 41.406, de dezembro de 2000¹¹⁰, não se assemelha à IG, não se choca, nem se confunde, diferentemente dos selos instituídos em Santa Catarina. Não há impedimento legal que proíba um Estado de estabelecer um selo que certifique a origem ou padrão de qualidade de um produto. O selo de certificação de origem de Minas Gerais, limita-se apenas a certificar que o produto é oriundo de determinada microrregião estadual ou localidade geográfica. Não se trata de IG. Esse selo¹¹¹ pode ser utilizado nos seguintes

¹¹⁰ Veja-se também o Decreto n. 43.508, de agosto de 2003.

¹¹¹ Maiores informações disponível in:

<http://www.almg.gov.br/consulte/legislacao/completa/completa.html?tipo=DEC&num=41406&comp=&ano=2000>

produtos: algodão, cachaça artesanal, café, produtos orgânicos, produtos sem agrotóxicos (SAT), e queijo Minas Artesanal.

O Café do Cerrado Mineiro e o da Mantiqueira, bem como o queijo artesanal da Canastra e Serro, produtos com IG reconhecidas pelo INPI, contaram com o apoio do Programa Mineiro de Certificação de Origem e Qualidade de Produtos Agropecuários e Agroindustriais (Certiminas). Nesse programa, conforme art 24, lê-se: “O Certificado atestará a origem e qualidade do produto agropecuário e agroindustrial, com base nos resultados de análises e/ou classificação”. O Certiminas envolve várias secretarias estaduais, órgãos de fiscalização, instituições de ATER e organizações de produtores e distribuidores. As suas ações visam identificar e certificar os produtos mineiros de qualidade, com o objetivo de ampliar o seu mercado nacional e internacional. Para isso, delimitam áreas produtoras, mapeiam sistemas de produção e seus respectivos produtores, fornecendo-lhes apoio técnico-científico e financeiro, estruturando um sistema de fiscalização e concessão de certificado de qualidade.

4.4.2 Por uma nova legislação estadual

A autora desta tese, desde sua dissertação, em 2006, adverte que, apesar dos esforços empreendidos para valorizar a qualidade associada à origem dos produtos agropecuários, ainda resta muito a ser feito. A principal lacuna está na organização e mobilização precárias dos produtores (titulares em potencial das IG), nos seus respectivos territórios. Também são escassos os instrumentos para fortalecer políticas em diferentes esferas, seja nacional, regional e municipal. Eles servem para apoiar os valores culturais e tradições locais que promovam o avanço das IG, não só como mecanismo de diferenciação e valorização do produto, mas também de desenvolvimento territorial no sentido amplo.

O programa estadual mineiro, com apoio de instituições públicas, muito tem contribuído para os processos de reconhecimento das IG, especialmente quando se trata do queijo artesanal, conforme relatado anteriormente. Contudo, essa iniciativa estadual ainda é incipiente, quando comparada à de países europeus, onde se observam iniciativas locais, sejam elas regionais, departamentais, provinciais, cantonais... conforme a organização administrativa de cada país.

Por ser muito abrangente, a legislação brasileira revela-se superficial e insuficiente, daí a emergência de iniciativas estaduais e locais. É desejável que se tenha uma legislação estadual

mais robusta e complexa. Uma legislação que abranja também artesanato, uma vez que serviços – entendidos como processos produtivos que não utilizam recursos especiais, típicos de um território específico – não deveriam, na opinião da autora, ter selos de IG. Essa opinião vai de encontro ao que CALLIARI et al. (2007), citado no capítulo 3, defende com base no exemplo do serviço de SPA, associado a tratamentos com lama ou pedras de procedência de um determinado território enquanto fatores geográficos associados. É que essa mesma lama e pedras poderiam ser vendidas e exportadas, e o serviço ser prestado em outras localidades.

Com base no que foi analisado até o momento, pode-se concluir que a legislação estadual mineira assemelha-se ao sistema de rotulagem francês, no quesito conformidade com a qualidade, um dos selos de um elaborado sistema de rotulagem, apresentado no capítulo 2. O sistema francês opera com selos que diferenciam produtos particulares, seus respectivos processos produtivos, e suas respectivas peculiaridades.

Acredita-se, aqui, que o sistema de selos de qualidade mineiro, expresso através do Certiminas, pode ser um dos caminhos para salvaguardar patrimônios do saber-fazer e produtos singulares típicos de um território, sem necessariamente rotulá-los com o signo da IG. É certo que esse programa abrange somente produtos agropecuários e agroindustriais, diferentemente da IG que contempla também outros produtos, além de serviços e artesanato. Contudo, das 46 concessões já publicadas no Brasil, aproximadamente, 62% são referentes a alimentos e bebidas¹¹².

Preliminarmente, pode-se concluir que os limites, nesse quesito de produtos passíveis de reconhecimento, pela legislação estadual mineira, não é o seu maior entrave. Pelo contrário, os seus resultados valorizam o exemplo mineiro, que poderá até servir de modelo para outros Estados subnacionais da Federação.

¹¹² O estudo da Confederação Nacional da Indústria (CNI), com base nos dados do Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI) levantou o número de concessões de alimentos e bebidas em outros países e os dados mostram que o volume brasileiro, no entanto, é tímido. Aqui, esses dois segmentos têm 35 concessões. A Itália, por exemplo, tem 711 registros do gênero. A França soma 689 certificações, e a Alemanha, 136. A Argentina contabiliza 104 certificações. A maioria (84) é de vinhos e o restante (20) foi concedido a alimentos. Maiores informações, disponível in: <http://www.gazetadopovo.com.br/economia/empreender-pme/indicacao-geografica-valoriza-produto-mas-e-rara-no-brasil-c32mfiquodsntfwkz8t782uqfis>.

À exceção dos dois selos catarinenses (IGP e DOC), ambos em desacordo com a legislação federal, os selos mineiros (ORG, FAM, e CCO) – este último assemelhado ao selo cancelado pela Certiminas – são apropriados para que se informe corretamente, ao consumidor, uma tipologia que abrange diferentes tipos de produtos, sem equívocos. Diferentemente do que acontece com algumas IG, a exemplo da Manga e Uva de Mesa do Submédio do São Francisco. Para esse caso, na opinião da autora, seria mais adequado um selo de conformidade com alto padrão de qualidade, não uma IG. Uma IG, nas modalidades IP ou DO, requer notoriedade ou singularidade, e não apenas uma tecnificação ou especialização restrita. Esse é o caso dos cultivos altamente produtivistas de manga e uva de mesa, oriundos de pacotes tecnológicos exóticos, que se praticam de forma padronizada, em quase todos os continentes.¹¹³

A IG, nas modalidades IP e DO, enquanto signo distintivo da Propriedade Intelectual, é parte do Direito Industrial, único meio de proteção dos nomes geográficos reconhecidos. No entanto, ainda carece de legislação específica e ao mesmo tempo mais abrangente. Deixar a sua aplicação a cargo de simples portarias e resoluções – que são, no Brasil, os mecanismos operacionais de registro e manutenção das IG, revela fragilidade e deficiência do ordenamento jurídico brasileiro. Esse espaço vazio na legislação vem dando lugar a iniciativas estaduais e locais, como as de Santa Catarina e Minas Gerais, aqui analisadas.

Outro tipo de problema pode ser observado nos casos em que foi o reconhecimento geográfico que gerou notoriedade – quando deveria ser, primeiro, a notoriedade; só, depois, o seu reconhecimento.¹¹⁴ Esse movimento contrário ao que uma IG deveria representar, observa-se no exemplo da IG da Costa do Camarão. Produtos identificados por nomes geográficos reconhecidos acabam sendo considerados de qualidade, agregando-se-lhes valores e proteção legal. Destaca-se que não somente o produto, mas também toda a região ou localidade em potencial, tendem a ganhar com o reconhecimento, como se nota em diversos

¹¹³ No Brasil, a essa altura, já não surpreende se alguém, açodadamente, propuser indicação geográfica para a soja transgênica nos Cerrados. Esse tipo de açodamento já foi observado quando o governo federal determinou a instalação imediata de um milhão de cisternas plásticas no Semiárido nordestino. O resultado desastroso foi amplamente divulgado pela imprensa. Um dos participantes do minicurso ministrado pela autora, que na época era funcionário do governo federal e pediu para não ser identificado, expressou sua preocupação com a perda de confiança nas IG brasileiras, porque o governo federal havia cogitado uma meta para outorga de mil IG até o final do seu mandato. A nota anterior deixa claro que a França, em um século de trabalho sério, ainda está muito longe de atingir tamanha cifra, mesmo com um *terroir* entre os mais notórios e diversificados do planeta.

¹¹⁴ O povo, com sua sabedoria, refere-se a esse tipo de movimento com a seguinte expressão: “colocar o carro à frente dos bois”. Em outras palavras: primeiro, a IG; depois, a notoriedade.

trabalhos acadêmicos que tratam da IG do Vale dos Vinhedos e a expansão da multifuncionalidade que passou a ser influenciada diretamente pelo reconhecimento geográfico. (REIS, 2006).

Analisando-se conjuntamente a legislação estadual mineira e parte da catarinense, mais particularmente, quando em conformidade com a LPI, pode-se considerar que os selos de certificação de qualidade potencializam um sistema de rotulagem eficiente e objetivo para nichos mercadológicos bem específicos. Assim, evita-se a indesejada homogeneização ou padronização, como já vem ocorrendo no caso de produtos reconhecidos com IG. Os programas mineiro e catarinense merecem consideração, principalmente porque incluem diferentes escalas de produção – grandes médios e pequenos produtores são contemplados nos Programas. Assim, eles evitam a criação de “territórios de exclusão” – como vem ocorrendo, em alguns casos já descritos anteriormente, no reconhecimento da IG. Infelizmente essa exclusão passa despercebida daqueles pesquisadores que se limitam a tecer loas ao discurso oficial. Assim, eles acabam esquecendo que, de determinado ponto de vista metodológico (que inclui a contradição), o avanço do conhecimento científico só se faz pela crítica.

É que realidade raramente movimenta-se conforme o enunciado do discurso. Na prática, a mesma IG que inclui, também pode contribuir para a exclusão de produtores. No caso brasileiro, a exemplo do que ocorre em outras economias capitalistas, a apropriação privada de certos recursos naturais considerados “especiais”, que não podem ser reproduzidos em outros espaços, acabam produzindo um ambiente concorrencial de corte monopolista. Não raro, emerge um processo de diferenciação dos produtores-proprietários, em relação aos demais produtores, no mesmo ramo de atividade. Por ser muito sutil, essa diferenciação quase nunca é percebida através dos instrumentos de análise convencionais, particularmente quando os produtos são homogêneos, embora nem todos sejam reconhecidos.

Outra razão para essa invisibilidade decorre de ligações político-ideológicas de alguns analistas, em relação aos poderes públicos, tanto no âmbito nacional quanto local. Resulta daí um discurso único que acaba padronizando apenas resultados visíveis de políticas públicas, como se a IG fosse capaz de contribuir sozinha para a valorização dos produtos e serviços territoriais georreferenciados, praticados por todos os produtores. Sem exclusão de nenhum? Isso não é verdade, porquanto só podem usufruir de ganhos de monopólio aqueles produtores signatários do requerimento de IG, a quem é (ou deveria ser) distribuída uma cota de selos ou

uma série numérica para os produtos, cuja quantidade é sempre limitada. Além disso, existe uma pré-condição para que eles sejam reconhecidos – eles devem ser e permanecer filiados a uma ou mais organizações que lideram o requerimento. Trata-se de organizações do tipo associação, sindicato, cooperativa, grupo de produtores, consórcio, etc., integradas em redes institucionais de apoio técnico e político. No capítulo 5, a seguir, os ganhos de monopólio, mais particularmente a renda de monopólio, é tratada cientificamente. Embora a relação entre renda de monopólio e indicações geográficas, nas suas várias modalidades, já se encontre na literatura internacional, é possível que esta seja a primeira vez que se recorre à categoria renda para demonstrar que e como a IG exclui produtores.

5 TIPOLOGIA DOS TERRITÓRIOS GEORREFERENCIADOS

Neste capítulo recorre-se ao conceito de renda (e lucro) de monopólio, e sua relação com as IG, visando à construção de uma tipologia analítica. A referência principal encontra-se em Marx (1975), autor do conceito. Todavia, esta revisão apoia-se também em Gutelman (1974) e sobretudo nas **notas de aula** que a autora registrou durante a realização do seu tirocínio docente, na disciplina Economia Agrária, ministrada na UFBA por seu professor-orientador (COUTO, 2013). Primeiramente vale destacar as dificuldades advindas da escassa literatura onde se verifica que essa relação nunca havia sido tratada no Brasil. O recurso a alguns exemplos de IG brasileiras mostra a necessidade de se relacionarem os sobre-preços eventualmente obtidos com as outorgas.¹¹⁵ Quando não se identifica nenhuma relação com a renda de monopólio¹¹⁶, os sobre-preços levam a uma outra interpretação, no caso, baseada na hipótese de lucro (e não renda). Este é o exemplo do Porto Digital de Recife, por não ter nenhuma relação com o monopólio de recursos naturais, muito menos “especiais”, como é o caso da renda de monopólio.

Faz-se uma releitura das teorias da renda fundiária, com foco na renda de monopólio, por se aproximar do conceito de lucro suplementar que se explica pelas condições especiais proporcionadas pelos recursos naturais limitados, delimitados e, na georreferência da IG, demarcados. Essa apropriação do espaço via demarcação legal delimita geografica e fisicamente um território georreferenciado pelos produtos – ou, inversamente, produtos georreferenciados em relação ao território. Essa interpretação do território, do ponto de vista de um produto georreferenciado, é igualmente escassa na literatura brasileira.

Por último, apresenta-se a tipologia, base de análise crítica a propósito dos territórios georreferenciados oficiais. Para entender os dois grandes grupos tipológicos, propostos nesta tese, é necessário compreender renda de monopólio, para posteriormente analisar como esse tipo de renda encontra-se historicamente ligado às IG.

5.1 RENDA DE MONOPÓLIO E IG

¹¹⁵ Em teoria, os sobre-preços são aqueles que geram lucros suplementares, ou seja, acima do lucro médio (cf. Gutelman, 1974).

¹¹⁶ Ou seja, com a disponibilidade exclusiva de recursos naturais especiais.

5.1.1 Revisitando a teoria da renda

Do ponto de vista do método, este sub-item deveria começar com uma pergunta que remete diretamente para o conceito central que serve de referência para a tipologia: o que é renda de monopólio? Todavia, as circunstâncias, e mesmo os constrangimentos revelados no ambiente acadêmico, obrigam a preceder aquela, que deveria ser a questão central e exclusiva, por outra questão, em princípio desnecessária: é a renda de monopólio um “conceito geográfico”?

Conforme será referido adiante, não só a renda de monopólio, mas as rendas fundiárias de uma maneira geral, têm sido objeto recorrente de muitas pesquisas empreendidas por geógrafos, particularmente a renda fundiária dita “urbana”. Fazendo-se um levantamento, na base de dados Scielo, com auxílio da palavra-chave “renda de monopólio/monopolist rent”, apenas um artigo emergiu na busca (nenhum de Economia, por exemplo). Intitulado *The ground urban and the appropriation of the nature in the city* (O solo urbano e a apropriação da natureza na cidade), esse artigo foi publicado na revista *Sociedade & Natureza*, Uberlândia, ano 24, n.3, 477-488, set/dez, 2012. São dois os autores: Adauto Gomes Barbosa, doutorando em Geografia, pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE); e Ademir Araújo da Costa, professor associado, Departamento de Geografia, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Lê-se claramente: “o artigo discute a extração dos três tipos de renda fundiária urbana: a renda absoluta, a diferencial e a de monopólio”.

Buscando-se, com a mesma palavra-chave, revistas internacionais, somente de nível Qualis A1, emergiram oito artigos muito recentes (maioria de 2015 e 2014). Como essa mesma busca pode ser realizada por qualquer pesquisador, não é o caso de se listarem aqui todos os títulos, autores e sua formação. Apenas são mencionadas as revistas que emergiram: *Geoforum*, *Documents d'Analisi Geografica*, *Area*, *Boletin de la Asociacion de Geografos Espanoles*, e *Environment and Planning*.

Finalmente, das bases Ovid e Latindex, a busca capturou três artigos de revistas brasileiras, bem pontuadas, destacando-se, para o fim aqui proposto, o artigo: “A renda fundiária urbana: uma categoria de análise ainda válida”, de Adriano Botelho, publicado no v.10, n.19 (2008), da revista *Geographia*.

Essa validade, ou melhor, essa contemporaneidade da categoria renda é reforçada por Piketty (2013), autor do livro do século, ao afirmar que não se pode negligenciar a sua importância quando se analisa a repartição mundial da riqueza no século XXI.¹¹⁷ Para se ter certeza disso, “basta substituir, no modelo de Ricardo, o preço das terras agrícolas pelo preço dos terrenos urbanos nas grandes cidades, ou então [o preço do trigo] pelo preço do petróleo.” (PIKETTY, 2013, p.23). A renda anual proveniente da exploração dos recursos naturais “equivale a 5% do PIB mundial, em 2005, contra 2%, em 1990, e menos de 1% no começo dos anos 1970.” Metade desses recursos é originária da exploração de jazidas naturais de petróleo. A outra metade provém de gás, carvão, outros minérios, madeira. A previsão é de que a renda do petróleo, que constitui a quase totalidade dos fundos soberanos, venha a representar algo em torno de 20% do patrimônio mundial, em 2040. Piketty resume essa tendência como sendo a “configuração de uma nova geopolítica (...) ao mesmo tempo econômica, política e militar”. (PIKETTY, 2013, p.734-735).

Então, indo direto ao assunto, o que vem a ser renda de monopólio? Nada mais demonstrativo do que começar pela definição elaborada pelo próprio criador do conceito:

Entendemos por preço de monopólio o preço determinado apenas pelo desejo e pela capacidade de pagamento dos compradores, sem depender do preço geral de produção ou do valor dos produtos. (...) Esse lucro suplementar que deriva do preço de monopólio converte-se em renda e sob esta forma cabe ao **proprietário da terra**, em virtude de seu direito sobre esse **pedaço do globo terrestre dotado de qualidades especiais**. (MARX, 1975, p.890)

Essa mesma definição, de meados do século XIX, reaparece em Harvey, no século XXI, apenas com a seguinte diferença: Harvey trocou classes sociais, que aparecem bem definidas, historicamente determinadas e identificadas n’O Capital (proprietário fundiário, proprietário-capitalista, arrendatário-capitalista, trabalhador assalariado, jornaleiros, pequeno proprietário parcelário) por “atores sociais”. Não surpreende que o exemplo concreto de que Harvey lança mão para ilustrar a análise da renda de monopólio seja também o mesmo exemplo descrito por Marx, ou seja, os vinhedos. Pergunta-se: como colocar na equação do valor, para o cálculo da renda, os “diversos atores sociais”? Quais autores acaparam a renda? Quais autores são proprietários? Quais autores são arrendatários? Quais autores produzem a mais-valia a ser

¹¹⁷ O livro “O capital no século XXI” é, sem dúvida, o livro que causou maior impacto neste começo de século, na área das ciências sociais.

distribuída como lucro suplementar? Assim, o que já era difícil de se compreender, tornou-se impossível, com a pasteurização das diferentes classes sociais e frações sob a forma de atores sociais.¹¹⁸

Considerando que a outorga de uma IG perturba (em alguns casos, até reestrutura) as relações de preços em um território, faz-se necessário analisar a renda na sua essência, ou seja, como fração da mais-valia social. Apesar do elevado grau de abstração do conceito, que tem como referência o lucro médio¹¹⁹, é a única maneira de se evitarem análises compartimentadas, tais como: renda “da terra”, renda “agrícola”, renda “rural”, renda “urbana”... No limite, até se podem tratar as rendas como agrícola ou urbana, desde que a fração do valor distribuída como renda seja bem entendida como parte da mais-valia social, ou seja, do excedente total, de toda a sociedade – **e não de determinado setor ou localidade**. Com essa ressalva, pode-se admitir que a IG, ao personificar a renda, consegue aproximá-la do conceito de renda urbana. Mas ela deve estar sempre relacionada aos recursos naturais, sobretudo o espaço geográfico tornado território georreferenciado, ou seja, território fisicamente demarcado. Do contrário, não seria renda (do proprietário-monopolista dos recursos da natureza), seria lucro (do capitalista-proprietário do capital, que é produto do trabalho humano).

Um bom exemplo ajuda a compreender esse processo de “urbanização” da renda fundiária. No Vale dos Vinhedos, a IG reestruturou as relações de preços, para além dos preços dos vinhos. Isso se explica pelo transbordamento que ela provocou, da vitivinicultura, em direção a inúmeras outras atividades. O incremento do turismo, em função das visitas aos vinhedos e degustação dos vinhos, nas cantinas, modificou as relações de preços entre as diversas mercadorias: serviços de hotelaria e de restauração, agências de viagens e turismo, locadoras, entretenimento, transportes coletivos, além de investimentos inusitados como a recuperação de antiga linha férrea, com sua locomotiva e vagões de época, onde se vendem, além do transporte ferroviário, a paisagem e o entretenimento (música, dança e gastronomia a bordo).

Por constituir um sobrelucro, ou lucro suplementar, derivado de características naturais reconhecidas (que outros concorrentes não têm à sua disposição, ou, mesmo que tenham, não

¹¹⁸ “É lamentável que boa parte das ciências sociais tenha deixado de se interessar pela repartição da riqueza e pelas classes sociais”. (Piketty, 2013, p.64).

¹¹⁹ Na prática, o lucro médio não existe. Trata-se de mais um recurso metodológico à abstração, cuja utilidade é servir de referência para a expectativa dos agentes econômicos, por comparação à taxa média de juros em determinada sociedade.

podem usar o nome geográfico concernente), a IG opera como uma versão moderna da renda de monopólio. Embora alguns produtores concorrentes, situados fora do território demarcado, possam ter acesso aos mesmos recursos naturais, o que importa, na análise da IG, é o fato de esses recursos serem ou não reconhecidos e protegidos. Importa igualmente o fato de os concorrentes fazerem parte ou não da organização detentora dos direitos da IG.

Todavia, ao contrário do que se encontra na literatura científica dos países pioneiros na demarcação (França, Portugal...), a relação entre renda de monopólio e IG ainda constitui uma grande lacuna na literatura brasileira. Essa fragilidade explica-se por duas importantes razões, dentre outras. A primeira reside na complexidade da teoria clássica da renda fundiária – o que tem levado muitos analistas a abandonar essa via de análise. A segunda razão, que complementa a primeira, explica-se pelo predomínio, no Brasil, de uma literatura baseada em princípios abstratos de utilidade e de equilíbrio.

A teoria clássica da renda fundiária avançou bastante no tocante às rendas diferenciais. De William Petty (1623-1687)¹²⁰ a David Ricardo (1772-1823), sem esquecer a importante contribuição de Adam Smith (1723-1790), as rendas diferenciais evoluíram, particularmente as rendas de fertilidade e de localização. Mas é só a partir da análise d'O Capital, que Marx descobre que, além dessas rendas, existe uma terceira renda diferencial, que ele definiu como renda diferencial de capitalização. É também n'O Capital que aparecem, pela primeira vez na literatura, os conceitos de renda absoluta, e a renda de monopólio, esta última tratada nesta tese.

Pouco afeitos ao materialismo dialético e histórico, muitos analistas contemporâneos tentam, em vão, compreender esses novos conceitos, como se fossem uma evolução mecânica e vegetativa das teorias idealistas de Smith e Ricardo. Por mais que se esforcem para compreender o desenvolvimento capitalista, esses analistas permanecem presos à tradicional relação terra-trabalho-capital. Marx chegou a ironizar ao se referir a essa relação, como se fossem “beterrabas, violinos e custas de cartório”, ou seja, nada a ver uma com a outra, muito menos com a sua época. Depois de um grande esforço para situar historicamente esses conceitos, particularmente na formação social capitalista, Marx propôs, em lugar de terra-trabalho-capital, a seguinte relação: propriedade fundiária, trabalho assalariado, e capital

¹²⁰ “A riqueza deriva da conjugação da terra com a quantidade de trabalho necessária para produzir essa riqueza” (SANDRONI, 2004).

enquanto relação social, por serem historicamente determinados. Sem essa reestruturação de base, Marx não poderia ter proposto as rendas de capitalização, de monopólio e absoluta – que não devem ser lidas com as mesmas lentes ricardianas, por exemplo.

A grande dificuldade de se entender a renda de monopólio, na teoria de Marx (1975), para uma parte das pessoas, é que elas estão acostumadas a associar a expressão “renda da terra” a uma renda que provém “da terra” e não “do trabalho social”. Por isso é difícil dissociar tal concepção. Mais difícil ainda é compreender a renda de monopólio, definida por Marx, como parte da mais-valia social. A grande contribuição de Marx (especialmente para esta tese) é demonstrar que todo tipo de renda, seja qual for, é sempre renda de monopólio – decorrente da apropriação privada dos recursos naturais, por determinada classe social. O monopólio impede o livre acesso aos recursos, à medida que a população cresce. Mas o caso específico da renda de monopólio propriamente dita tem a ver com privilégios, mercado consumidor, ou melhor, com a renda elevada de uma classe abastada que se propõe a consumir, por um preço igualmente elevado, produtos que considera “diferenciados” ou “especiais”. O exemplo clássico é o Champagne.

Todavia, alguns geógrafos, retomando a teoria da localização industrial de Von Thünen, adaptaram a noção de renda, ao que chamaram renda “urbana”, para tratar da localização das unidades habitacionais (e também industriais, serviços, lazer, etc.) nos espaços urbanos. Uma importante questão que até hoje é estudada por geógrafos, arquitetos e urbanistas, e preocupa gestores municipais é: como se formam os preços do metro quadrado de terreno nas cidades? Sabe-se que a construtibilidade é um critério. A infraestrutura também. Mas já vai longe a tese, de Von Thünen, para quem os terrenos mais caros são aqueles mais próximos do centro das cidades.

Outras teses pós-marxistas vão surgindo, com destaque para a DESE ou Divisão Econômica e Social do Espaço, o tributo fundiário urbano, e, finalmente, a renda fundiária urbana – esta última, bastante presente nas pesquisas dos geógrafos. Com essas novas teses, as classes sociais concernentes vão-se diversificando nas análises, enquanto operam “novos agentes” (corretores de imóveis, empreendedores, arquitetos, decoradores, agentes financeiros da habitação, notários, publicitários, etc.). Todavia, a renda continua sendo uma relação de distribuição, mas a sua destinação agora vai ao encontro de outras frações de classes sociais que operam a DESE. Da mesma forma, a IG, com seu produto-líder, atrai outros

empreendedores que estruturam novos controles e, em decorrência, novas territorialidades. Infelizmente, essa grande diversidade de classes e frações de classes sociais, que torna a realidade mais rica, e exige análises sistêmicas e robustas, começou a se perder à medida que alguns analistas jogaram tudo numa vala comum sob a denominação de agentes ou atores sociais. É o que faz, por exemplo, Harvey (2009).¹²¹

Marx (1975) insiste, repetidas vezes, que a renda vem da mais-valia social, ou seja, a renda é uma fração do valor da mais-valia social, que é fração do valor total. Ela é distribuída para determinadas classes sociais, que são: empresarial-capitalista (detentora do capital produtivo ou não), e proprietários que monopolizam o solo (agrícola, ou o espaço para a construção urbana, casa comerciais e fábricas). Então, a renda não é da terra, e nem exclusivamente agrícola, ao menos na sua origem conceitual marxista.

Ao se ler “O Capital” (capítulo XLVII), na parte concernente à renda fundiária, constata-se que o primeiro exemplo com que Marx ilustra as suas análises é uma fabrica que utiliza uma roda d’água para gerar energia. Ao contrário do que muitos pensam (talvez por influência do famoso trigo de David Ricardo), essas teorias clássicas da renda não trataram somente de agricultura – o primeiro exemplo de Marx, e muitos outros, sequer são agrícolas. Ele prossegue lembrando que as fábricas concorrentes que não têm uma queda d’água para obter sua própria energia, certamente devem comprar lenha, carvão, gás, etc., algo que vai encarecer os seus custos, e influenciar o seu preço de produção. A diferença entre esses dois preços de produção (dos produtos provenientes das fábricas com roda d’água e sem roda d’água) é a primeira base marxista para o cálculo objetivo da renda diferencial. Essa renda diferencial é também renda de localização, porque uma propriedade está perto da fonte natural que faz a roda d’água girar, enquanto a outra fábrica está distante. Ademais, a renda diferencial é também uma renda de capitalização, porque a construção da roda d’água é trabalho incorporado aos recursos naturais, valorizando-os. Neste ponto, renda e lucro começam a se misturar, embora possam ser distribuídas para o mesmo proprietário-rentista – por ser, ao mesmo tempo, dono do terreno próximo, da fábrica e da roda d’água que ele

¹²¹ “Monopoly rent arises because **social actors** can realize an enhanced income stream over an extended time by virtue of their exclusive control over some directly or indirectly tradable item which is in some crucial respects unique and non-replicable.” Disponível em:
< <http://globalsociology.com/2012/07/09/david-harvey-on-monopoly-rent-and-local-capitalism/> >

mandou construir. Trata-se aí de uma fronteira em que é necessário o amplo domínio dos conceitos de renda, lucro médio, e lucro. Mes esse não é objetivo desta tese.

Renda de localização? Renda de fertilidade? A elas, Marx acrescenta a renda de capitalização, a renda absoluta, e a renda de monopólio. Todavia, cabe enfatizar, a construção da tipologia, nesta tese, fundamenta-se apenas nesta última – a renda de monopólio.

Mas ainda cabe perguntar: qual a diferença entre renda fundiária e renda da terra? Pode ser nenhuma, quando se opera uma análise ahistórica. Já uma análise materialista-dialética, por sua vez, requer um mínimo de determinação histórica e social. Quando se fala da terra, ou melhor, da propriedade fundiária, fala-se de recursos naturais, que são o solo, as águas, os peixes, as jazidas de minérios, o ar, as árvores, o bioma, a localização, o relevo, a construtibilidade, etc., que a terra detém. Em uma só palavra, o espaço. O termo fundiária, que adjetiva a renda, sugere fundo, no sentido de patrimônio. Então, o fundiário tem uma existência histórica e social – fundiário, no feudalismo, é diferente do fundiário no mercantilismo; e, por conseguinte diferente no capitalismo. Não é só por ser propriedade privada, mas, sim, porque o fundiário, no capitalismo, constitui um patrimônio que vai interagir com o trabalho assalariado, e não, com o trabalho “em geral” – o que é uma abstração. Portanto, o excedente da produção – trabalho não pago, de todos os trabalhadores assalariados em uma sociedade, que Marx chama de mais-valia social (excedente da produção), é uma fração do valor que ultrapassa o que os trabalhadores precisam para se reproduzir, e também o que os capitalistas precisam para repor o que foi depreciado, como o desgaste das máquinas e equipamentos, bem como a matéria-prima.

Quando se diz renda “da terra”, e quando se está reportando à renda diferencial “de fertilidade”, pode-se estar referindo a uma diferença natural que existe, na crosta terrestre, independentemente do modo de produção, da sociedade ou da natureza do Estado.¹²² Mas, quando se trata da renda fundiária, ou seja, do rendimento distribuído em favor daquele que detém a propriedade privada da terra e outros meios de produção - um dos fundamentos da sociedade capitalista - deve-se pensar em mais-valia social, muito mais do que a mais-valia específica, gerada naquela propriedade. Talvez resida aí à dificuldade de se entender a teoria

¹²² As diferenças de fertilidade natural dos solos sempre existiram, tanto no feudalismo quanto no escravismo antigo. Essas diferenças suscitarão rendas diferenciais, distribuídas em favor dos proprietários (dos escravos ou dos domínios territoriais), mas não se tratavam de rendas diferenciais capitalistas. Conceitualmente, estas supõem a presença do trabalho assalariado.

das rendas. Se um banqueiro resolve pagar mais caro por um produto “especial” como o Champagne, de onde vem aquele *overprice*, aquela fração acima do valor, que ele faz questão de pagar? Claro que não vem do trabalho de quem trabalhou na produção do vinho; muito menos da terra. A renda de monopólio é paga pelo banqueiro, com seus rendimentos, ou seja, com recursos provenientes das suas retiradas do sistema financeiro (juros, seguros, capitalizações, valorização de ações, outras especulações). Como o sistema financeiro transita por todas as atividades, fica claro que a renda de monopólio é uma fração da mais-valia social. Social, no sentido de total, que, por sua vez, entra na equação para cálculo do lucro médio. Trata-se de um elevado grau de abstração matemática, porquanto as imperfeições do mercado (as estruturas de concorrência, por exemplo) vão perturbar a transformação do valor em preço, que deixa de ser “automática”. Em outras palavras, os monopólios e oligopólios criam barreiras, não permitindo que parte do valor entre na perequação da taxa de lucro ou tendência à igualização da taxa de lucro. Mas essa discussão (central no livro 2 de O Capital) não faz parte do objetivo desta tese.

Aqui, o que importa são as duas últimas partes do livro 3 de O Capital. Nele, Marx analisa o processo global de produção, enquanto nos livros anteriores, trata da mercadoria, da acumulação primitiva, do artesanato, das corporações, da manufatura, da transição da manufatura para a grande indústria. No livro 3, Marx estuda a fórmula trinitária: salário; lucro-juro; e renda. Todas as classes a que concerne a sociedade moderna: trabalhador assalariado (a quem concerne o salário); empresário (produtivo ou não, a exemplo dos banqueiros), a quem concerne o lucro (aos banqueiros concernem os juros); e, por fim, proprietários da terra (a quem concerne a renda). Eventualmente, o capitalista pode ser proprietário, e, só nessa circunstância, ele retém, ao mesmo tempo, lucro e renda. Importa reiterar que essa renda não vem de sua propriedade específica e delimitada, nem do trabalho dos seus empregados. Vem da mais-valia social que é distribuída nas formas de juros-lucro e renda da terra. Aqui, só não se adiciona salário (trabalho necessário), porque a mais-valia é o que sobra além do salário (excedente).

Portanto, a mais-valia é distribuída para duas classes que são: a capitalista (atualizando, inclui-se comerciante, setor serviço, o financeiro, etc.), e a classe dos proprietários que vai corresponder à estrutura agrária. Muitas pessoas confundem estrutura agrária com a mera repartição das terras. Mas a estrutura agrária é uma estrutura social, ou seja, um conjunto de classes sociais e frações, proprietárias ou não, que se relacionam entre si a propósito da

propriedade, posse e uso da terra (são diversas as formas de apropriação da terra). Aqui não se considera a apropriação da renda pelo próprio trabalhador ou produtor direto, como acontece na agricultura familiar, pois os trabalhadores-proprietários, nesse caso, não pagam renda a ninguém, eles ficam com a renda diferencial, por exemplo.

A mais-valia social é apropriada via preços, no mercado. É essa movimentação dos preços que faz com que uns tenham mais e outros menos fração da mais-valia social. É assim que determinado setor ganha mais quando seus preços se elevam; é assim que outro setor perde quando seus custos se elevam, porque os custos também são considerados na formação dos preços.

Para finalizar esta apresentação simples e resumida da renda de monopólio, conclui-se que se trata, aparentemente, de um jogo de preços. É esse jogo que faz os valores migrarem de uma mão para outra, através da perequação da taxa de lucro. É por isso que a renda ora está situada entre o preço e o valor, ora acima do valor. Entender isso é compreender que a renda fundiária de um arrozal não vem daquele arrozal delimitado, mas da mais-valia social. É da mais-valia social que se distribui, através dos preços, a fração do valor, chamada de excedente. Então, é através da formação do sistema de preços que esse valor migra de uma mão para outra, inclusive a renda de monopólio. Por essa razão costuma-se dizer que a renda, particularmente de monopólio, não é uma relação de produção, mas, de distribuição. Como não é objetivo desta tese aprofundar essa questão, maiores detalhes podem ser encontrados em Gutelman (1974), no item que trata da transformação do valor em preço.

Importante conhecer como se formam os preços dos produtos e serviços. Formam-se de diferentes maneiras, conforme as estruturas dos mercados. Há mercados mais concorrenciais, outros, oligopolistas, monopolistas... Neste último caso é possível que se formem preços de monopólio, que correspondem, por analogia, à renda de monopólio (barreiras impedem a perequação da taxa de lucro). Enquanto os lucros de monopólio são mais afeitos ao capital e à produção física da indústria, a renda de monopólio está relacionada aos recursos naturais (como as rendas de localização, de fertilidade, e a “intrigante” renda diferencial de capitalização). Todavia, os preços e as rendas de monopólio são calculados acima do valor, e não entre o preço de produção e o valor. É somente nessa faixa acima do valor que se situam as rendas de monopólio potencialmente decorrentes da outorga de uma IG, num território

delimitado, onde se encontram as tais “condições especiais de produção”. O termo *terroir* exemplifica e representa muito bem essas condições especiais.

No caso específico do Porto Digital do Recife, e, eventualmente, de outros territórios demarcados, não se está tratando da existência de “recursos naturais especiais”, muito menos de tradição ou identidade. Nesses casos particulares, a IG personifica, via sobre-preços, uma fração do excedente da produção. Porém, no caso dos serviços, não se trata de **renda** de monopólio. Trata-se, a rigor, de um rendimento sob a forma de **lucro** de monopólio. Monopólio do conhecimento tecnológico, de reconhecida qualidade, porém sem vínculo direto com a propriedade fundiária, nem com a posse e uso de recursos naturais. Ao contrário dos recursos originários da natureza, o conhecimento é produto do trabalho humano, não se lhe aplicando, portanto, o conceito de renda. A legislação brasileira guarda certas nuances peculiares em relação ao resto do mundo, em matéria de IG, porque inovou ao criar a possibilidade de uma IG vir a proteger serviços. Essa é mais uma dificuldade a ser transposta na compreensão e análise da IG brasileira, onde reside o risco de se confundir **lucro** de monopólio (Porto Digital do Recife, por exemplo) com **renda** de monopólio (Vale dos Vinhedos, por exemplo).

Existem outras particularidades na legislação brasileira que requerem bastante atenção. Resultados da pesquisa de campo não recomendam que se dê um tratamento homogêneo (padronizado) a todas as IG outorgadas nos seus respectivos territórios georreferenciados. Em outras palavras, não deve tratar como iguais os que são diferentes. Embora a outorga suponha que tenham sido levados em consideração aspectos socioeconômicos, políticos-institucionais, geoambientais, histórico-culturais e técnico-científicos dos territórios, as informações colhidas *in loco* sugerem pelo menos uma advertência. Cabe esclarecer que existe um distanciamento entre o discurso oficial que reforça a ideia de qualidade, tradição, desenvolvimento sustentável, advindos do reconhecimento de uma IG, e algumas experiências brasileiras, a exemplo da IG Submédio São Francisco, na modalidade IP.

Ao se fazer uma análise-padrão de todos os processos de reconhecimento das IG, e de suas consequências nos territórios georreferenciados, perde-se a diversidade e a riqueza das experiências nesses territórios. Perdem-se também suas respectivas histórias e produtos territoriais. Essas experiências de reconhecimento geográfico nem sempre condizem com a essência do que representa uma IG, em sua origem; ou seja, como ela é interpretada pelo

mercado consumidor consciente de seu valor. Tal fato explica por que, em alguns territórios georreferenciados, a apropriação de parte da mais-valia social – no conceito de renda de monopólio proporcionada pela IG – sequer acontece, e, quando esse valor excedente é acaparado, essa relação de distribuição não causa impacto significativo sobre o território.

5.2 OS GRUPOS TIPOLOGICOS E SEUS SUBTIPOS

Primeiramente, é preciso considerar a totalidade de territórios reconhecidos com o selo IG, conforme tabela 2. Posteriormente, selecionar por meio de análise comparativa e crítica as semelhanças e diferenças nas experiências dos territórios georreferenciados, para desenvolver a tipologia.

Tabela 2: IG concedidas até agosto de 2014

Tipo	Depósito	Requerente	País	UF	Produto/serviço	Publicação na RPI
DO	19/9/1997	Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes	PT	-	Vinhos	1492, de 10/08/1999
DO	12/3/1998	Bureau National Interprofessionel du Cognac	FR	-	Destilado vínico ou aguardente de vinho	1527, de 11/04/2000
DO	20/10/1998	Consorzio del Prosciutto di San Daniele	IT	-	Coxas de suínos frescas, presunto defumado crú	1996, de 07/04/2009
IP	28/1/1999	Cons. das Ass. dos Cafeicultores do Cerrado - CACCER	BR	MG	Café	1797, de 14/04/2005
IP	6/7/2000	A. P. de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos - Aprovale	BR	RS	Vinho tinto, branco e espumantes	1663, de 19/11/2002
DO	5/6/2001	Consorzio Per la Tutela Del Franciacorta	IT	-	Vinhos, vinhos espumantes e bebidas alcoólicas	1711, de 21/10/2003
DO	21/9/2001	Conf. Gen.des Prod. Lait de Brebis et des Ind.de Roquefort	FR	-	Queijos	2212, de 28/05/2013
IP	8/8/2005	Ass. Prod. Carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional	BR	RS	Carne Bovina e seus derivados	1875, de 12/12/2006
IP	27/11/2006	Ass. dos Produtores e Amigos da Cachaça Artesanal de Paraty	BR	RJ	Aguardentes, tipo cachaça e aguardente composta azulada.	1905, de 10/07/2007
IP	31/8/2007	Conselho da União das Ass. e Coop. dos Produtores de Uvas de Mesa e Mangas do Vale do Submédio São Francisco	BR		Uvas de Mesa e Manga	2009, de 07/07/2009
IP	14/9/2007	Associação das Indústrias de Cortumes do Rio	BR	RS	Couro Acabado	2002, de 19/05/2009

Tipo	Depósito	Requerente	País	UF	Produto/serviço	Publicação na RPI
		Grande do Sul				
IP	26/9/2007	Associação dos Produtores de Cafés Especiais da Alta Mogiana	BR	SP	Café	2228, de 17/09/2013
IP	3/10/2007	Associação dos Produtores de Café da Mantiqueira	BR	MG	Café	2108, de 31/05/2011
DO	1/8/2008	Associação dos Produtores de Arroz do Litoral Norte Gaúcho	BR	RS	Arroz	2068, de 24/08/2010
IP	7/10/2008	Associação dos Produtores de Vinhos Finos de Pinto Bandeira	BR	RS	Vinhos tinto, brancos e espumantes.	2062, de 13/07/2010
IP	12/3/2009	Associação dos Produtores de Doces de Pelotas	BR	RS	Doces tradicionais e confeitaria de frutas	2121, de 30/08/2011
IP	18/5/2009	Associação dos Artesãos em Capim Dourado da Região do Jalapão do Estado de Tocantins	BR	TO	Artesanato em Capim Dourado	2121, de 30/08/2011
IP	18/5/2009	Associação dos Cafés Especiais do Norte Pioneiro do Paraná	BR	PR	Café verde em grão e industrializado em grão ou moído	2177, de 25/09/2012
IP	27/7/2009	Cooperativa de produção têxtil de afins do algodão	BR	PB	Têxteis de algodão naturalmente colorido	2180, de 16/10/2012
DO	20/10/2009	Associação dos Carcinicultores da Costa Negra	BR	CE	Camarão	2119, de 16/08/2011
IP	22/12/2009	Associação dos Produtores de Cachaça de Salinas	BR	MG	Aguardente de cana tipo Cachaça	2180, de 16/10/2012
IP	22/12/2009	Associação dos Cacauicultores de Linhares	BR	ES	Cacau em amêndoas	2169, de 31/07/2012
IP	16/4/2010	Associação dos Produtores Artesanais do Queijo do Serro	BR	MG	Queijo minas artesanal do serro	2136, de 13/12/2011
IP	16/4/2010	Associação dos Produtores do Queijo Canastra	BR	MG	Queijo canastra	2149, de 13/03/2012
IP	19/5/2010	Associação das Panelas de Goiabeiras – APG	BR	ES	Panelas de barro	2126, de 04/10/2011
DO	23/6/2010	Sindicato de Extração e Aparelhamento de Gnaisses no Noroeste do Estado do Rio de Janeiro - SINDGNAISSES	BR	RJ	Gnaisse fitado milonítico de coloração branca com pontos de vermelhos de diâmetro geral inferior a 1 cm. Nas pedreiras é feito o deslocamento da rocha em lajes brutas de 50x50x8cm. Nas serrarias estas lajes são beneficiadas produzindo as lajinhas comercializadas	2159, de 22/05/2012
DO	23/6/2010	Sindicato de Extração e Aparelhamento de Gnaisses no Noroeste do	BR	RJ	Gnaisse fitado milonítico de coloração clara com quatro variedades de cor: branca, rosa,	2159, de 22/05/2012

Tipo	Depósito	Requerente	País	UF	Produto/serviço	Publicação na RPI
		Estado do Rio de Janeiro - SINDGNAISSES			verde e amarela. Nas pedreiras é feito o deslocamento da rocha em lajes brutas de 50x50x8cm. Nas serrarias estas lajes são beneficiadas produzindo as lajinhas comercializadas	
DO	23/6/2010	Sindicato de Extração e Aparelhamento de Gnaises no Noroeste do Estado do Rio de Janeiro - SINDGNAISSES	BR	RJ	Gnaisse fitado milonítico de coloração cinza possuindo 3 variedades: "Olho de pombo", "Pinta Rosa" e "Granito Fino". Nas pedreiras é feito o deslocamento da rocha em lajes brutas de 50x50x8cm. Nas serrarias estas lajes são beneficiadas produzindo as lajinhas comercializadas	2159, de 22/05/2012
IP	14/7/2010	Centro Tecnológico do Mármore e Granito – CETEMAG	BR	ES	Mármore	2160, de 29/05/2012
DO	16/8/2010	Ass. Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos - Aprovale	BR	RS	Vinhos e espumantes	2077, de 25/09/2011
IP	18/8/2010	Ass. dos Produtores da Uva e do Vinho Goethe – PROGOETHE	BR	SC	Vinho de uva Goethe	2145, de 14/02/2012
IP	15/9/2010	Associação dos Artesãos de Peças em Estanho de São João del-Rei	BR	MG	Peças artesanais em Estanho	2144, de 07/02/2012
DO	11/11/2010	Federação dos Cafeicultores do Cerrado	BR	MG	Café verde em grão e industrializado em grão ou moído	2243, de 31/12/2013
IP	25/11/2010	Sindicato das Indústrias de Calçados de Franca	BR	SP	Calçados	2144, de 07/02/2012
DO	27/11/2010	Instituto dos Vinhos do Douro e Porto	PT	-	Vinho generoso (vinho licoroso)	2154 de 17/04/2012
IP	17/12/2010	IGO PEDRO II	BR	PI	Opala preciosa de Pedro II e Joias artesanais de opalas de Pedro II	2152, de 03/04/2012
DO	29/3/2011	União dos Produtores de Própolis Vermelha do Estado de Alagoas	BR	AL	Própolis Vermelha e extrato de própolis vermelha	2167, de 17/07/2012
DO	4/8/2011	Comté Interprofessionnel Du Vin de Champagne	FR	-	Vinhos Espumantes	2188, de 11/12/2012
IP	5/8/2011	Porto Digital	BR	PE	Serviços de tecnologia da informação	2188, de 11/12/2012
IP	23/8/2011	Associação São-Tiaguense dos produtores de biscoito	BR	MG	Biscoito	2169, de 05/02/2013
DO	1/9/2011	Napa Valley Vitners Association	US	-	Vinho	2175, de 11/09/2012
IP	22/9/2011	Associação para o Desenv. da Renda Irlandesa de Divina Pastora	BR	SE	Renda de Agulha em lacê	2190, de 26/12/2012
IP	28/11/2011	Comitê Executivo de fruticultura do RN	BR	RN	Melão	2228, de 17/09/2013
IP	13/3/2012	Associação de Produtores	BR	RS	Vinhos	2188, de

Tipo	Depósito	Requerente	País	UF	Produto/serviço	Publicação na RPI
		dos Vinhos dos Altos Montes				11/12/2012
IP	13/4/2012	Conselho Ass. Coop. Emp. Ent. Renda Renascença-Conarenda	BR	PB	Renda Renascença	2229, de 24/09/2013
IP	23/8/2012	Associação dos vitivincultores de Monte Belo do Sul	BR	RS	Vinhos	2230, de 01/10/2013

Fonte: Elaboração da Autora com base nos dados disponibilizados pelo INPI (www.inpi.gov.br).

O conjunto das entrevistas e visitas técnicas, e a aplicação da tipologia revelam dois grupos tipológicos (Grupo A – Acapara renda de monopólio; Grupo N.A – Não Acapara renda de monopólio), cada um com dois subgrupos (Grupo A: Produtos Endógenos; Produtos Exógenos-Adaptados); e o Grupo N.A: Produtos Transmigrados de Produção Recente; Produtos Esdruxúlos).

O primeiro grupo – Grupo A e seus respectivos subgrupos – confirma ser, a IG, uma forma de acapara renda de monopólio, uma vez que a IG historicamente representa um produto com notoriedade, singular e inimitável. Daí, cumprir a sua função primordial que é proteger o produto, produtores, e o território georreferenciado. Roux¹²³ (2013) concorda com a autora que a proteção e ao mesmo tempo a renda de monopólio são a materialização legal que nasce a partir de uma qualidade singular e reconhecida pela notoriedade de um dado produto construída ao longo do tempo, ou seja, é um produto cuja reputação e singularidade estão ligadas à geografia-histórica.

Ademais, deve-se considerar que nesse Grupo A existe o desdobramento das consequências do reconhecimento territorial já descrito – a exemplo da multifuncionalidade; sustentabilidade ambiental; preservação do patrimônio cultural coletivo; ganho ou aumento de uma vantagem competitiva, etc. Numa escala de âmbito nacional, em alguns tipos, favorece a pauta da balança comercial, servindo de instrumento de desenvolvimento territorial, especialmente agrário, e agroindustrial. Todos esses desdobramentos estão em consonância com o discurso oficial, e com as justificações alegadas no reconhecimento do território. Belas (2012) lista 17 bens culturais objeto de políticas patrimoniais de âmbito estadual e/ou federal que solicitaram ou pretendem solicitar IG. Não por coincidência, todos os produtos (tipos) listados encontram-se no Grupo A.

¹²³ Entrevista fornecida à autora em abril de 2013.

Tabela 3. Bens com dupla proteção: indicação geográfica e patrimônio cultural

INPI	Produto / Bem	Denominação	Patrimônio IPHAN/ Minc	Est.	Apoio
IG concedidas	Doces	Pelotas	Registro de Patrimônio Imaterial	RS	SEBRAE
	Queijos	Serro	Registro de Patrimônio Cultural de MG e Patrimônio Imaterial do Brasil	MG	EMATER-MG, EPAMIG, Univ; pref., AgriFert.
		Canastra		RS	SDR São Joaquim; Fapesc; CAV/ Udesc; Epagri
		Serrano	Método de produção artesanal considerado patrimônio	ES	SEBRAE (projeto piloto)
	Panelas de Barros	Goiabeiras	Registo Patrimônio Imaterial Integra o Promoart	TO	Secretaria de Cultura TO
	Capim Dourado	Região do Jalapão	Patrimônio Imaterial do TO / integra o Promoart	MG	UFSJ
	Estanho	São João Del Rey	Patrimônio do Estado de MG	SE	SEBRAE (edital)
Renda	Divina Pastora	Registro de Patrimônio Imaterial			
IG solicitadas	Renda	Cariri da Paraíba	Polo do Promoart	PB	SEBRAE (edital)
	Cajuína	Piauí	Registro de Patrimônio Imaterial em andamento	PI	SEBRAE (edital) EMBRAPA; UFPI; SEDET-PI
Em fase de Elaboração de Dossiê para a solicitação de IG	Farinha	Cruzeiro do Sul	INRC	AC	MAPA; SEBRAE
	Cerâmica	Maragogipinho	Polo do Promoart	BA	Edital FABESP
	Artesanato Miriti	Abaetetuba	Polo do Promoart	PA	SEBRAE (edital)
	Bordado	Alagoas	Polo do Promoart	AL	SEBRAE
	Licuri	Bahia	Fortaleza Slow Food	BA	FABESP (edital)
	Guaraná	Maués	Terra Indígena Satere Mawé Fortaleza do Slow Food	AM	Slow Food
	Bordados	Serido		RN	SEBRAE

Fonte: Belas (2012)

No Grupo N.A, em contrapartida, existem territórios georreferenciados, já reconhecidos oficialmente, porém com uma história sócio-produtiva recente. São grupos de produtos georreferenciados que ainda não têm, de fato, apesar de terem, de direito e serem legalmente reconhecidos com uma IG, a notoriedade ou o reconhecimento por parte do consumidor, às vezes, nem mesmo local (Produtos Transmigrados de Produção Recente).

Nesse grupo, a outorga, com registro, de uma IG para um produto ou sistema de produção/atividade georreferenciado encontra-se pautada em outras características. Diferentemente da preservação de produtos singulares geográfico-históricos, qualidade, notoriedade e reputação, reconhecem-se produtos territoriais que têm uma história sócio-produtiva ainda que recente no território georreferenciado. Percebe-se que, nesse grupo, os produtores adotam uma ação sobretudo preventiva, na proteção dos seus produtos, diferenciando-os com o registro da IG. Apesar de possuírem qualidade e singularidade, atestadas legalmente com a conquista de um registro, os produtos diferenciados e georreferenciados ainda não revelam notoriedade, pois a sua história sócio-produtiva no território é muito recente. Tais produtos diferenciam-se somente pela incorporação de inovações tecnológicas e organizacionais que revelam qualidade e adequação às novas exigências dos mercados para produtos diferenciados por certa exclusividade e qualidade, uma vez em que, legalmente, podem utilizar o signo da IG.

Contudo, o subgrupo Produtos Esdrúxulos, que reúne os serviços, representa um anacronismo normativo, e total distanciamento do que representa a IG no âmbito internacional – Acordo ADPIC, do qual o Brasil é signatário, que não inclui serviços.

As diferenças entre o acordo ADPIC e a LPI/96 foram esquematizadas por Bruch (2008) a tabela abaixo:

Tabela 4: Diferenças entre o acordo ADPIC e a LPI/96

	ADPIC	Lei 9.278/1996	
Gênero	Indicação geográfica	Indicação geográfica	
Espécie	Indicação geográfica	Indicação de procedência	Denominação de origem
Nome protegido	Qualquer indicação	Nome geográfico	
Abrangência	Produto	Produto ou serviço	
Origem	Território ou região ou localidade deste território.	De país, cidade, região ou localidade de seu território.	
Fundamento	Produto de qualidade, reputação ou outra característica associada a um território ou região ou localidade deste território.	Produto/serviço que tenha se tornado conhecido como originado de um meio geográfico	Produto/serviço que possua qualidade ou característica que o associe a um meio geográfico

Produção/origem da matéria-prima	Essencialmente atribuída à sua origem geográfica	Centro de extração, produção ou fabricação do produto ou de prestação do serviço	Exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos
----------------------------------	--	--	---

Fonte: Adaptado de (BRUCH, 2008, p.5)

Sobre as características do Grupo N.A, levantam-se duas questões. Como administrar o prejuízo imaterial, ou seja, a descredibilidade do que representa a IG para o mercado nacional e internacional? Na verdade, o que existe é apenas a intenção ou a suposição de que a antecipação, pelo capital produtivo, de processos que visam assegurar a proteção para um produto singular, ainda que não seja reconhecido pelo mercado ou não tenha sequer notoriedade.

Segundo se observa na tipologia, o não reconhecimento (notoriedade e reputação) impede a sobrevalorização econômica do produto. Em outras palavras, não se gera renda de monopólio, apesar de o produto possuir o signo da IG. Conforme relata o Sr. Clóvis Terra¹²⁴, “como o consumidor não identifica, não reconhece, a IG no arroz, o selo não é utilizado em todos os diferentes tipos de arroz, produzidos pela Associação.” Isso confirma que não está sendo gerada renda (nem lucro) de monopólio enquanto fração da mais valia social. Essa sobrevalorização só poderia vir a ser observada a partir da elevação dos preços (preços de monopólio) em decorrência do desdobramento econômico e mercadológico monopolista, proporcionado pela outorga de uma IG.

Seguindo essa linha de raciocínio, formula-se outro questionamento: por que então o Grupo N.A buscou a proteção e o reconhecimento de uma IG? Para a autora, o produto pode subir de preço, mas não pela renda (ou lucro) de monopólio, advindos do reconhecimento da IG, uma vez que o mercado consumidor não reconhece o produto, e não raro não compreende o signo IG – como ratificou o próprio Sr. Clóvis Terra. Contudo, linhas de financiamento próprias para IG; apoios técnicos para melhorar a produção e qualidade do processo e do produto, muitas vezes adaptando-o ao mercado, e facilitando sua inserção mercadológica, fazem da IG uma excelente oportunidade para o negócio, que se apodera de uma ferramenta disponível. Trata-se aí de vantagens indiretas.

¹²⁴ Presidente da Associação de Produtores de Arroz do Litoral Norte do Rio Grande do Sul (Aproarroz). Entrevista fornecida a autora em 23 de agosto de 2012.

Em uma audiência pública, animada pelo Sr. Livino Sales, presidente da Associação dos Carcinicultores da Costa Negra (ACCN), em maio de 2013, Brasília (Anexo C), o *slide* que trata de “Recuperação do Setor com foco no Mercado Interno”, cita a obtenção de certificações, e a DO aparece como meta. O camarão da Costa Negra – único do mundo a possuir uma DO – possui outras certificações, conforme a ACCN, entre elas, Produto Orgânico, e Chico Mendes. Mas, estranhamente, focando-se no selo IG, a questão da confiança da qualidade do produto, e sua rastreabilidade – origem geográfica, amplamente divulgada e difundida pela ACCN, como diferencial, que podia ser conferida e acessada, respectivamente, via site próprio da Associação, não existe. O domínio da internet – www.accn.com.br – divulgado, até os dias atuais, inclusive no INPI, não está mais registrado pela ACCN, e não há outro que o substituiu. Atualmente, pode-se encontrar, no *Facebook*, um perfil de caráter privado, conforme consta no anexo. Não se pode esquecer que a fragilidade normativa da IG conduz a uma facilidade burocrática diferente de outros selos, como certificações, mais apropriadas a produto com uma história sócio-produtiva recente e ao nicho mercadológico, conforme já descrito no capítulo 3.

Podem-se citar, por exemplo, Normas ISO, cujo custo de implantação ocorre por etapas do processo produtivo, e não pelo conjunto da produção como na IG, essa última muito menos burocrática e menos custosa, como argumenta Voltz (2001). Dessa forma, entre outros benefícios próprios dos titulares da IG, alguns supracitados, uma estratégia de *marketing*, inclusive territorial (essa última, constitui-se numa forma de otimizar a dinâmica socioeconômica de outros bens e serviços oferecidas e associadas à IG- multifuncionalidade), fortalecida pelo apoio do governo federal, através de seus órgãos, autarquias, e empresas – a exemplo do MAPA/Embrapa, Sebrae, MCT/INPI, favorece os produtores concentrados nesse grupo. Inverte-se o processo típico da IG que é: primeiramente, a notoriedade ou singularidade geográfico-histórica, e depois o reconhecimento legal.

Volta-se então a questão da necessidade de mais selos nacionais, que direcionem cada produto ao seu nicho específico, com objetividade, diferentemente do que se encontra na LPI, tratando-se de IG. Como já descrito na sessão 1, a legislação francesa separa qualidade ou um saber-fazer de origem geográfica, pois nem sempre ao produto pode ser atribuída qualidade a qualquer tipo de ligação específica com seu território geográfico e até mesmo humano. Daí, o anacronismo do reconhecimento da IG ao subgrupo Produtos Esdrúxulos. A autora considera impossível admitir, por exemplo, que softwares desenvolvidos no Porto Digital de Recife,

tenham ligação com qualquer fator geográfico ou humano do território georreferenciado. Ou será que a área delimitada e reconhecida, ou mesmo os pernambucanos que lá trabalham interferem no produto final gerado no Porto? Não há singularidades geográfico-históricas nos diversos serviços e produtos desenvolvidos na área delimitada com uma IG.

No atual estado das artes, as IG brasileiras podem ser assim visualizadas: dois grandes grupos tipológicos, seus respectivos subgrupos, e tipos analisados, nesta tese, demonstrados na tabela a seguir:

Tabela 5: Grupos e subgrupos tipológicos

GRUPO “A” – Acapara renda de monopólio	GRUPO “NA”- Não acapara renda de monopólio
PRODUTOS ENDÓGENOS	PRODUTOS TRANSMIGRADOS DE PRODUÇÃO RECENTE
Nome: MANGUEZAIS DE ALAGOAS Espécie: DO Produto: Própolis vermelha e extrato de própolis vermelha.	Nome: Vale do Submédio São Francisco Espécie: IP Produto: Uvas de Mesa e Manga.
Nome: PARATY Espécie: IP Produto: Aguardentes, tipo cachaça e aguardente composta azulada.	Nome: COSTA NEGRA Espécie: DO Produto: Camarões.
Nome: REGIÃO DO JALAPÃO DO ESTADO DO TOCANTINS Espécie: IP Produto: Artesanato em Capim Dourado.	Nome: LITORAL NORTE GAÚCHO Espécie: DO Produto: Arroz.
Nome: Goiabeiras Espécie: IP Produto: Panelas de barro.	PRODUTOS ESDRÚXULOS
Nome: REGIÃO PEDRA CARIJÓ RIO DE JANEIRO Espécie: DO Produto: Pedra de Revestimento	Nome: PORTO DIGITAL Espécie: IP Produto: Serviços de Tecnologia da Informação – TI
PRODUTOS (EXÓGENOS- ADAPTADOS)	Nome: Vale Minério de Ferro S11D* Espécie: DO Produto: Minério de Ferro *Pedido depositado.
Nome: VALE DOS VINHEDOS Espécie: DO Produto: Vinhos: tinto, branco e espumante.	
Nome: VALE DOS VINHEDOS Espécie: IP Produto: Vinhos: tinto, branco e espumante.	
Nome: DIVINA PASTORA Espécie: IP Produto: Renda de agulha em lacê.	

Fonte: Autora (2014)

Descrevem-se a seguir os subgrupos tipológicos, e analisa-se um respectivo tipo, que serve de exemplo, para melhor detalhar a tipologia. Deve-se considerar que, apesar das semelhanças gerais que agrupam os tipos no seu respectivo subgrupo, as experiências territoriais são únicas

e cada uma delas possui suas peculiaridades, no que se refere ao processo de implantação da IG, e seus impactos sobre o território georreferenciado.

5.2.1 Grupo A: Subgrupo1 → Produtos Endógenos

Os produtos endógenos aqui são considerados próprios do território. Por exemplo, o capim dourado, na Região do Jalapão, no Tocantins; e, a argila retirada do barreiro do Vale do Mulembá, na ilha de Vitória, que fabrica as painéis de barro de Goiabeiras, no Espírito Santo. Esses dois exemplos possuem IP, como também são considerados patrimônio cultural do Brasil reconhecido pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan).

Nas IP encontradas nesse subgrupo (Produtos Endógenos), saberes e práticas tradicionais são associados geralmente a pequenos produtores rurais, agroextrativistas, artesãos e populações tradicionais em geral (indígenas, quilombolas, ribeirinhos, caiçaras, etc.), e existe uma primazia sobre o conhecimento técnico-científico. Esse último é utilizado nas inovações técnicas pontuais, a exemplo de algumas alterações de caráter funcional, para adequar o produto ao mercado.

As painéis de Goiabeiras constituem um Tipo desse subgrupo. Neste caso, ficou demonstrado que o saber-fazer tradicional, apesar das inovações técnicas observadas (mudanças nas formas, utilidades e a colocação de alças não mais de barro, etc.), não implicou a descaracterização da tradição. Todavia, alterações na tecnosfera e psicofera, no território, e nos titulares desse saber tradicional e artesanal, encontram-se mais detalhadas na Análise dos Tipos.

Naturalmente existe nesse grupo, uma maior prevalência de IG do tipo DO, pois se produto é endógeno e não há outro similar, pela legislação brasileira é enquadrado como DO, a exemplo das pedras opalas preciosas e joias artesanais de opalas de Pedro II, no Piauí, e das três DO para as pedras da região Noroeste do Estado do Rio de Janeiro: "Região Pedra Carijó", "Região Pedra Madeira" e "Região Pedra Cinza". Assim, diferentemente do discurso oficial, o selo IG não agregou valor (relação com trabalho) ao produto, ao reconhecê-lo como singular geográfico-histórico, mas possibilitou o aumento de preço, através da renda de monopólio que pode ser explorada, mediada pelo selo.

Para análise do tipo Produtos Endógenos, escolheram-se as panelas de barro de Goiabeiras. O estudo desse território georreferenciado suscita questionamentos dos desdobramentos da IG, tanto na tradição cultural local transmitida secularmente entre várias gerações, quanto no tipo organizacional de produção, que se alega tentar salvaguardar – o artesanato.

5.2.1.1 Panelas de Barro de Goiabeiras

Neste subtópico, a análise está focada na tipologia. Contudo, levantam-se algumas questões sobre a IG e suas limitações na salvaguarda de produtos tradicionais e artesanais, que sobreviveram ao longo do tempo, preservando um saber-fazer e um tipo de produção, próprio da interação entre território e homem, típicos dos produtos endógenos. Algumas informações históricas, socioeconômicas, e de outra ordem podem ser visualizadas e interpretadas nas fichas-resumo de cada tipo, território georreferenciado, no subtópico 4.4, ao final desta seção.

As panelas de barro de Goiabeiras, de agora em diante, denominadas simplesmente como tipo, assim, como os outros do seu subgrupo (Produtos Endógenos) enquadram-se como um produto singular, que possui notoriedade. Esta somente pode ser desenvolvida, no que tange à IG, com uma história de produção que reflete a qualidade do produto, desassociada de um forte *marketing* e publicização, mais adequados à marca.

Ao utilizar o selo IG, o produto permite apropriação de renda de monopólio, por ser singular geográfico-histórico e notório, e também por ser facilmente reconhecido e valorizado como tal pelo público consumidor.

Conecta-se o território georreferenciado (local) com as escalas nacional e internacional, uma vez que os territórios não são pontos soltos, mas sim malhas de conexão, dentro do sistema capitalista em que estão inseridos. Inquieta o fato notório de que, no mercado capitalista, qualquer artesanato reconhecido ou não com a IG, uma vez incorporado a uma demanda crescente de consumo, o tipo de organização artesanal, não raro, terá que ser modificado, para aumentar o volume de produção. Ademais, a tradição, ou seja, o saber-fazer é fragmentado nas etapas do novo processo produtivo (produtivista), mais adequado às demandas capitalistas de consumo. Essa realidade pode ser visualizada no desdobramento da implementação do selo IG para as panelas de Goiabeiras.

No tipo aqui analisado houve uma divisão social do trabalho. Das seis etapas após a extração do barro, nem todas são feitas mais pelas paneleiras¹²⁵, como são conhecidas as artesãs. A produção deixou de ser familiar, especialmente devido ao surgimento do galpão central onde ocorre a produção da Associação¹²⁶; observou-se também uma mudança na vinculação de gênero, como atividade eminentemente feminina.

O primeiro "paneleiro" a criar esse novo sistema foi Arnaldo Goes Ribeiro, que passou a utilizar algumas artesãs como empregadas ou sub-empregadas na produção e, inclusive, colocando homens na modelagem das panelas, alterando algumas formas tradicionais e criando outras de acordo com a necessidade do mercado, como por exemplo, a fabricação de peças pequenas para servir de cinzeiros, molheiras, etc. (PEROTA, 1997. p. 16).

Ademais, como descreve Simão (2008), referindo-se à notoriedade da panela, antes mesmo do selo IG – conquistado em 2011 – já havia uma demanda crescente, que interveio e alterou o produto e sua significância.

(...) observa-se que muitos consumidores passaram a utilizar este utensílio como enfeite, suporte qualquer, mesmo que na maioria das vezes, o uso que se faz dela privilegia a sua dimensão utilitária. Ao deslocá-la de um lugar específico, a cozinha, para adquirir outros usos e significados, como souvenir ou peça de museu, agregam-se a essas peças novos valores. A panela de barro produzida em Goiabeiras é um bem cultural que ganha status de “objeto patrimonial”. (SIMÃO, 2008. p. 131, 132).

A transição de um bem, oriundo da cultura tradicional, para um bem de consumo regular e contínuo, no mercado, no mercado, implica uma contradição. O consumo de massa exigido pelas redes de hotéis, restaurantes, e do turismo potencializa a velocidade de extração das jazidas (argila retirada do barreiro do Vale do Mulembá, na ilha de Vitória). No limite, o mercado estimula o crescimento da produção e o rápido esgotamento da matéria-prima. O mesmo ocorre com o tanino, usado para a impermeabilização e coloração das peças, que é obtido da casca do mangue vermelho. Sem esses dois recursos, não se realiza a produção tradicional das panelas de barro. Infelizmente, no estatuto não foi fixado um limite (da produção máxima anual), apesar da exigência de licenciamento para extração da argila.¹²⁷

Contudo, destaca-se que não é o reconhecimento através do selo IG que determina essa alteração no processo produtivo que descaracteriza o produto como artesanal, e tem consequências na transmissão e preservação da tradição. Ele pode apenas ser acelerado, por

¹²⁵ Exceção fazem as “Velhas Goiabeiras”, como são conhecidas as antigas artesãs que produzem no fundo do quintal, e que vendem sua produção basicamente sob encomenda para um público local direcionado.

¹²⁶ As paneleiras em 1987 organizaram-se em uma entidade que possui o modelo de associação, chamada Associação Paneleiras de Goiabeiras (CAMILLETI, 2007. p 81), reivindicaram ao poder público um galpão que funciona como sede da associação e onde concentra a maior parte da produção dividindo as artesãs em dois grupos: as paneleiras do Galpão e as chamadas paneleiras de fundo de quintal.

¹²⁷ Belas(2012)

meio da IG, uma vez que o reconhecimento promove ou aumenta um interesse pelo consumo do produto.

Convém salientar que, no âmbito desta tese, não se considera que a tradição não seja algo imutável e estático no tempo. As relações entre as tradições podem ser ressignificadas e reapropriadas, possibilitando uma nova roupagem na identidade cultural, sem perder os valores identitários primordiais típicos e singulares do grupo. Hobsbawn¹²⁸ (1984) considera que as tradições não são sobras, mas invenções e reinvenções, entre indivíduo e coletivo, e vice-versa. Mas permanece a pergunta: qual o real limite da salvaguarda de uma IG para produtos tradicionais e artesanais?

O aumento do interesse na proteção de produtos artesanais, como é o caso do tipo do subgrupo analisado, encontra-se em consonância com a crescente associação da IG nacional à salvaguarda dos patrimônios culturais e ambientais. A ênfase na preservação do patrimônio e a garantia processos de produção comprometidos com a conservação da biodiversidade acompanha a crescente demanda dos consumidores por produtos éticos e ambientalmente responsáveis. Eis aí a fase mais recente no desenvolvimento de justificativas às políticas de incentivo, proteção e promoção de IG no Brasil.

A IG é o único mecanismo legal do sistema de propriedade intelectual capaz de proteger produções coletivas, históricas e localizadas. O selo está sendo utilizado, inclusive no discurso oficial, como instrumento de proteção de produtos desenvolvidos por povos e comunidades tradicionais. O objetivo é garantir uma adequada repartição de benefícios aos detentores do saber e dos modos de fazer, preservados e transmitidos ao longo de gerações. A tipologia e a análise levam a crer que a IG brasileira dos subtipos do grupo em questão assegura renda de monopólio, e não é apenas mais um instrumento populista de política social compensatória.

Outro ponto importante que deve ser destacado diz respeito a produtos que, apesar de não terem notoriedade, são singulares geográfico-históricos no globo, a exemplo das Pedras do Rio de Janeiro, únicas dessa espécie no mundo, portanto, condizente com o reconhecimento por meio de uma DO.

5.2.2 Grupo A: Subgrupo 2 → Produtos (Exógenos-Adaptados)

¹²⁸ HOBSBAWM, Eric & RANGER, Terence (orgs.). A invenção das tradições. – Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984. Págs. 9-23.

Os produtos exógenos são trazidos e incorporados a determinado ecossistema, onde acabou sendo adaptado. Trazidos por quem? Trazidos por deslocamentos espontâneos das espécies, ou por trabalhadores imigrantes que trouxeram sua cultura, tradição e saberes. Esses produtos, ao serem introduzidos em um novo espaço geográfico, começaram uma troca de fatores e influências com o meio-ambiente, e a produção de um produto adaptado implica a criação de um novo território. Os fatores geográficos influenciam a produção e o produto final. Diferenças de temperatura, umidade do ar, altitude na linha de produção e armazenagem, por exemplo, provocam mudanças sutis no produto, mudanças físico-químicas ou organolépticas. Assim, o novo produto não é igual ao que aquela população migrante produzia na sua terra de origem; pode ser semelhante, mas não igual. Além dos fatores geográficos físicos há também os fatores humanos. Pergunta-se: será que a população migrante conseguiu trazer toda a logística e entorno de produção para o novo território? Será que a produção não teve que ser adaptada às disponibilidades ou foi influenciada pelas facilidades do novo território? Indisponibilidade ou demora no transporte do produto poderia demandar uma nova forma de estocagem ou de produtos diferenciados para que não se perdesse a produção. Eliminam-se ou se substituem insumos na produção, simplesmente por eles não existirem no novo território; acrescentam-se outros, existentes no novo território, que eram indisponíveis no território de origem. Todos esses fatores são exemplos da atividade humana na adaptação de um produto exógeno implicando um produto diferente da sua matriz

Ainda sobre a influência do território na produção e no produto, que é fruto desse território e por isso carrega consigo suas influências e peculiaridades, convém lembrar: a influência dos fatores geográficos climáticos; situações como regime de cheias e secas de rio, estiagens e períodos de chuvas; estações climáticas com maior ou menor duração, média e amplitude de temperaturas diferenciadas; a incidência solar, dentre outros fatores, podem levar a população migrante a adaptar seu *modus operandi* com o objetivo de conseguir efetivamente produzir no novo território.

Da mesma forma que a população migrante adapta-se e, de certa maneira, modifica o novo território, os produtos trazidos com eles também experimentam alguma transformação. Por todas essas razões, pode-se concluir que, os Produtos Exógenos são mais condizentes com registros de IG do tipo IP. Produtos introduzidos e adaptados no território pela interação dialética homem-meio.

A observação de maior prevalência de DO nos Produtos Endógenos e IP nos Produtos Exógenos não é regra rígida, mas sim o resultado de uma tendência natural. Claro que ocorrerão exceções, mas elas não devem ser vistas com estranhamento. A IG é fruto do binômio território e produto, portanto, deve ser analisada sob a ótica de uma relação geográfico-histórica, reconhecendo e protegendo um produto singular.

5.2.2.1 Uva do Vale dos Vinhedos

Neste subtópico, revelam-se algumas contradições sobre a IG. Diferentemente do que se propagava no discurso oficial, enquanto a IP do Vale dos Vinhedos promoveu aumento de preços dos vinhos (com apropriação, pelos proprietários, de renda de monopólio) e das terras, bem como ampliou a multifuncionalidade, especialmente através das atividades turísticas. Mas, por outro lado, também excluiu dezenas de produtores da região da Serra Gaúcha, e provocou a perda de variabilidade genética (biodiversidade) através da concentração da produção em apenas duas variedades de uva. No limite, como afirma Flores (2007), as vinícolas reconhecidas sob a IP sequer preocupavam-se em salvaguardar o patrimônio ambiental.

Na análise desse tipo foram reutilizados dados de 2007, da dissertação da autora. Esses dados foram comparados com os de 2012, para que se analisem as mudanças ocorridas a partir da outorga de outra IG, no caso, do tipo DO. Assim, foram analisadas e comparadas as alegações monopolistas, idealizadas para garantir a veracidade propagada no discurso não somente da Associação de produtores do Vale dos Vinhedos (Aprovale), como também no discurso oficial, amplamente divulgado pelo INPI, em palestras e cursos facilmente encontrados na internet, sob o signo da IP e os desdobramentos da multifuncionalidade no território.

No dia 23 de janeiro de 2007, os vinhos do Vale dos Vinhedos alcançaram um novo patamar no mercado internacional. O reconhecimento da IP Vale dos Vinhedos, pelo Comitê de Gestão do Vinho da União Europeia (UE), vinculado à Direção-Geral de Agricultura da Comissão Europeia, concedeu um novo status aos vinhos do Vale. A partir daí, eles passaram a exibir nos rótulos das garrafas exportadas para os 27 países da UE, informações como a região geográfica do produto, a safra e o tipo de uva (CNCP, 2007).

Em decorrência desse reconhecimento, a denominação "Vale dos Vinhedos" foi incluída na lista¹²⁹ das IG de vinhos protegidos na União Europeia. Em conformidade com o Regulamento CE 1493/99, os vinhos do Vale passaram a gozar de exclusividade no mercado europeu e de proteção legal no que se refere à propriedade intelectual. Essa foi a primeira vez que a denominação foi concedida a uma região fora do bloco europeu. A solicitação do registro da IG brasileira "Vale dos Vinhedos" teve de ser intermediada pelo Governo brasileiro, devido às exigências da legislação da UE, que exige a presença da representação estatal no processo de reconhecimento geográfico.

Pode-se admitir que o reconhecimento da IG brasileira "Vale dos Vinhedos", pela UE, é o resultado dos esforços conjuntos entre os setores públicos, através de órgãos governamentais brasileiros que integram o Grupo Interministerial de Propriedade Intelectual e o Instituto Brasileiro do Vinho – IBRAVIN, e o setor privado, por meio da Aprovale, uma organização de direito civil.

De acordo com informações divulgadas pela Aprovale (2007), a IP Vale dos Vinhedos proporcionou um conjunto de mudanças capazes de dar suporte ao desenvolvimento orientado da vitivinicultura. Seguem-se as principais repercussões na área geográfica de produção da região.

Traz satisfação ao produtor, que vê seus produtos comercializados com a IG que corresponde ao seu local de trabalho, valorizando sua propriedade rural e seu patrimônio.

Desperta o interesse dos jovens para a continuação da produção vitícola e vitivinícola.

Estimula investimentos na própria zona de produção, novos plantios e replantios, inovações tecnológicas no campo e na agroindústria do vinho.

Aumenta a participação do produtor no ciclo de comercialização dos produtos e estimula a elevação do seu nível técnico.

¹²⁹ O documento que atualiza a lista comunitária do Regulamento CE 1493/99 está disponível em: <http://www.ibpi.org.br/vinhedo.html> ou http://ec.europa.eu/agriculture/markets/wine/lists/07_en.pdf

Estimula a melhoria qualitativa dos produtos, já que os mesmos são submetidos a controles de produção e de elaboração.

Contribui para a preservação das características e da tipicidade dos produtos, que se constituem num patrimônio de cada região ou país.

Possibilita incrementar atividades de enoturismo.

A multifuncionalidade da IP é expressa, principalmente, pela força do enoturismo. Esta atividade pode ser avaliada pelos números a seguir analisados. No ano de 2006, mais de 150 mil pessoas visitaram o Vale, um aumento de 87,5% em relação ao ano de 2003 (Aprovale, 2007). Por meio do enoturismo, o Vale dos Vinhedos permite ao visitante descobrir, através do vinho, aspectos culturais do Vale. Permite também o contato com o mundo rural, e, mais especificamente, com um produto regional tradicional, assegurado pelo reconhecimento geográfico. Assim, preserva-se a autenticidade da região através da divulgação do seu artesanato, do patrimônio paisagístico, arquitetônico e museológico, além da gastronomia e outros elementos culturais. Desenvolvendo-se o turismo e o artesanato locais, encontra-se o meio mais eficaz de divulgar a cultura, o trabalho e a história de um povo. Dessa forma, valorizam-se as suas características históricas, culturais e religiosas, que, no limite, acabam determinando a essência do vinho, produto de uma cultura familiar e razão da autenticidade dos descendentes de imigrantes italianos.

A partir da implantação da IP, foram construídos quatro hotéis e vários restaurantes. Na agroindústria, instalaram-se duas queijarias, fábricas de sucos e fábricas de alimentos. Observou-se também a instalação de novas empresas prestadoras de serviços, particularmente transportes e serviços de lavanderias. Todos esses investimentos, além de contribuírem para a geração de novas ocupações e rendas, indiretamente contribuíram para a valorização dos imóveis, tanto rurais quanto urbanos (Aprovale, 2007).

A DO Vale de Vinhedos provocou mudanças na tecnosfera e psicosfera local. Como relata Fernández (2012), integraram-se, mediante assinatura de um contrato, as vinícolas e os agricultores – fornecedores exclusivos das vinícolas. Assim, ficou assegurada a compra das uvas com melhores preços, além da qualidade exigida junto aos agricultores. Destaca-se a utilização de insumos agrícolas por suas marcas e dosagens especificadas pela assistência

técnica das próprias vinícolas. Além disso, recomendou-se a manutenção de um volume mais baixo da produção por hectare, com o fim de garantir a qualidade da uva e conseqüentemente do vinho.

As conseqüências do contrato foram: a) melhora na relação com os produtores de uvas, apesar de abarcar apenas uma parcela pequena desses agricultores, ou seja, continua a exclusão, desde a IP, de outros produtores; b) aumento da sustentabilidade ambiental, tanto no que se refere à preservação da paisagem – apesar concentração da produção em uma ou duas variedades de uva, porém há um controle maior no uso de agrotóxicos em comparação ao projeto da IP; e c) preservação efetiva do patrimônio material e imaterial do Vale de Vinhedos, especialmente depois de sancionada a lei 14034¹³⁰ decretando o Vale de Vinhedos Patrimônio Histórico e Cultural do Rio Grande do Sul. Contudo, a autora destaca que diferentemente do registro de patrimônio cultural concedido pelo IPHAN, a lei estadual não prevê nenhuma ação concreta de salvaguarda.

Com base neste tipo aqui analisado, pode-se concluir que o produto líder (vinho) proporciona apropriação de renda de monopólio, em virtude do selo IG, ou melhor, em virtude de todo o empenho despendido pelos titulares que exploram o selo distintivo e o que ele representa. Mas, por outro lado, a IG suscita aspectos negativos, contraditórios e excludentes no território georreferenciado.

5.2.3 Grupo N.A: Subgrupo-3 → Produtos Novos

5.2.3.1 Camarão da Costa Negra

Ao se tratar do tema IG, não raro, surgem alguns questionamentos Por exemplo: o produto-líder é fruto de uma produção tradicional ou histórica? Em um primeiro momento, a resposta seria sim. Isso significa que a produção e o território influenciaram-se mutuamente, assim como a população ali existente. Ao longo do tempo essas influências tornaram-se mais intensas e intrínsecas, levando o produto a possuir características únicas, singularidades geográfico-históricas, além de notoriedade. Tudo isso faz supor a formação, via preços de

¹³⁰ O governador Tarso Genro sancionou a lei 14034, no dia 29.07.2012 com base no projeto de Lei 44/2012 de autoria do deputado estadual Marlon Santos.

mercado, de um sobrelucro proporcionado pela realização do produto reconhecido com a IG, e distribuído sob a forma de renda de monopólio.

Contudo observa-se, no tipo do subgrupo aqui analisado, que a DO do Camarão da Costa Negra representa um processo de proteção “antecipada” do produto, antes mesmo de atingir notoriedade, tampouco o seu respectivo território. Aqui se trata da ausência de notoriedade, mesmo aquela concernente à IG na modalidade IP – conquistada a partir de um processo advindo de uma história sócio-produtiva. Essa constatação serve de exemplo para demonstrar como a IG vem sendo utilizada, no Brasil, por grandes produtores que conseguem abarcar vultosas quantias de dinheiro e apoio técnico-científico de caráter público. Tudo isso independentemente do produto e de sua realização no mercado.

Cabe agora ressaltar que o termo notoriedade, tratando-se de IG, demanda tempo para se consolidar, para se afirmar. Demanda uma simbiose na relação homem e meio ambiente, especialmente no tipo analisado. O que se deve considerar é que o próprio modo de produção do camarão (processo produtivo), nesse meio geográfico, influencia a qualidade e características do produto, e por isso ele recebeu o selo DO. Então, é imperativo que a produção respeite as limitações e características do meio geográfico, senão chegará o ponto em que a produção irá exaurir as condições que determinam a singularidade, ou o produto terá suas características modificadas significativamente. Assim, pode-se prever que produto se extinguirá ou será modificado com o passar do tempo, juntamente com a modificação do meio ambiente. Subliminarmente já existe uma limitação da oferta que se contrapõe à crescente demanda, conforme demonstram os documentos concernentes ao tipo analisado.

Como já explanado na tese, a justificção da preservação ambiental, suscitada no processo do tipo aqui analisado, em relação à IG, desperta a seguinte questão: quais as consequências de produtos exógenos de produção recente, associados ao selo IG? É temerário supor que um produto georreferenciado venha a ter um fim, pelo rápido exaurimento do meio ambiente provocado pelo seu próprio processo produtivo. Donde se pode concluir que não faz sentido reconhecer um produto, sem o tempo necessário, capaz de assegurar a sua sustentabilidade produtiva.

Admite-se que os produtos, que já vêm sendo objeto de sistemas de produção duráveis (produzidos historicamente), num dado território, costumam ser mais bem enquadrados no

que uma IG representa. No tipo aqui analisado, constantes mudanças no meio geográfico são necessárias para garantir o processo produtivo do camarão. Como se pode então inferir que o meio geográfico, constantemente adaptado (alterado) à produção seja o fator determinante de forma sustentável, para justificar e assegurar uma IG?

É inegável que o reconhecimento de uma IG pode favorecer a inserção de produtos georreferenciados em nichos de mercados apropriados, e assim servir como instrumento para alavancar as vendas e aumentar os preços utilizando-se da representatividade do signo IG. Assim, o consumidor poderá identificar e reconhecer o produto. Todavia, cabe aqui outro questionamento: a notoriedade pode vir antes do reconhecimento oficial? Mesmo que seja na tentativa de salvaguardar e proteger bens singulares? Esse processo invertido da outorga de uma IG, onde primeiro há a proteção pelo reconhecimento georreferenciado oficial, e depois a conquista da notoriedade pelo forte *marketing* territorial não descredibiliza a IG brasileira?

A autora inquieta-se sobre a questão da notoriedade, nesse subgrupo. O que se percebe facilmente é a ação lobista de grandes produtores, com forte influência político-econômica. No caso do tipo analisado, conforme demonstrado nos documentos pertinentes ao produto – Diário Oficial Federal e Estadual, podem-se verificar inúmeras quantias de dinheiro para financiar eventos como Seminários e Festival do Camarão, inclusive com a presença do Governador do Estado à época, e do ex-ministro Ciro Gomes. Destacam-se, dentre as mais variadas quantias o apoio do MAPA para o evento: “IV Encontro de Arranjo Produtivo”, num valor total de R\$ 937.500,00 (novecentos e trinta e sete mil e quinhentos reais), e o valor da contrapartida pela Associação dos Carcinicultores da Costa Negra (ACCN) na ordem de R\$ 37.500,00 (trinta e sete mil e quinhentos reais), conforme demonstra-se no seu respectivo anexo.

Outros tipos deste subgrupo assemelham-se, não somente na questão da renda de monopólio, mas também nas quantias despendidas pelo poder público na promoção desses produtos oficialmente reconhecidos pela sua singularidade. Um exemplo disso é a presença da Aproarroz, a convite do SEBRAE, na maior feira de futebol do mundo, a SOCCERex, conforme demonstrado na pasta pertinente ao produto.

Talvez o exemplo mais significativo da desvinculação entre o produto e sua notoriedade seja a IG Uva e Manga do Vale do Submédio do São Francisco, que não se pode deixar de

mencionar. Como não escrever sobre a “notoriedade” da uva e manga? Com uma área de produção de 125.755Km², esse território georreferenciado é responsável por 95% das exportações de uvas e mangas brasileiras (Sociedade Nacional de Agricultura, 2015; Secretaria de Comércio Exterior (Sesex), do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior). Impossível desconhecer um território com uma dimensão e importância econômica tão expressivas. Mas, será que é a essa notoriedade que a legislação pertinente à IG, bem como sua representatividade no mercado se reporta?



Figura 16: Visita ao Vale do Submédio São Francisco

Fonte: Foto da Autora (2013)

No caso do Vale Submédio São Francisco, percebe-se sem dificuldade a exclusão de grupos de produtores, típicos do processo da IG; a perda da diversidade de espécies, mais expressivamente nas monoculturas; porém, nesse tipo ainda que de forma incipiente e em menor grau, quando comparado a outras experiências em territórios georreferenciados, observa-se uma multifuncionalidade. Essa multifuncionalidade é impulsionada pelo enoturismo, o Conselho produtor promove inclusive corridas noturnas, com direito à visita das vitícolas reconhecidas.

Importa salientar que os territórios operam uma dinâmica transformadora. Pode-se admitir que produtos novos, com uma história produtiva recente, uma vez construídas sua reputação e notoriedade (se for uma IG, de fato), não somente por direito legal, migrarão para um dos sub-grupos que acaparam renda de monopólio.

5.2.4 Grupo N. A: Subgrupo-4 → Produtos Esdrúxulos

Serviços não são IG de fato, proposituras esquisitas ou esdrúxulas de IG. Podem até encontrar amparo legal e serem IG de direito, mas, por não serem IG de fato, não acaparam renda, até porque o serviço não se reporta a nenhum recurso natural; portanto, não se trata de renda, mas de lucro de monopólio.

Apesar do amparo legal nacional, a autora da tese acredita que há um distanciamento do ponto de vista do que representa uma IG, especialmente no mercado europeu, onde serviços não podem ser cancelados sob esse signo geográfico. Como também do Acordo ADPI, do qual o Brasil é signatário.

Existe inclusive um Projeto de Lei (PL 1973/11)¹³¹ para ser votado na Câmara dos Deputados, para tornar mais brandas as exigências de outorga das IG. Como ressalta Ronaldo Zulke (PT-RS), existem muitas questões polêmicas em torno das IG no que sobre a que produtos elas estão sendo aplicadas.

5.2.4.1 Porto Digital

O Centro tecnológico Porto Digital recebeu o selo IP, em 2013, sendo o único serviço com selo de IG do mundo. Na época, Francisco Saboya, presidente do Porto Digital afirmou:

“O selo atesta a qualidade dos nossos serviços. Assim como um vinho do Porto tem que atender uma série de requisitos para poder receber o título de vinho do Porto. O que temos aqui é o mesmo: softwares desenvolvidos no Porto Digital agora têm um selo provando a sua qualidade e excelência”.

A declaração é uma prova de que ou o presidente Saboya não sabia do que se tratava o selo, ou, realmente, os parâmetros que mensuravam os requisitos legais para se obter o reconhecimento para um produto georreferenciado já não existem mais.

Harvey, na obra “A Produção Capitalista do Espaço” (2005), relata que a singularidade em que se baseia a renda monopolista busca outros modos de distinção para estabelecer alegações e discursos monopolistas idealizados para garantir a veracidade das alegações (p.227-229) e

¹³¹JUS Brasil – Notícias (2013) Mais informações disponíveis in: cd.jusbrasil.com.br/noticias/100234776/comissao-debatera-certificacao-deselos-deprocedencia-e-de-origem

afirma que “As alegações monopolistas, podemos concluir, são tanto ‘uma influência do discurso’, como resultado do empenho enquanto reflexão a respeito da qualidade do produto”. (p.228)

Nas páginas supracitadas, o geógrafo analisa como os discursos e as idealizações da classe produtora (chamada de atores) transforma-se na tentativa de abarcar ou manter privilégios de rendas monopolistas. Contudo, assim como Saboya, equivoca-se ao colocar numa vala comum produtos que não podem ser comparados, ainda que economicamente considerados homogêneos, pois se esquece de que, para haver o sobrelucro (e conseqüentemente a renda monopolista), é preciso que haja outra classe, a de consumidores abastados, dispostos a pagar muito mais caro por um produto que considera único. E não será um discurso ou um simples jogo de abstrações idealizadas que farão vinhos australianos custarem o mesmo preço que um Bordeaux. Pois, diferentemente do que ele afirma, tais mercadorias são incomparáveis.

A questão colocada aqui é: o discurso oficial do governo brasileiro, e sua frágil lei de propriedade industrial, especificamente no caso da IG, que deixa a cargo de Resoluções e Instruções Normativas suas regulamentações serão suficientes para convencer o mercado consumidor de que o serviço do Porto Digital é influenciado pelo meio geográfico ou vice-versa, ou que existe um saber-fazer nesse território georreferenciado singular? Não seria mais adequada, inclusive pelos parâmetros do setor da Tecnologia da Informação (TI) – área do conhecimento concernente ao Porto Digital – certificações como ISO 9000 ou 9001, reconhecidas pelo mercado, e outras mais adequadas que comprovem a sua qualidade e excelência no setor de TI?

Colocar tudo na vala comum? Chamar a todos de atores, em vez de distinguir as classes sociais e seus respectivos papéis, quando se trata de renda de monopólio – teoria desenvolvida por Karl Marx? Tratar todos os produtos como homogêneos, para poder compará-los em pé de igualdade? A autora questiona-se: por que empresários chineses buscam incessantemente acaparar renda monopolista através da compra dos vinhedos reconhecidos com IG, a exemplo do Château Gevrey-Chambertin (vinho preferido de Napoleão Bonaparte)? Será que a sobrevivência de certos produtos pode somente se sustentar no plano das ideias e dos discursos?

Durante pesquisa de campo, em 2013, a autora visitou vários vinhedos italianos da região dos vinhos Chianti. A visita que mais chamou atenção foi à Cantina Bernardi, detentora de 12 Denominações de Origem Controlada (DOC)¹³², e quatro Indicações Geográficas Tradicionais (IGT) reconhecidas. A entrevista com a Sra. Zitta Bernardi, proprietária da cantina, localizada ena *Via della Commenda-Torreglia*, com 53 ha de vinhedos, sendo 9,5 ha, de cultivo biodinâmico, na região da Toscana, foi bastante esclarecedora. Naquela ocasião foi observado que a UE, com suas rígidas normas e selos territoriais, acaba dificultando as iniciativas inovadoras. É que as recentes inovações técnicas da vitivinicultura, quando incorporadas aos processos produtivos tradicionais, “descaracterizam o produto”. Na medida medida em que inova, com novas formas do saber-fazer (a exemplo dos tuneis de aço, mais fáceis de limpar, e capazes de produzir um volume maior, ocupando um menor espaço), o produtor perde o direito ao selo territorial.



Figura 17: Visita a vinícola em *Via della Commenda-Torreglia* (Toscana)
Fonte: Autora (2013)

Muitos questionamentos emergem ao se analisarem os tipos descritos na tipologia, especialmente quando associados à sustentabilidade da produção em relação ao território e à credibilidade da IG. Na UE, a legislação garante a proteção não apenas do nome do território, mas também do território em si, uma vez que o território é condição *sine qua non* da existência do produto.

¹³² DOC vinhos que adquiriram particular prestígio e valorização nacional e internacional por efeito de incidência de fatores e valores naturais, humanos e históricos.

No Brasil, os tipos analisados como as panelas de Goiabeiras e o Capim do Jalapão são exemplos da fragilidade legislativa sob outro viés. Não são mais críticas sobre a facilidade burocrática em relação a outras certificações (por vezes mais pertinentes a certos produtos), o grande aparato técnico-científico e as vultosas quantias de dinheiro público para determinados grupos de produtores na promoção de seus produtos no mercado, ou o reconhecimento para serviços, dentre tantas lacunas já relatados na tese. Neste ponto, destaca-se, principalmente, a fragilidade da LPI, no caso da IG, ao considerar o reconhecimento como mero ato declaratório de direito. Desse fato emerge a insegurança territorial (questão fundiária). Em outras palavras, trata-se aqui da sustentabilidade de certos produtos endógenos, e até mesmo exógeno-adaptados (Tipo A - que acapara renda de monopólio com o selo).

Belas (2012) destaca o conflito entre a comunidade de Mumbuca e a administração do Parque Estadual do Jalapão, na produção artesanal do Capim do Jalapão, não apenas em relação à garantia de permanência da comunidade local que tradicionalmente ocupa e vive naquele território, mas também em relação ao acesso às matérias-primas essenciais à produção. Aquela mesma autora descreve que, além de não integrar o Povo Xerente, considerado o precursor da técnica artesanal da costura com o capim dourado, a IP Jalapão igualou num mesmo status comercial o artesanato produzido por uma comunidade quilombola com histórico de cerca de 100 anos a núcleos de produção bem recentes, com menos de 10 anos.

No Vale do Mulemba, local onde as paneleiras extraem o barro, está sendo construída uma usina de tratamento de esgoto, que não apenas ocupa grande parte da área que poderia oferecer barro de qualidade, como pode trazer problemas à comercialização das panelas em virtude da decisão do Governo do Estado de construir uma Estação de Tratamento de Esgoto no local onde se encontra a jazida de extração do barro.

Até onde o discurso oficial proclamado, ideias e abstrações são condizentes com a realidade dos territórios georreferenciados? Até quando idealizações do discurso capitalista por si só são capazes de não descredibilizar o significado de produtos reconhecidos com a IG? Até quando a associação entre IG e as justificativas de salvaguarda e proteção de bens patrimoniais socioculturais e ambientais poderá ser utilizada? Afinal, são as ideias, abstrações ou idealizações de mercado que se sobrepõem à realidade? Ou o primeiro que mente é o que diz a verdade?

A partir das Fichas Territoriais sobre as justificativas alegadas pelos produtores para o reconhecimento, considerando os 12 tipos estudados para a tipologia, pode-se formular o seguinte gráfico:

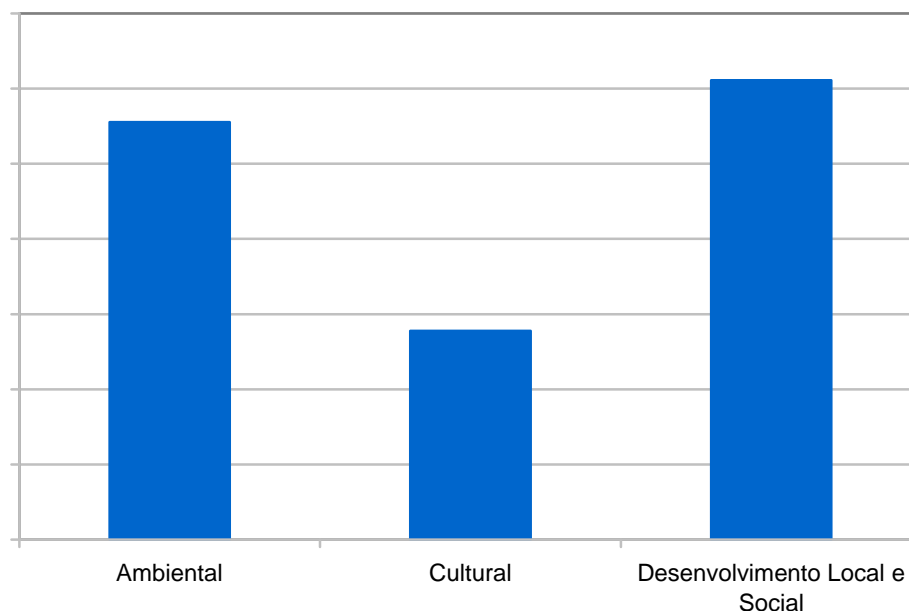


Gráfico 6. Justificativas usadas pelos produtores no âmbito dos projetos IG

Fonte: INPI. Elaboração da autora.

O gráfico demonstra que os projetos de IG alternaram justificativas de cunho ambiental, social e cultural. Todos utilizam mais de uma, mas, somente os tipos Paraty, Goiabeiras, Jalapão, e Vale dos Vinhedos utilizaram as três justificativa simultaneamente. Conclui-se que, das 12 IG estudadas, 83% apresentaram justificativas relacionadas à preservação ambiental, 42% à preservação do patrimônio cultural, e 92% à responsabilidade social.

O questionamento que se faz é até que ponto as justificativas alegadas são de fato cumpridas pelos produtores, especialmente os médios e grandes? Será que grandes áreas de monocultura, com suas certificações de preservação, fornecidas por ONG, por exemplo, a DO da Aproarroz, realmente produzem salvaguardando o meio ambiente? Ou se descobrirá mais tarde o mesmo descuido com o meio ambiente observado apesar da IP Vale dos Vinhedos? Até onde as idealizações capitalistas, com suas justificações para abarcar nichos mercadológicos podem igualar seus produtos aos de produção geográfico-histórica, que comprovaram com o tempo a sustentabilidade da relação homem-meio geográfico?

Segundo Souza (2012), o aspecto e a qualidade dos grãos do arroz do Litoral Norte são influenciados pelo clima local, temperaturas estáveis, abundância de água e regime de ventos favoráveis. As condições locais possibilitam um produto com maior porcentagem de grãos inteiros, translúcidos e de cor branca mais intensa, maior rendimento e melhor qualidade. Assim, a sustentabilidade da produção DO Litoral Norte, depende diretamente da manutenção da biodiversidade e dos ecossistemas naturais das áreas delimitadas nas IG.

Produtos advindos de produções tradicionais, com qualidade reconhecida pela produção histórica e uso constante do produto ao longo do tempo não podem ser comparados aos de produções com história sócio-produtiva recente. Porque é justamente isso que a IG deveria distinguir. A IG separa e protege produtos singulares de outros, tão desassemelhados que tentam usurpar da notoriedade e reputação daqueles notoriamente reconhecidos, para acaparar, também, renda de monopólio. A IG fundamenta-se no reconhecimento dos usos “locais, legais e constantes” que se encontram na base da criação do sistema de Apelações de Origem, na França, já explanado. Em consonância com artigo 22§1 do ADPIC, a legislação brasileira optou por dissociar os critérios de reputação e qualidade para o reconhecimento de uma IG, não obrigando a cumulatividade entre os dois, para o reconhecimento. Assim, é possível conceder IG para produtos cuja “qualidade” está associada a inovações técnicas, e sem uma reputação ou notoriedade conquistada ao longo do tempo, como os subtipos Transmigrados de Produção Recente.

E, por fim, o subtipo dos produtos Esdrúxulos, que na opinião da autora, nem mesmo a tentativa de Calliare et al, 2007, de convencer que uma lama ou pedras singulares fornecida como produtos de um serviço num SPA, num território específico, poderia ser passível de IG serviço. A pergunta que se faz é: Não se poderia transportar essa lama ou água e oferecer o serviço em outro lugar? Se o discurso de idealizações e abstrações capitalista influencia no consumo, isso é fato, bem como ele precisa sempre ser recriado e reinventado para se adaptarem às mudanças na tecnosfera e psicofera. Mas não é preciso reconhecer com IG a atividade de extração de óleo *Argania spinosa* (espécie de planta endêmica dos desertos calcários do sudoeste de Marrocos na região histórica do Souss). O serviço é feito no Marrocos a partir dessa planta, e é vendido para uso medicinal, cosmético e culinário, em diversos países do mundo.

CONDIDERAÇÕES FINAIS

As Indicações Geográficas (IG) representam um dos poucos mecanismos do sistema de propriedade intelectual, desenvolvido ao longo da história mundial, por meio de Acordos supranacionais, com potencial para proteger e salvaguardar produtos singulares, com qualidade e reputação. Esses produtos possuem uma interdependência dialética entre o meio geográfico (recursos específicos, malhas, redes) e o homem (relações sociais de identidade, vivência, pertencimento), o que gera um território peculiar cuja produção de dado produto histórico-geográfico conquista uma notoriedade. A IG é o reconhecimento dessa imaterialidade, capaz de proporcionar apropriação de renda de monopólio, pela singularidade dos produtos, concretizada sob o selo IG e seus aspectos socioeconômicos, histórico-culturais, político-institucionais, geo-ambientais, e técnico-científicos.

A Lei de Propriedade Intelectual (LPI), de 1996, define dois tipos de IG: a Indicação de Procedência (IP) e a Denominação de Origem (DO). A legislação nacional é vanguardista na proteção georreferenciada, também de serviços. No discurso oficial, a IG é apresentada, especialmente, como forma de proteção e valorização da biodiversidade brasileira, na salvaguarda de produtos tradicionais, identitários e locais, como instrumento de proteção ambiental junto aos processos sócio-produtivos, bem como de desenvolvimento territorial.

O reconhecimento dos produtos georreferenciados com uma titularidade coletiva, ou seja, direito de uso exclusivo do nome geográfico, assegurado pela IG, impede que terceiros se aproveitem da notoriedade alcançada por produtos singulares. Assim, o uso do seu nome de origem fica restrito aos produtores institucionalmente organizados que se encontram dentro da área delimitada da IG.

Contudo, um instrumento, por si só, não é capaz de fornecer proteção adequada à produção geográfico-histórica de produtos Endógenos ou Exógenos-Adaptados (tipos desenvolvidos na tipologia - Grupo A). No Brasil, observa-se que o uso da IG como instrumento mercadológico inverteu o seu próprio processo histórico e representativo, no caso dos produtos Transmigrados de produção recente, e Esdrúxulos (tipos desenvolvidos na tipologia - Grupo N.A). Nesses últimos, primeiramente ocorre a proteção jurídico-legal, e, posteriormente, com um forte marketing territorial, é que vem a tentativa de inserção mercadológica do produto.

Considerando-se os tipos analisados na tese, conclui-se que a IG oferece uma proteção de abrangência limitada, e o processo de reconhecimento de um território georreferenciado possui contradições intrínsecas, e outras de ordem duvidosa. Podem-se citar alguns fatores limitantes e contraditórios ao discurso oficial proclamado no que se refere ao uso da IG: a) fragilidade normativa que assegura proteção ao nome geográfico, mero ato declaratório de direito, não garante aos produtores, no caso de Produtos Endógenos, o uso dos recursos naturais específicos para a produção ou a terra que tradicionalmente ocupam; b) protege produções socioculturais tradicionais e recentes sob o mesmo signo distintivo geográfico, incorrendo no risco da descredibilização da IG no mercado; c) cria “territórios de exclusão”, pois, na prática, exclui diversos produtores locais; d) direcionamento de grande aporte técnico-científico e vultosas quantias para certos grupos de produtores, criando uma disparidade visível em relação ao suporte oferecido aos diferentes grupos de produtores; e) contradição do discurso oficial, pois nem sempre ocorre a multifuncionalidade que colabora de forma expressiva no desenvolvimento territorial, deve-se considerar que há tipos e territórios que favorecem, a exemplo, dos vinhos do Vale dos Vinhedos e o enoturismo, diferentemente da cultura do camarão da Costa Negra ou arroz do Litoral Norte.

Apesar da obrigatoriedade de que a solicitação de uma IG seja feita pela entidade representativa dos produtores, observa-se que, por vezes, não há legitimidade dessas associações ou cooperativas. Em certos tipos, a exemplo da DO da Costa Negra ou da IP do Jalapão (tipos de Grupos diferentes na tipologia da tese - A e N.A), elas são criadas num processo de cima para baixo, por iniciativa de instituições públicas, para viabilizar parcerias institucionais, federais, estaduais e até mesmo de ONG. A titularidade da IG, dessa forma, torna-se duvidosa.

Nos tipos supracitados, de um lado há um grupo de grandes produtores que em nada representam os produtores locais, que desconhecem o estatuto, as funções e, por vezes, até mesmo a diretoria das suas entidades representativas. Por outro lado, no segundo tipo supra – Capim do Jalapão, a falta de participação da maioria dos produtores na criação da associação, leva à sua fragilização, e há denúncias de corrupção, descrédito e baixa representatividade.

Mesmo possuindo uma atualidade e pertinência no cenário internacional, o Brasil ainda enfrenta uma escassa cultura em relação à proteção às indicações geográficas, ainda que seja um país rico em diversidade cultural regional com grande variedade de produtos elaborados a

partir de condições naturais particulares. Também, do ponto de vista normativo, há carência em organização e estruturação dos órgãos reguladores, bem como ausência de delimitação segura de zonas geográficas. Por exemplo, a área demarcada para os Manguezais de Alagoas (cf. demonstra a Ficha Territorial). Ante o exposto, a matéria abordada envolve interesses de consumidores e produtores, além de interesses comerciais dos países.

Numa economia dinâmica, em que as modalidades da oferta e da procura e as formas de competição são estratégias organizadas por diferentes grupos, a economia da qualidade vai conquistando espaço nos mercados reflexivos, organizados em torno de dois mecanismos: a singularização dos bens e a interrelação dos bens com os seus consumidores (CALLON et al, 2002). De fato, os consumidores têm-se tornado muito mais ativos, quer individual, quer coletivamente, na criação do produto e seu subsequente uso. A politização do consumidor acompanhou a privatização e a desregulamentação dos mercados. Assim, se por um lado o consumo se torna mais racional, na medida em que a cognição se torna mais sofisticada e reflexiva, torna-se também mais emocional, já que as escolhas e preferências dos consumidores são cada vez mais objeto de deliberação (CALLON et al., 2002). Nesta questão fundamenta-se o grande trunfo dos produtos georreferenciados.

Resta a incompetência legislativa dos estados-membros da República Brasileira. Trata-se de um obstáculo a ser superado na salvaguarda de produtos já reconhecidos ou com potencialidades de reconhecimento. Os casos de Santa Catarina e Minas Gerais, por meio de seus respectivos selos territoriais, ilustram como a descentralização burocrática, em relação à IG, pode funcionar de maneira mais eficiente e com níveis maiores de segurança alimentar (ex: queijos crus mineiros) para o consumidor final. O reduzido número de funcionários do INPI, para tratar dos processos de IG – totalizando cinco, impossibilita até mesmo, se fosse determinado por modificação legislativa (LPI, 96), Resolução ou Instrução Normativa, ou acompanhamento da IG no território georreferenciado. Em lugar de mero ato declatório de direito, o reconhecimento deveria implicar um acompanhamento governamental, e não por parte das próprias organizações produtivas, para a garantia ao consumidor da coerência entre as singularidades e qualidades divulgadas como marketing do produto, e as singularidades e qualidades intrínsecas ao produto ou ao processo de produção.

Ademais, deve-se avaliar em que medida as normas socioambientais ou histórico-culturais inseridas nos regulamentos de uso como diferencial dos produtos, de fato diferenciam os

produtos com IG de outros concorrentes. Ou será que apenas cumprem – na teoria dos seus estatutos reguladores da produção, exemplo a IP do Vale dos Vinhedos, analisada por (Souza, 2006) leis ambientais e de responsabilidade sociais cada vez mais rígidas, especialmente, nos mercados internacionais, mas obrigatórias a todos? A IG deve ser considerada política pública visando ao aperfeiçoamento de um projeto nacional de reestruturação sustentável dos sistemas agrários brasileiros enquanto territorialidades.

Apesar dessas limitações e contradições, a pesquisa demonstra o crescente interesse por parte dos produtores e instituições de apoio pelo uso da IG como estratégia para penetrar nichos mercadológicos. Justificativas como: vantagem competitiva; preservação da tipicidade, paisagem, identidade, tradição e sustentabilidade ambiental; e desenvolvimento territorial são utilizadas como tática num mercado capitalista altamente competitivo. Para melhor compreender as diferentes experiências territoriais e seus respectivos produtos georreferenciados desenvolve-se uma tipologia

O desenvolvimento da tipologia ocorre por meio da análise de um estudo comparativo, das diversas experiências realizadas nos territórios reconhecidos nacionalmente com uma IG. Posteriormente, constrói-se, por meio dessa análise, uma tipologia que identifica a relação entre IG e renda de monopólio. Leva-se em conta nessa tipologia a questão do poder e influência por parte da classe de produtores, desde o processo de implementação da IG, até seus desdobramentos pertinentes à conquista do selo de reconhecimento territorial. A aprovação depende de fatores diversos, como apoio de parceiros institucionais, organização sócio-produtiva, que legitima a técnica – o saber-fazer, com sua riqueza histórica e simbólica; depende também da capacidade de articulação político-territorial dos produtores, de explorar as potencialidades locais, consolidar sistemas de produção/atividade e sistemas agrários, além de valorizar produtos territoriais georreferenciados.

Os impactos de uma IG e seus possíveis desdobramentos sobre o desenvolvimento territorial sustentável somente ocorrem se os produtos reconhecidos tiverem notoriedade não somente de direito – reconhecimento oficial –, mas também de fato – ou seja, produto singular geográfico-histórico. Admite-se também que a IG é, em última instância, uma relação social dialética entre o homem e o território georreferenciado. Essa interação requer um tempo considerável – capaz de produzir uma tradição sócio-produtiva, e conseqüentemente suscitar um produto territorial singular – reputação ou qualidade (nos termos da LPI). Porém, na

tipologia da tese, demonstra-se que para acaparar renda de monopólio o produto deve possuir cumulativamente reputação (notoriedade) e qualidade (geográfica-histórica) a partir do *terroir*.

A combinação das entrevistas com visitas técnicas, aplicação do método comparativo, e a construção de uma tipologia (grupos tipológicos) revelam resultados que confirmam ser, a IG é possível perceber que uma IG pode cumprir duas finalidades. A primeira, consoante com o discurso oficial, e com a legislação, requer uma IG que promova a salvaguarda e proteção de produtos singulares geográfico-históricos, e o desenvolvimento territorial sustentável, por meio de vantagens competitivas. Ao contrário das vantagens comparativas naturais, as vantagens competitivas são vantagens socialmente produzidas, com trabalho incorporado, configurando novos espaços igualmente produzidos – os territórios georreferenciados.

A segunda finalidade supõe uma IG mediada pelo capital e pela propriedade fundiária. O seu objetivo é reconfigurar territórios, produzido novos espaços, consoante com a lógica produtivista de valorização do capital e da propriedade fundiária. Pautada em leis nacionais e internacionais de propriedade intelectual, essa IG assegura a conquista e a proteção de direitos, bem como de rendimentos (lucros e rendas) de monopólio.

A IG é também um instrumento capaz de relacionar a escala local – o território georreferenciado à escala nacional – com a estrutura mercadológica globalizada. A “ideia de patrimônio cultural coletivo”, salvaguarda socioambiental e histórico-cultural pode ser utilizada ou desenvolvida pelo capital para conquistar ou manter nichos de mercado, além de quebrar barreiras não tarifárias, tudo isso sob a égide do Estado.

Esse processo empreendedor da implementação de uma IG, independentemente de sua colocação na tipologia, assegura que iniciativas produtivas em escala local utilizem a territorialidade simbólica – típica de uma IG –, visando alcançar a escala global. Reforçada por controles institucionais jurídicos, inclusive supranacionais, a manutenção desse tipo de articulação escalar, bem como desse tipo de monopólio, por meio de pretensos direitos de propriedade intelectual, tornou-se um espaço geopolítico estratégico.

Independentemente do grupo tipológico de que o território reconhecido com uma IG faz parte, é de se esperar que todos os produtos georreferenciados gerem rendimentos de monopólio

(rendas ou lucros). Contudo, a experiência brasileira, nos seus territórios georreferenciados, demonstra que isso nem sempre ocorre. O processo de reconhecimento de uma IG distanciou-se daquilo que, histórica e simbolicamente, uma IG representa, ou seja, um patrimônio cultural coletivo. Simbolicamente, a IG distingue, no mínimo, um produto construído social e historicamente. Da interação homem-território, origina-se o seu respectivo conhecimento (saber-fazer) e reconhecimento, que caracteriza o produto e sua singularidade. Daí emerge uma notoriedade que vai sendo formada ao longo do tempo, reconhecida e valorada pelo consumidor final.

Todavia, os impactos das rendas de monopólio sobre os respectivos territórios, territorialidade e territorialização são expressivamente distintos. Sejam quais forem as alegações de singularidade e originalidade dos produtos simbólicos georreferenciados na obtenção de uma IG, sempre se observam duas importantes vias de articulação entre esses produtos e as características socioeconômicas, político-institucionais, geo-ambientais, histórico-culturais e técnico-científicas do território georreferenciado. Produtos e territórios georreferenciados, cujos produtores acaparam ou não rendas de monopólio.

REFERÊNCIAS

AAKER, David, A. *Administração estratégica de mercado*. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ADPIC. *Acordo sobre aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual relacionados ao comércio*. Disponível em: < <http://www.inpi.gov.br/legislacao-1/27-trips-portugues1.pdf> >. Acesso em 25 out, 2012.

AGRICULTURE...SABIN, Jean-Claude, *Chambres D'Agriculture*. França, [s.n], n.883, p.14, nov-dec, 1999.

ALLAIRE, Gilles et al. Les dispositifs français et européens de protection de la qualité et de l'origine dans le contexte de l'OMC: justifications générales et contextes nationaux. Communication au Symposium International "Territoires et enjeux du développement régional", 2005, Lyon, 2lp. Disponível em: <http://www.uniagro.fr/docs/2008050214832_PSDRDolphinsAG18mars05.pdf> Acesso em: set, 2012.

AOC (Apelação de Origem Controlada): Disponível em <www.aoc-igp.ch> Acesso em 12 mai, 2013.

AMARAL FILHO, Jair. Desenvolvimento regional endógeno em um ambiente federalista. Salvador: *Planejamento e Políticas Públicas* n.14, dez, 1996.

APROVALE. Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos. Disponível em: <www.aprovale.com.br>. Acesso em: 18 jan, 2013.

ARANTES, Antonio Augusto. O patrimônio imaterial e a sustentabilidade de sua salvaguarda. *Resgate Revista de Cultura*. Campinas: CMU/Unicamp, n.13, p.18, 2004.

ARRANGEMENT DE MADRID (1891): *Un dispositif contre les indications fausses*. Chambres d'Agriculture. França, [s.n], n.883, p.16, nov-dec, 1999.

AUDIER, Jacques. *L'application de l'Accord sur les ADPIC par les membres de l'OMC*. Bulletin de l'O.I.V., v.72, n.821-822, p.533-549, jul-ago, 1999.

AUDIER, Jacques. *Passé, présent et avenir des appellations d'origine dans le monde: vers la globalisation*. Bulletin de l'O.I.V., v.81, n.929-931, p. 405-435, 2008.

BARROS, A.G.; SILVA, N.; SPINOLA, N. *Desenvolvimento local e desenvolvimento endógeno: questões conceituais*. Salvador, Ano VIII, n.14, p.90-98, jul, 2006.

BARROS, Carla Eugenia C. *Manual de Propriedade Intelectual*. Aracaju: Evocati, 2007, 700p.

BÉAUR, Gérard; BONIN, Hubert & LEMERCIER, Claire. *Fraude. Contrefaçon et contrebande, de l'Antiquité à nos jours*. Genève: Librairie Droz. Publications du Centre d'histoire économique internationale de l'Université de Genève, 2006, n.21, 829p.

BELAS, Carla Arouca. *Indicações Geográficas e a salvaguarda do patrimônio cultural: artesanato de capim dourado Jalapão-Brasil*. Rio de Janeiro: Instituto de Ciências Humanas e Sociais. Tese de Doutorado. UFRRJ, 2012.

BÉRARD, Laurence et al. *Savoirs et savoir-faire naturalistes locaux: l'originalité française*. Paris: Les notes de l'Iddri, n.7, 2005.

BERMUDEZ, Jorge A.Z. et al. *O Acordo TRIPS da OMC e a proteção patentária no Brasil: mudanças recentes e implicações para a produção local e o acesso da população aos medicamentos*. Rio de Janeiro: Fiocruz/ENSP, 2000, 132p.

BOISIER, S. *Modernidad y Territorio*. Santiago de Chile: ILPES, 1996.

BRABETT, Cathérine & PALLET, Dominique. *Os Selos Oficiais de Qualidade dos alimentos na França e na Europa*. In: LAGES, Vinícius et al. (org.). *Valorização de Produtos com diferencial de qualidade e identidade: Indicações Geográficas e certificações para competitividade nos negócios*. Brasília: Sebrae, p.19-44, 1 ed., 2005.

BRASIL. Lei Nacional n.º 9.279 ou Lei de Propriedade Industrial (LPI), de 14 mai, 1996.

BRASIL. Decreto nº 4.062, de 21 de dezembro de 2001. Define as expressões "cachaça", "Brasil" e "cachaça do Brasil" como Indicações Geográficas e dá outras providências. Brasília: *Diário Oficial da União*, 26 de dez, 2001. Disponível em: < www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/2001/D4062.htm >. Acesso em: set, 2012.

BRANDÃO, Carlos. *Pactos em territórios: escalas de abordagem e ações pelo desenvolvimento*. *Organizações & Sociedade*, v.15, n.45, art.9, p.145-157, 2008.

BRUCH, Kelly Lissandra. *Uma Breve Introdução à Implementação das Indicações Geográficas no Brasil*. Disponível em: < <http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=8204> > Acesso em: 28 mai, 2013.

BRUCH, Kelly L. *Indicações Geográficas para o Brasil: problemas e perspectivas*. In: PIMENTEL, Luiz Otávio; BOFF, Salette Oro; DEL'OLMO, Florisbal de Souza. (Org.). *Propriedade intelectual: gestão do conhecimento, inovação tecnológica no agronegócio e cidadania*. 1 ed. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2008.

BRUCH, Kelly L. & FRADERA, Vera M. J. *Geographical Indication: a comparative approach between the old and the new wine work*. *XXXIV World Congress of Vine and Wine*. Porto: Anais... v.III, p.1-23, 2011.

BRUNET, Roger. *Le déchiffrement du monde: théorie et pratique de la géographie*. Paris: Belin, 2001.

BRUNET, Roger. *Le développement des territoires: formes, lois, aménagement*. Paris: La Tour D'Aigues, 2004.

CALDAS, Alcides; CERQUEIRA, Patrícia da Silva; PERIN, Teresinha de Fátima; OLIVEIRA FILHO, Jaime E. *A importância da Denominação de Origem para o*

desenvolvimento regional e inclusão social: o caso do território da Cachaça de Abaíra. *Revista Desenbahia*, Salvador, n.3, set, 2005.

CALLIARI, M.A.C. et al. *Proteção às indicações geográficas: a experiência brasileira*. In: SEMINÁRIO LATINO-IBEROAMERICANO DE GESTION TECNOLÓGICA-ALTEC. Buenos Aires, dez, 2007. ANAIS... Disponível em:
< <http://www.ige.unicamp.br/geopi/publicacoes.php?sub=artigos> > Acesso em: 23 fev, 2013.

CASTRO, I.E. *O problema da escala*. In: CASTRO I.E.; GOMES, P.C.; CORRÊA, R.L. (org.). *Geografia: conceitos e temas*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1995, p.115-140.

CAVALCANTI, Bruno César. *Costume, tradição, consumo: notas sobre identidade cultural e mercado*. In: *Olhares Itinerantes: entre preservar e consumir*. São Paulo: ArteSol, mai, 2005.

CERDAN, Claire, DELFOSSE, Claire e WILKINSON, John. Pluralité de signe de qualité et ajustements institutionnels: regards croisés entre la France et le Brésil. UNESCO, Colloque International “Localiser les produits: une voie durable au service de la diversité naturelle et culturelle des Sud?” [s.l] Colloque International, UNESCO 9-11 jun 2009a.

CERDAN, Claire. Valorização dos produtos de origem e do patrimônio dos territórios rurais no Sul do Brasil: contribuição para o desenvolvimento territorial sustentável. *Política & Sociedade*, n.14, abr, 2009b.

CERDAN, Claire. Contribuição das políticas de qualidade agroalimentar para o desenvolvimento territorial sustentável. [s.d]. Disponível em: http://www.cirad.org.br/pesquisa_e_desenvolvimento/desenvolvimento_territorial/contribicao_das_politicas.

CHADDAD, Fábio Ribas. *Denominações de origem controlada: uma alternativa de agregação de valor no agríbussines*. Dissertação (Mestrado em Administração). São Paulo: USP, 1996.

COUTINHO, Edilma Pinto. *Dinâmica da modernização do setor de produção de aguardente de cana-de-açúcar no Brasil: construindo uma cachaça de qualidade*. Tese de doutorado submetida à COPPE/UFRJ, Engenharia de Produção. Rio de Janeiro, Brasil. 2001.

COUTO, Vitor de Athayde. *Notas de aula do curso de Economia Agrária*. Faculdade de Economia, Universidade Federal da Bahia. Salvador: 2013.

COUTO, DUFUMIER e REIS. *Agronegócio & agriculturas familiares*. Salvador: UFBA-UFPI, 2013.

COUTO, Vitor de Athayde; MACHADO, Gustavo Bittencourt. *Multifunctionality of small scale agriculture and public politics for territorial development*. In: John Roufagalas. (Org.). *Mechanisms & policies...* Atenas: Athens Institute for Education and Research, 2007, p.225-240.

COUTO, Vitor de Athayde; MACHADO, Gustavo Bittencourt; SCHEFFLER, Maria de Lourdes Novaes. *Sistemas de atividades familiares sob o enfoque de gênero e geração: uma proposta metodológica*. Londrina: XLV Congresso da Sociedade Brasileira de Economia e Sociologia Rural. ANAIS..., 2007.

DELFOSSÉ, C. *L'émergence de deux conceptions de la qualité du fromage dans l'entre-deux-guerres*. In: Nicolas, Françoise, Valceschini, Egizio (Ed). *Agroalimentaire: une économie de la qualité*. Paris: INRA/Economica, p.199-208, 1995.

DIAS, L.C. *Os sentidos da rede: notas para discussão*. In: DIAS, L.C.; SILVEIRA, R.L.L. (Orgs.). *Redes, Sociedades e Território*. 2.ed. Santa Cruz do Sul: EdUNISC, 2007.

DUFUMIER, Marc. *Projetos de desenvolvimento agrícola: manual para especialistas*. Tradução de Vitor de Athayde Couto. Salvador: Edufba, 2011, 2.ed., 326p.

ECO, Umberto. *Como se faz uma tese*. São Paulo: Perspectiva, 1983.

EYMARD-DUVERNAY, F. *La négociation de la qualité*. In: NICOLAS, F.; VALCESCHINI, E. (Ed). *Agroalimentaire: une économie de la qualité*. Paris: INRA Economica, 1995.

FALCADE, Ivanira; MANDELLI, F.; FLORES, C.A.; FASOLO, P.J.; POTTER, R. O. *Vale dos Vinhedos: caracterização geográfica da região*. Caxias do Sul: EDUCS, 1999, 144p. (FALCADE, I.; e MANDELLI, F., Org.).

FALCADE, Ivanira. *Uso de Imagens...* ANAIS XIII Simpósio Brasileiro de Sensoriamento Remoto. INPE, 21-26 abr., p.233-240, Florianópolis, 2007.

FALCÃO, Joaquim. *Patrimônio Imaterial: um sistema sustentável de proteção*. *Revista Tempo Brasileiro*, n.147, p.163-180, out-dez, 2001.

FARIA NUNES, P. H. *A influência dos recursos naturais na transformação do conceito de território*. Disponível em:
< <http://www.juridicas.unam.mx/publica/rev/cconst/cont/15/ard/ard4.htm> >
Acesso em: 14 ago 2013.

FLORES, Murilo Xavier. *Da solidariedade social ao individualismo: um estudo sobre o desenvolvimento do Vale dos Vinhedos na Serra Gaúcha*. Florianópolis: UFSC Tese (Doutorado em Sociologia Política), 2007, 311p.

GEUZE, Matthijs. *Indications géographiques: moyens actuels de protection et cadre juridique international. Options méditerranéennes*. Les produits de terroir, les indications géographiques et le développement local durable des pays méditerranéens. n.89, p.147-167, 2009.

GIL, Antônio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999

GIRARDEAU, Jean-Marc. *L'Indication géographique: une démarche*. *Marketing*. Sur le marché mondial. Chambres d'Agriculture. França, [S.n], n.883, p.18, nov-dez, 1999.

GHEMAWAT, P. *Vantagem Sustentável*. In: Estratégia: a busca da vantagem competitiva. MONTGOMERY, C. & PORTER, M.E. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

GONÇALVES, José Reginaldo S. *Os limites do patrimônio*. In: LIMA FILHO, M.F.; BELTRÃO, J.F.; ECKERT, C. (org.) Antropologia e patrimônio cultural: diálogos e desafios contemporâneos. Blumenau: Nova Letra, 2007. 368p

GONÇALVES, Marcos F.W. Propriedade industrial e a proteção dos nomes geográficos. Curitiba: Juruá, 2008, 346p.

GARCIA FILHO, D.P. Análise-diagnóstico de sistemas agrários: guia metodológico. Brasília: INCRA/FAO, 2001.

GÓMEZ SEGADE, José Antonio. *El acuerdo ADPIC como nuevo marco para la protección de la propiedad industrial e intelectual*. Actas de Derecho Industrial y Derecho de Autor 1994-95. Madrid: Marcial Pons, t.16, p.33-79, 1996.

GONZALEZ, Ramón. La escala local del desarrollo: definición y aspectos teóricos. *Revista de Desenvolvimento Econômico*. Salvador: n.1, nov, 1998.

GOPALAKRISHNAN, N.S.; NAIR, P.; BABU, A.K. *Exploring the relationship between Geographical Indications and Traditional Knowledge, an Analysis of the Legal Tools for the Protection of Geographical Indications in Asia*. ICTSD Programme on IPR and Sustainable Development. International Centre for Trade and Sustainable Development. Geneva: 2007, 65p.

GOTTMANN J. The significance of territory. Charlottesville: University Press of Virginia, 1973.

GURGEL, Viviane. *Aspectos jurídicos da Indicação Geográfica*. In: LAGES et al. (org.) Valorização de Produtos com Diferencial de Qualidade e Identidade: Indicações geográficas e certificações para competitividade nos negócios. Brasília: SEBRAE, 2005.

GUTELMAN, Michel. *Estruturas e reformas agrárias*. Lisboa: Edições Setenta, 1974, 241p.

HAESBAERT, Rogério. *Da desterritorialização à multiterritorialidade*. ANAIS do X Encontro de Geógrafos da América Latina. Universidade de São Paulo, 2005, p.6774-6792.

HAESBAERT, Rogério. *O mito da desterritorialização: do fim dos territórios à multiterritorialidade*. 5ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

HARVEY, David. *A Produção Capitalista do Espaço*. São Paulo: Annablume, 2005.

HARVEY, David. *On monopoly rent and local capitalism*. Disponível em: <<http://globalsociology.com/2012/07/09/david-harvey-on-monopoly-rent-and-local-capitalism/>>

HEINICH, Nathalie. *La fabrique du patrimoine: de la cathédrale à la petite cuillère*. Paris: Ed. de la Maison des Sciences de l'Homme, 2009.

HENDERSON, B. *As Origens da Estratégia*. In: MONTGOMERY, C.; PORTER, M.E. *Estratégia: a busca da vantagem competitiva*. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

HIRCZAK, Maud et al. Le modèle du panier de biens: grille d'analyse et observations de terrain. *Économie Rurale*, n.308, p.55-70, jun, 2008.

INAO - Institut National des Appellations d'Origine. *Cahiers des Charges*. Disponível em: < <http://www.inao.gouv.fr/> >. Acesso em: 07 mai 2014.

INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial. *Um portal on-line para harmonização da legislação da Propriedade Intelectual no Mercosul*. Disponível em: < www.inpi.gov.br >. Acesso em: 01 mai, 2007.

INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Ato Normativo n.143/1998. Normas de procedimento sobre Registro das Indicações Geográficas. Brasília: DOU, 31 ago, 1998.

INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Resolução n.75/2000. Estabelece as condições para o registro das Indicações Geográficas. Brasília: DOU, 28 nov, 2000.

INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Disponível em: < www.inpi.gov.br >. Acesso em: 12 mai, 2007.

INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Disponível em: < www.inpi.gov.br >. Acesso em: 12 out, 2013.

INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Disponível em: < www.inpi.gov.br >. Acesso em: 14 set, 2014.

INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Disponível em: < www.inpi.gov.br >. Acesso: em 19 mai, 2015.

INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Instrução Normativa n.25/2013. Disponível em: < http://www.inpi.gov.br/legislacao-1/in_25_21_de_agosto_de_2013.pdf >. Acesso em: 19 mai, 2015.

KRUCKEN, Lia. *Design e território: valorização de identidades e produtos locais*. São Paulo: Studio Nobel, 2009.

LEITE, Rogério P. *Modos de vida e produção artesanal: entre preservar e consumir*. In: SAMPAIO Helena (org.). *Olhares itinerantes: reflexões sobre artesanato e consumo de tradição*. São Paulo: Artesanato Solidário, p.27-41, 2005.

LEMONS, Cristina. Redes locais de informação para a inovação face à globalização. Rio de Janeiro: *Formare*, v.3, n. 1-2, p.104-119, 1997.

LETABLIER, M.T. & DELFOSSE, C., *Genèse d'une convention de qualité*. In: ALLAIRE, Gilles e BOYER, Robert (org). *La grande transformation de l'agriculture*. Paris: INRA ECONOMICA, 1995.

LIMA da Silva A.; CERDAN C.; QUIUMENTO Velloso C.; Vitrolles D. 2009. In: PIMENTAL, O.L. (ed.). Curso de propriedade intelectual e inovação no agronegócio: Módulo II. Indicação Geográfica. Brasília: MAPA, p.164-190.

LIMA, Maria Auxiliadora C. et al. Subsídios técnicos para a indicação geográfica de procedência do Vale do Submédio São Francisco. Petrolina-PE: Embrapa Semiárido, Documentos 222, 2009.

LIMA, Ricardo Gomes. *Artesanato tradicional e mercado*. In: Objetos: percursos e escritas culturais. São José dos Campos – SP: Centro de Estudos e Cultura Popular; Fundação Cultural Cassiano Ricardo, 2010.

LONDRES, Cecília. *Referências culturais: Base para novas políticas de patrimônio*. In: MINC/IPHAN. O registro do patrimônio imaterial: dossiê final das atividades da Comissão e do Grupo de Trabalho Patrimônio Imaterial. Brasília: Iphan, 2006. p.85-95.

LUNDEVALL, Bengt-Åke; BORRÁS, Susana. *Globalization and the innovation process in the globalizing learning economy*. TSER Program, DGXII, Commission of the European Union, 1997.

MACHADO, Alexandre Fragoso. *As Indicações Geográficas*. Disponível em:
< www.swisscam.com.br/files_legais/AS%20INDICACOES%20GEOGRAFICAS.doc >
Acesso em: 09 set, 2007.

MACHADO, Gustavo Bittencourt. *Multifuncionalidade*. Comunicação apresentada à SBSP Sociedade Brasileira de Sistemas de Produção. Curitiba, 2007.

MAFRA, Luiz Antônio Staub. *Indicação Geográfica e construção do mercado: a valorização da origem no cerrado mineiro*. Rio de Janeiro: 2008, 123p. Tese (Doutorado em Ciências Sociais, Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade) - CPDA/UFRRJ.

MAIA, J. M. Economia internacional e comércio exterior. 9ed. São Paulo: UFLA, 2004. 430p.

MARIE-VIVIEN, Delphine; THÉVENOD-MOTTET, Éric. Une décision de l'organe de règlement des différends de l'OMC. Quels impacts pour la protection internationale des indications géographiques? *Économie rurale*. Enjeux internationaux et institutionnels des signes de qualité et d'origine. n.299, p.58-69, mai-jun, 2007. Disponível em:
< <http://economierurale.revues.org/index226.html> > Acesso em: jun, 2011.

MARIE-VIVIEN, Delphine. *Le droit des indications géographiques en Inde: un pays de l'ancien monde face aux droits français, communautaire et international*. Paris: 2010, 612p. Thèse (Doctorat en Droit et Sciences Sociales) - EHESS.

MARX, Karl, O capital, livro 3, vol. 6. São Paulo: Ed. Civ. Bras., 1975.

MAZOYER, Marcel; ROUDART, Laurence. *História das agriculturas no mundo: do neolítico à crise contemporânea*. São Paulo: UNESP; Brasília: NEAD, 2010.

MELOT, Michel. *Quand la culture cède la place au patrimoine: l'inventaire général et l'évolution de la notion de 'Patrimoine Culturel'*. In: BARRÈRE, Christian et al. *Reinventer le patrimoine: de la culture à l'économie, une nouvelle pensée du patrimoine?* Paris: L'Harmattan, Collection Gestion de la culture et du secteur non lucratif, 2005.

MENESES, José N.C. *Queijo artesanal de Minas: patrimônio cultural do Brasil*. Belo Horizonte: Iphan, 2006.

MOLLARD, Amédée; PECQUER, Bernard. De l'hypothèse au modèle du panier de biens et de services. Histoire succincte d'une recherche. *Économie Rurale* n.300, jul-ago, 2007. Disponível em: < <http://economierurale.revues.org/index2270.html> >

NIEDERLE, Paulo André; VITROLLES, Delphine. *Indicações geográficas e qualificação no setor vitivinícola brasileiro*. Estudos Sociedade e Agricultura, v.1, n.18, 2010, p.5-55.

NIEDERLE, Paulo André. *Compromissos para a qualidade: projetos de indicação geográfica para vinhos no Brasil e na França*. Rio de Janeiro: 2011, 263p. Tese (Doutorado em Ciências Sociais, Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade) - CPDA/UFRRJ.

NORONHA, Raquel. *Identidade é valor: cadeias produtivas do artesanato de Alcântara*. São Luís: EDUFMA, Série Iconografias do Maranhão, 2011.

OMPI - Organização Mundial da Propriedade Intelectual. Disponível em: < www.wipo.int >
Acesso em: 30 out, 2011.

PACÓN, Ana María. *ADPIC y los Países en vías de desarrollo: posición durante y después de la Ronda Uruguay*. In: IGLESIAS PRADA, Juan Luis. *Los derechos de propiedad intelectual en la OMC: el Acuerdo sobre los ADPIC*. Madrid: Instituto de Derecho y Ética Industrial, 1997, p.137-170.

PANIZZON, Marion. *Traditional Knowledge and Geographical Indications: Foundations, Interests and Negotiating Positions*. Positions (October 1, 2006). NCCR Trade Regulation Working Paper No. 2005/01, Developing countries in the Doha Round: WTO decision-making procedures and WTO negotiations on trade in agricultural goods and services, Ernst-Ulrich Petersmann, ed., Robert Schuman Centre for Advanced Studies, European University Institute (2005). Disponível em:
< <http://ssrn.com/abstract=1090861> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1090861> >
Acesso em: mai, 2012.

PIKETTY, Thomas. *Le capital no século XXI*. Paris: Seuil, 2013.

PROTECTION DE PORTÉE LIMITÉE. *Chambres d'Agriculture*. França, [s.n], n.883, p.16, nov-dec, 1999.

RAFFESTIN, C. *Por uma geografia do poder*. São Paulo: Ática, 1993.

RATZEL, Friedrich. A evolução dos conceitos relativos à influência que as condições naturais exercem sobre a humanidade. In: MORAES, Antonio Carlos Robert (Org.). São Paulo: Ática, 1990.

REGALADO, Pablo Ferreira. *Indicação Geográfica: um instrumento de suporte ao desenvolvimento socioeconômico e humano das rendeiras de Divina Pastora*. Lisboa: Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Cooperação Internacional) Instituto Superior de Economia e Gestão da Universidade Técnica de Lisboa, 2011.

REIS, Livia Liberato. *Indicação Procedência: uma nova dimensão da competitividade para o Território APAEB-Valente*. UNIFACS. Salvador, 2008

SANDRONI, Paulo. *Novíssimo dicionário de economia* 13ed. São Paulo: Editora Best Seller, 2004.

SANTOS, Carlos. A Territorialidade e a Sustentabilidade ou a Ecologia do Espaço Político. *Sociedade & Natureza*. Uberlândia: UFU, ano 9, n.17, p.41-56, 1997.

SANTOS, Carlos. Território e Territorialidade. *Revista Zona de Impacto*, ano 11, v.13, set-dez, 2009. Disponível em: < http://www.albertolinscaldas.unir.br/TERRIT%20C3%93RIO%20E%20TERRITORIALIDADE_volumel3.html> Acesso em: jul, 2012.

SANTOS, Milton. *A natureza do espaço: técnica e tempo. Razão e emoção*. São Paulo: Hucitec, 1996.

SANTOS, Milton; Silveira, M. L. *O Brasil: território e sociedade no início do século XXI*. Rio de Janeiro: Record, 2005.

SANTOS, M e SILVEIRA, M. L. *O Brasil: território e sociedade no início do século XXI*. 5ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SCHIMIDT, Juliana. *Socioambientalismo e Novos Direitos*. São Paulo. : Petrópolis, 2005.

SEBRAE. Guia de implementação de indicações geográficas para produtos: orientação para o desenvolvimento de projetos para o reconhecimento de uma indicação geográfica no INPI. Disponível em:

< <http://www.sebrae.com.br/customizado/inovacao/acoessebrae/consultoria/indicacao-geografica/guia%20sebrae.pdf> > Acesso em: mai, 2013.

SEBRAE. Manual de Elaboração e Gestão de Projetos Orientados para Resultados – versão para parceiros. mai, 2010. Disponível em: < <http://www.ceasa.pr.gov.br/arquivos/File/Intranet%20DOCUMENTOS%20DA%20DIIRETORIA/PlanejamentoEstrategico/manual.pdf> > Acessoem: jan, 2013.

SILVA, M. et al. Certificação de identidade histórico-cultural da produção de base artesanal mineira. *Pesquisas e Práticas Psicossociais*, v.1, n.2, São João Del-Rei: dez, 2006.

SILVEIRA, Clovis. *Um buraco negro na propriedade intelectual*. Associação Paulista de Propriedade. Disponível em: < www.aspi.org.br/diretoria_conselho.php>. Acesso em: 24 mai, 2007.

SOEIRO, A. *Nota de abertura*. In: Guia dos produtos de qualidade 99. Lisboa: Direção Geral de Desenvolvimento Rural, 1999, p.5.

SOJA, E.W. *The political Organization of Space*. Washington, D.C: AAG Commission on College Geography, 1971.

SOUSA, Fernando de. O Marquês de Pombal e as conturbadas origens da Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro (1756-1757). *Revista Camões*, n.15-16, 2003.

SOUZA, Maria Célia. *Cafés sustentáveis e denominação de origem: a certificação de qualidade na diferenciação de cafés orgânicos, sombreados e solidários*. São Paulo: 2006. 192p. Tese (Doutorado em Ciência Ambiental) Universidade de São Paulo.

STORPER, Michael. *Innovation as collective action: conventions, products, technologies, and territories*. In *The Regional World: territorial development in a global economy*. Nova Iorque EUA, Guilford Press, 1998.

SYLVANDER, Bertil. Conventions de qualité, concurrence et coopération. Cas du «Label Rouge» dans la filière Volailles. ALLAIRE, Gilles; BOYER, Robert (org). *La grande transformation de l'agriculture*. Paris: *INRA Economica*, 1995.

SYLVANDER, Bertil. Raw milk ou not raw milk? Procedural working out of a local agreement and innovations systems: food quality policy and innovations. Le Mans: *INRA Urequa*, abr, 1998.

THÉVENOT, Laurent. *Innovating in qualified markets*. Quality, norms and conventions. Centre d'Etudes de l'Emploi et GSPM (EHESS-CNRS). Paper apresentado no Workshop on Systems and Trajectories of Agricultural Innovation. Berkeley: abr, 1998.

THUAL, David; BARJOLLE, Dominique; VITTORI, Massimo; THÉVENOD-MOTTET, Erik. Study on the protection of geographical indications for products other than wines, spirits, agricultural products or foodstuffs. *Report Origin*, nov, 2009, 156p. Disponível em: < http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2011/may/tradoc_147926.pdf > Acesso em: set, 2012.

VELLOSO, Carolina. *Indicação geográfica e desenvolvimento territorial sustentável: a atuação dos atores sociais nas dinâmicas de desenvolvimento territorial a partir da ligação do produto ao território (um estudo de caso em Urussanga, SC)*. Florianópolis: 2008. 166p. Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas). Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências Agrárias.

VITROLLES, Delphine. When geographical indication conflicts with food heritage protection. *Anthropology of food*, ago, 2011. Disponível em: < <http://aof.revues.org/index6809.html> > Acesso em: mai, 2013.

VITROLLES, Delphine. *La promotion de l'origine au Brésil*. Lyon: 2011.352p. Tese (Doutorado em Geografia). Ecole Doctorale Sciences Sociales (ED 483) Laboratoire d'Etudes Rurales, Université Lumière Lyon 2.

VIVIEN, Franck-Dominique. Et la nature devint patrimoine... In: BARRÈRE, Christian et al. Reinventer le Patrimoine. de la culture à l'économie, une nouvelle pensée du patrimoine? Paris: Ed. L'Harmattan. Collection Gestion de la culture et du secteur non lucratif, 2005.

WILBANKS, T.J. Sustainable development. *Annals of the Association of American Geographers*, 84 (4), p.541-556, 1994.

WILKINSON, John. Sociologia econômica, a teoria das convenções e o funcionamento dos mercados. Porto Alegre: *Ensaio FEE*, 2002.

WILKINSON, John. From the dictatorship of supply to the democracy of demand?: transgenics, organics and the dynamics of demand in the agro-food system. Paper apresentado no X Congresso Mundial de Sociologia Rural. Rio de Janeiro, 2000.

WILKINSON, John. Agricultura familiar ante o novo padrão de competitividade do sistema agroalimentar na América Latina. *Estudos, Sociedade e Agricultura*, n.21, p.62-87, out, 2003.

WILLIAMS, Dara. Extension of stronger Geographical Indications Protection: against the interests of developing countries. ICTSD Bridges. Disponível em: <http://www.iprsonline.org/ictsd/docs/WilliamsBridgesYear6N4May2002.pdf>

WIPO - World Intellectual Property Organization. Disponível em: < <http://www.OMPI.int> >
Acesso em: 17 jul, 2011.

WIPO. What is a Geographical Indication? WIPO Publication L450 GI/E. Disponível em: <http://www.OMPI.int/freepublications/en/geographical/450/wipo_pub_l450gi.pdf>
Acesso em: 17 fev, 2013.

WOLFF, M.T. Relatório da 5a. Sessão da Comissão Intergovernamental sobre Propriedade Intelectual, Recursos Genéticos, Conhecimento Tradicional e Folclore. Disponível in: < www.abpi.org.br (comissão de estudo/textos).WIPO/GRTKF/IC/5/15, 4 août 2003> Acesso em: mai, 2012.

APÊNDICE

APÊNDICE A – RESUMO DOS PRINCIPAIS ACONTECIMENTOS HISTÓRICOS PARA A PROTEÇÃO AOS NOMES DE ORIGEM NO ÂMBITO NACIONAL E INTERNACIONAL

ANO	EUROPA	BRASIL
1411	FRANÇA: O rei Charles VI, por carta régia, concede o monopólio para a maturação do queijo Roquefort para o povo de Roquefort-sur-Soulzon. Ainda nos dias atuais todo Roquefort deve amadurecer naturalmente nas mesmas cavernas por um mínimo de quatro meses, como já era feito há séculos.	O Brasil era habitado por povos nativos, o descobrimento e colonização por Portugal somente teria início 89 anos depois da carta régia.
1756	PORTUGAL: Alvará Régio de 10 de Setembro - Demarcação oficial de território com o fim de proteger a reputação do vinho do Porto em Portugal	O Brasil é colônia de Portugal e por isso não possui legislação autônoma, estando assim submetido aos regramentos portugueses.
1809	Sem registro.	A invasão de Portugal em 1808, por Napoleão, provoca a mudança da corte portuguesa para o Brasil. Em 28 de abril de 1809 O Príncipe Regente Dom João VI expede Alvará versando sobre direito industrial no Brasil, sua importância dá-se com relação ao privilégio de direitos ao inventor (propriedade intelectual) e por ser um dos primeiros atos normativos após a transferência da Coroa Portuguesa para o Brasil
1824		O Brasil declara sua independência em 1822, como consequência em 1824 é outorgada a Primeira Constituição Brasileira através de Carta de Lei em 25 de Março. A Carta Magna previa o direito do inventor (propriedade intelectual). “ <i>Título 8º Das Disposições Geraes, e Garantias dos Direitos Civis, e Politicos dos Cidadãos Brasileiros. (...) art 179, (...) §XXVI. Os inventores terão a propriedade das suas descobertas, ou das suas produções. A Lei lhes assegurará um privilegio exclusivo temporario, ou lhes remunerará em resarcimento da perda, que hajam de soffrer pela vulgarisação.</i> ” Desde então o Direito Industrial e Propriedade Intelectual passam a figurar nos princípios básicos das legislações brasileiras.
1883	Convenção da União de Paris - Primeiro instrumento de proteção legal da propriedade industrial no âmbito internacional, combate a	1809 a 1882 Várias legislações são instituídas com o objetivo de conceder garantia aos inventores visando (Alvará de 28 .04.1809; Carta Lei de 25.03.1824; Lei s/n de 28.08.1830; Dec. 2712 de 22.12.1860; Lei n.3129 de 14.10.1822; Dec.8820 de 20.12.1822)

	falsa <i>Indicação de Proveniência</i> .		
1905	Lei n.210 de 05 de outubro - Concessão do título de <i>appellations de provenance</i> pelo governo francês para produtos de origem com base nos usos "locais, legais e constantes.	1884	Decreto n.9233 de 28.06 - Promulga a Convenção de Paris que reprime a falsa <i>indicação de procedência</i> (Art.10)
1919	Lei de 6 de maio - Confere aos tribunais civis franceses a competência para decidir sobre conflitos referentes ao uso de uma apelação de origem.	1887	Lei n.3346 de 14 .10 e Decreto 9828 de 31.12 - Proíbe o registro de marca cuja a Indicação de localidade determinada ou estabelecimento não seja o da proveniência do objeto (Art.833)
1935	Decreto-lei de 30 de julho — Cria Comitê Nacional das Apelações de Origem na França, atual INAO, o qual, com o apoio de especialistas, passa a ser responsável por examinar processos de apelações no setor de vinhos e demais bebidas visando a concessão do registro de AOC.	1923	Decreto 16264 de 19.12 - Cria a Diretoria Geral da Propriedade Industrial que em 1970 dará lugar ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) Além de criar a referida diretoria introduz o termo <i>indicação de proveniência</i> (Art. 81 a 83) <i>Art. 81. Entende-se por <u>indicação da proveniência dos produtos a designação do nome geográfico que corresponda ao lugar da fabricação, elaboração ou extração dos mesmos produtos. O nome do lugar da produção pertence cumulativamente a todos os produtores nele estabelecidos.</u></i> <i>Art. 82. Ninguém tem o direito de utilizar-se do nome de um lugar de fabricação para designar produto natural ou artificial fabricado ou <u>proveniente de lugar diverso.</u></i> <i>Art. 83. Não haverá falsidade de <u>indicação de proveniência</u> quando se tratar de denominação de um produto por meio de nome geográfico que, tendo-se tornado genérico, designar em linguagem comercial a natureza ou gênero do produto. Esta exceção não é aplicável aos produtos vinícolas.</i>
1925	Convenção de Haia - Garante a repressão a falsa <i>indicação de procedência</i> ou a <i>denominação de origem</i> , considerados, pela primeira vez, enquanto objetos de proteção da propriedade industrial.	1929	Decreto 19056 de 31.12 - Promulga três atos sobre propriedade industrial, revistos na Haia em 1925. Defini <i>indicação de procedência</i> como objeto de proteção da propriedade industrial (art.132) e reprime a falsa <i>indicação de procedência</i> (art.10)
1958	Acordo de Lisboa - Defini <i>Denominação de Origem</i> , disciplina a sua proteção enquanto objeto autônomo do direito industrial e institui o registro internacional.	1934	Decreto 24.507 de 29.06 - Reintroduz o termo <i>indicação de procedência</i> (Art.3932) de acordo com o ordenamento jurídico internacional e considera ato de concorrência desleal o uso de termos retificativos tais como tipo, espécie, gênero, sistema, semelhante, idêntico ou outros, ressalvando ou não a verdadeira procedência do produto (Art.3934); Remete aos arts.

			80, 90,100, e 10 bis, da Convenção Internacional, revista em Haia, em 1925: Para definir os casos de falsa <i>indicação de procedência</i> que poderiam intentar uma ação criminal ou civil (Art.4032)
1967	Criação da Organização Mundial de Propriedade Intelectual (OMPI) — Órgão responsável pela gestão da Convenção da União de Paris e dos Acordos que lhes são decorrentes.	1945	Decreto-lei 7903 de 27.08 - Mais uma vez retoma de forma central o termo <i>indicação de proveniência</i> (seção V, arts.100, 101, 102) embora se refira a <i>procedência ou indicação de procedência</i> em vários artigos (arts.95, 103, 178, 180 e 184) Proveniência: Seção V – Das indicações de proveniência <i>Art. 100 Entende-se por <u>indicação de proveniência</u> e designação de nome de cidade, localidade, região ou país, que sejam notoriamente conhecidos com o lugar de extração, produção ou fabricação das mercadorias ou produtos. Parágrafo único. Nesse caso, o uso do nome de lugar de proveniência cabe, indistintamente, a todos os produtores ou fabricantes nele estabelecidos.</i> <i>Art. 101 Ninguém tem o direito de utilizar o nome correspondente ao lugar de fabricação ou de produção para designar produto natural ou artificial, fabricado ou proveniente de lugar diverso. Parágrafo único. Consideram-se de fantasia, e, como tais, registráveis, os nomes geográficos de lugares que não sejam notoriamente conhecidos como produtores dos artigos ou produtos a que a marca se destina.</i> <i>Art. 102 Não haverá falsa <u>indicação de proveniência</u>:</i>
1990	Lei de 2 de julho — Estende o sistema de <i>appellation d'origine contrôlée</i> (AOC) na França aos demais produtos agrícolas e extrativistas .	1967	Decreto 254 de 28.02 - Mantem a centralidade da expressão <i>indicação de proveniência</i> (arts.87, 88 e 89) indicando que a repressão a falsas <i>indicações de proveniência</i> faz parte da proteção a PT (art. 1) <i>SEÇÃO VII - Das <u>indicações de proveniência</u></i> <i>Art. 87. o uso do nome de lugar de <u>proveniência</u> cabe, indistintamente, a todos os produtores ou fabricantes nele estabelecido não podendo tal indicação servir de elemento característico de marca. Parágrafo único. Entende-se por <u>indicação de proveniência</u> a designação de nome de cidade, localidade, região ou país que sejam notoriamente conhecidos como lugar de extração, produção ou fabricação de determinadas mercadorias ou produtos.</i> <i>Art. 88. É vedado o emprego e registro de lugar de criação, extração, produção ou fabricação de determinado artigo em marca destinada a artigos provenientes de lugar diverso.</i> <i>Parágrafo único. o disposto neste artigo não se aplica aos nomes de lugares que não sejam notoriamente conhecidos como produtores dos artigos a que a marca se destina.</i> <i>Art. 89. Não será considerada falsa <u>indicação de proveniência</u>:</i> <i>1(- a utilização de nome geográfico que se houver tornado comum para designar natureza ou gênero da</i>

			<p>mercadoria ou artigo, exceto tratando-se de produtos vinícolas;</p> <p>2(- a utilização do nome da localidade da sede ou do estabelecimento na denominação de filial, sucursal, agência ou representação, desde que autorizada a usá-la e feita a referência correspondente.</p>
1992	Regulamentos CE 2081 e 2082/92 — Institui o sistema comunitário de proteção aos nomes de origem para produtos agrícolas e alimentares com base em três instrumentos; DOP, IGP e STG	1969	Decreto-lei 1005 de 21.10 - Manteve as mesmas disposições do código de 1967
1994	Acordo de Direitos de Propriedade Industrial relativo ao comércio (ADPIC/TRIPS) — Gerido pela Organização Mundial do Comércio (OMC) estipula padrões mínimos de proteção das <i>Indicações Geográficas</i> no âmbito internacional.	1971	<p>Lei n.5772 de 21.12 - Retoma a expressão <i>indicação de procedência</i>, abolindo definitivamente a expressão <i>indicação de proveniência</i> que não torna a se repetir na legislação seguinte.</p> <p><i>sEÇÃO VI — Das Indicações de Procedência</i></p> <p>Art. 70. Para os efeitos deste Código, considera-se lugar de <i>procedência</i> o nome de localidade, cidade, região ou país, que seja notoriamente conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinada mercadoria ou produto, ressalvado o disposto no artigo 71.</p> <p>Art. 71. A utilização de nome geográfico que se houver tornado comum para designar natureza, espécie ou gênero de produto ou mercadoria a que a marca se destina não será considerada indicação de lugar de <i>procedência</i>.</p> <p>Art. 72. Excetuada a designação de lugar de <i>procedência</i>, o nome de lugar só poderá servir de elemento característico de registro de marca para distinguir mercadoria ou produto</p>
2006	Regulamentos CE 509 e 510/2006 — Revisão do sistema comunitário de proteção aos nomes de origem para produtos agrícolas e alimentares. Propõe a adoção do caderno de especificações, muda o sistema de controle e se adequa as disposições ADPIC para a proteção de produtos de países terceiros.	1975	Decreto 75.572 de 8.04 - Promulga a Convenção de Paris para proteção da propriedade industrial, incorporando a rev. Estocolmo 1967. Define <i>indicação de procedência</i> como objeto de proteção da propriedade industrial (art.1); Reprime a falsa <i>indicação de procedência</i> (art.10)
2008	Regulamento CE 479/2008 - Estabelece a organização comunitária do mercado vitivinícola consulta para a	1996	Lei n.9279 de 14.05 - Incorpora as disposições do ADPIC; apresenta a repressão as falsas indicações geográficas como uma das formas de proteção dos direitos de PT (art.2); regula o conflito entre marca e Indicação Geográfica no art.124 (5 9 e 10) e art. 198;

	<p>formulação do Livro verde</p>	<p>Disciplina as Indicações Geográficas no capítulo TV (art. 176 a 182); e defini os crimes contra as indicações geográficas e demais indicações no capítulo V (art.192 a 194)</p> <p>TÍTULO TV - Das Indicações Geográficas</p> <p>Art. 176 - <i>Constitui indicação geográfica a indicação de procedência ou a denominação de origem.</i></p> <p>Art. 177- <i>Considera-se indicação de procedência o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço.</i> Art. 178 - <i>Considera-se denominação de origem o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos.</i></p> <p>Art. 179 - <i>A proteção estender-se-á a representação gráfica ou figurativa da indicação geográfica, bem como a representação geográfica de país, cidade, região ou localidade de seu território cujo nome seja indicação geográfica.</i></p> <p>Art. 180 - <i>Quando o nome geográfico se houver tornado de uso comum, designando produto ou serviço, não será considerado indicação geográfica.</i></p> <p>Art. 181 - <i>o nome geográfico que não constitua indicação de procedência ou denominação de origem poderá servir de elemento característico de marca para produto ou serviço, desde que não induza falsa procedência.</i></p> <p>Art. 182 - <i>o uso da indicação geográfica é restrito aos produtores e prestadores de serviço estabelecidos no local, exigindo-se, ainda, em relação as denominações de origem, o atendimento de requisitos de qualidade. Parágrafo único - o INPI estabelecerá as condições de registro das indicações geográficas.</i></p> <p>CAPÍTULO V - Dos Crimes Contra Indicações Geográficas</p> <p>Art. 192 - <i>Fabricar, importar, exportar, vender, expor ou oferecer a venda ou ter em estoque produto que apresente falsa indicação geográfica. Pena - detenção, de 1 (um) a 3 (três) meses, ou multa.</i></p> <p>Art. 193 - <i>Usar, em produto, recipiente, invólucro, cinta, rótulo, fatura, circular, cartaz ou em outro meio de divulgação ou propaganda, termos retificativos, tais como “tipo”, “espécie”, “gênero”, “sistema”, “semelhante”, “sucedâneo”, “idêntico”, ou equivalente, não ressalvando a verdadeira procedência do produto. Pena - detenção, de 1 (um) a 3 (três) meses, ou multa.</i></p> <p>Art. 194 - <i>Usar marca, nome comercial, título de</i></p>
--	----------------------------------	--

			<i>estabelecimento, insígnia, expressão ou sinal de propaganda ou qualquer outra forma que indique procedência que não a verdadeira, ou vender ou expor a venda produto com esses sinais. Pena - detenção, de 1 (um) a 3 (três) meses, ou multa.</i>
--	--	--	--

APÊNDICE B - Entrevistas com os técnicos do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI)

Identificação dos técnicos entrevistados. Eventualmente há esclarecimentos, entre colchetes, feitos pela própria autora.

I – Sra. Maria Helena é engenheira química. A informação mais importante da breve entrevista técnica na CIG, do INPI, é a composição do quadro dos servidores responsáveis pela fomentação da IG, bem como o acompanhamento do processo de outorga, junto ao INPI.

Relata a formação profissional dos cinco membros da equipe (na época da entrevista) da CIG, do INPI, sem se dar conta da importância dessa pluralidade; ao mesmo tempo verificou-se que não há um geógrafo concursado na CIG, talvez, por isso o erro tão significativo nas coordenadas da IG do Manguezal de Alagoas (na época da entrevista, a autora ainda não tinha detectado o erro). A servidora justifica-se por ter pouco tempo na função, daí não poder dar informações detalhadas, e pede que a entrevistadora procure o advogado da equipe, o Sr Raul Bittencourt.

Sra. Maria Helena afirma que ele coloca uma visão mais jurídica (“de advogado”) nos pareceres das concessões de IG do INPI, e cita outros técnicos, como o Sr. Wellington, biólogo, e a Sra. Mayra, recém-concursada e ainda em fase de treinamento.

A entrevistadora inicia uma conversa sobre Arranjo Produtivo Local (APL) e IG, destacando o uso da máquina estatal para fomentação primeiramente de APL, e posteriormente a concessão de diversas IG no Brasil. Contudo, as informações recolhidas sobre esta questão não são pertinentes para a tese.

Livia: Como o INPI entende a questão do APL e IG? Como a senhora compreende esse mero ato declatório de direito nas concessões, a senhora concorda que é mero ato declaratório?

Sra. Maria Helena: Sim, concordo. APL é somente para organizar os produtores. Lei da Propriedade Industrial não nos dá muitas opções. Então, a gente usa a Instrução Normativa (IN), atualmente na IN 25. Então, a IN tem algumas exigências, só que não tem, por exemplo,

o que você precisa ter no Regulamento de Uso (omissão normativa). Existem algumas brechas, muitas brechas nas IN, porque a demanda está crescendo, e o grupo, muito pequeno (eram 3 servidores).

A Sra. Maria Helena destaca que há grupos de produtores que afirmam que a IG não serviu para nada. Relata a visita do Sr. Dupim (coordenador da CIG) a Cachoeira do Sul, sem dar maiores detalhes sobre o evento, e cita frases dos produtores como: “essa IG não deu *up*”, “continuamos ganhando a mesma coisa”. E reafirma que são os produtores que têm que saber usar o selo.

Livia: E quanto à omissão normativa, sobre o Regulamento de Uso, os próprios produtores fiscalizando-se?

Sra. Maria Helena: A gente está tentando ver isso aí, porque a nossa Lei, em parte, dá certo poder ao INPI para fiscalizar, mas ainda há controvérsias sobre esse assunto. A gente não sabe se pode ou se não pode. E, a o mesmo tempo, como é que a gente vai fazer isso? Não tem pessoal suficiente.

II - Sr. Raul Bittencourt Pedreira, técnico no CIG do INPI.

Livia: Estudando, percebi o distanciamento legislativo brasileiro sobre o que historicamente seria uma IG, especialmente nos países com maior tradição como a França e Portugal.

Nesse momento da entrevista entra o Sr. Dupim, coordenador do CIG. Após os cumprimentos naturais, recordamos nosso encontro quando realizava a minha dissertação. O Sr. Dupim afirma que o Sr. Raul é o examinador mais experiente da equipe. E se coloca à disposição para uma posterior entrevista, pois ele também se encontra na fase da preparação da tese do doutorado sobre IG.

Retomando a entrevista ao Sr. Bittencourt:

Livia: Percebe-se claramente, no Brasil, uma divisão entre dois tipos de produtos que realmente seriam uma IG, pela notoriedade, e outros que se distanciam tanto que não entendo porque os produtores reconhecem o produto com um selo IG. Alguns produtores como os da Costa Negra e do arroz do Litoral Norte, não conseguem nem acaparar a renda de monopólio esperada com o selo. Ademais, a nossa legislação, ao permitir serviços, concedeu o selo para o Porto Digital (no caso lucro) não existindo qualquer ligação com o local, senão alguma influência política. Pois é até mais fácil e menos custoso tirar uma IG, do que uma ISO. Como o corpo técnico entende isso?

Sr. Bittencourt: Não vejo tanto distanciamento assim. Quando vemos a legislação francesa, nós temos vários elementos em comum. Eu entendo que seria distanciado, se a gente adotasse o modelo americano, que é pelo sistema de marcas, ou o sistema chinês, que tem tido bastante sucesso. Mas o nosso é tido como modelo *sui generis* de IG, do qual você tem direitos próprios de uma IG, assim como é o modelo francês. Assim, apesar de ter diferença de entendimentos, de a nossa lei ser mais ampla do que a dos franceses, não vejo diferenças tão profundas.

Quanto a termos a possibilidade de IG não agro, creio que seja uma oportunidade fabulosa para o artesanato. Em relação ao serviço, veja, quando você tem um APL, você não pode simplesmente transferir as empresas. Você tem competências técnicas que são fixadas naquele lugar, são pessoas. Não é uma lógica apenas do recurso material, há todo o envolvimento até

na forma de você estruturar a cadeia produtiva, que tem a ver com o local onde eles estão. Por exemplo, clássico é o Vale do Silício americano, existe uma série de barzinhos que ficam perto das universidades. Nesses bares, os empreendedores sentam-se, batem papo, trocam ideias, e foi uma das coisas que permitiu a florescência do Vale do Silício como grande centro irradiador de ideias de TI, no mundo.

De certa forma, ainda que seja uma tradição recente, quando você começa a construir... A gente não controla esse processo, entende? É gerada uma identidade própria, uma forma de se trabalhar. As empresas dali têm mais diferenças na sua estrutura interna do que em outros lugares. Quando você fala que não podemos transferir cadeias agro, discordo de você, a gente faz uma estufa, climatiza, controla o solo, a gente controla os microrganismos, a gente controla tudo. Tendo investimento e tendo tecnologia, você pode reproduzir um microclima, onde você quiser, um exemplo disso é a região serrana do Rio de Janeiro e sua produção de flores, e boa parte dessas flores são criadas em estufa. Na Suíça visitei um queijo artesanal com IG, onde um robô simula o movimento humano, ele fica o dia todo tirando a gordura do queijo. Mas, na foto que você, vê são duas pessoas.

APÊNDICE C – Entrevista com produtora italiana sobre selo e fiscalização

I - Sra. Zitta Bernardi, proprietária de uma vinícola na Toscana com 12 DOC, e 4 IGT

A Sra. Zitta Bernardi apresentou a área onde os vinhos eram acondicionados em barris de carvalho, com DOC ou IGT. Outros vinhos, em túneis de aço – os mais simples, ou aqueles que tinham perdido direito ao uso do selo IGT, por não seguir o modo tradicional de produção. A Sra. Zitta Bernardi relatou que a crise europeia levou a uma migração maciça de mão-de-obra do leste europeu, e como não havia mão-de-obra disponível local, pois os jovens queriam viver nas cidades e centros, inclusive seus filhos, ela tinha que empregar esse “povo preguiçoso”, assim queixou-se a proprietária.

Livia: Como a senhora entende o selo DOC e o IGT?

Sra Zitta Bernardi: Dá muito trabalho ter esses selos, mas ele é parte da nossa família. Mas, está cada vez mais difícil manter, sem a ajuda de meus filhos, e sem gente trabalhadora.

Livia: Como é feita a fiscalização do produto? Qual o impacto da perda para um produtor?

Sra Zitta Bernardi: é feita anualmente, por gente do governo. Eles chegam sem avisar, mas tem um período que nós sabemos que eles vão chegar. O impacto é muito forte, tudo isso, essa terra, esse conhecimento vem da família há mais de 300 anos, quando o *chatêau* foi construído. Tem muita gente interessada nas nossas terras, no conhecimento que temos na fabricação de vinhos. Há muitos chineses e russos comprando as vinícolas daqui.

(Na pesquisa, foi encontrada apenas uma referência sobre esse assunto, no jornal A Tarde, particularmente, na Revista Muito, n.232, de 9 de setembro de 2012. No artigo lê-se sobre a crise europeia e como a China investe recursos para comprar vinícolas na Europa, citando apenas um exemplo, o tradicional *Chatêau Gevrey-Chhambertin*, na Borgonha).

ANEXOS

ANEXO A – Países signatários do Acordo de Lisboa.

Lisbon Agreement (1958), revised at Stockholm (1967), and amended in 1979 (Lisbon Union)

Status on April 13, 2007

State Date on which State became party to the Agreement

Latest Act of the Agreement to which State is party and date on which it became party to Act

Algeria	July 5, 1972 Stockholm: October 31, 1973
Bulgaria	August 12, 1975 Stockholm: August 12, 1975
Burkina Faso	September 2, 1975 Stockholm: September 2, 1975
Congo	November 16, 1977 Stockholm: November 16, 1977
Costa Rica	July 30, 1997 Stockholm: July 30, 1997
Cuba	September 25, 1966 Stockholm: April 8, 1975
Czech Republic	January 1, 1993 Stockholm: January 1, 1993
Democratic People's Republic of Korea	January 4, 2005 Stockholm January 4, 2005
France ¹	September 25, 1966 Stockholm: August 12, 1975
Gabon	June 10, 1975 Stockholm: June 10, 1975
Georgia	September 23, 2004 Stockholm September 23, 2004
Haiti	September 25, 1966 Lisbon: September 25, 1966
Hungary	March 23, 1967 Stockholm: October 31, 1973
Iran (Islamic Republic of)	March 9, 2006 Stockholm: March 9, 2006
Israel	September 25, 1966 Stockholm: October 31, 1973
Italy	December 29, 1968 Stockholm: April 24, 1977
Mexico	September 25, 1966 Stockholm: January 26, 2001
Moldova	April 5, 2001 Stockholm: April 5, 2001
Montenegro	June 3, 2006 Stockholm: June 3, 2006
Nicaragua	June 15, 2006 Stockholm June 15, 2006
Peru	May 16, 2005 Stockholm: May 16, 2005
Portugal	September 25, 1966 Stockholm: April 17, 1991
Serbia ²	June 1, 1999 Stockholm: June 1, 1999
Slovakia	January 1, 1993 Stockholm: January 1, 1993
Togo	April 30, 1975 Stockholm: April 30, 1975
Tunisia	October 31, 1973 Stockholm: October 31, 1973

(Total: 26 States)

¹ Including all Overseas Departments and Territories.

² Serbia is the continuing State from Serbia and Montenegro as from June 3, 2006.

ANEXO B – Documentação parcial: Ficha Arroz do Litoral Norte



APROARROZ participa da reunião da Câmara Técnica do MAPA - Signos Distintivos - IG e Marcas Coletivas

A Câmara visa propor, apoiar e acompanhar ações para o desenvolvimento dos Signos Distintivos - IG e Marcas Coletivas.

APROARROZ participou da maior feira de negócios do futebol no mundo, a SOCCERex

A Associação dos Produtores de Arroz do Litoral Norte Gaúcho (APROARROZ), participou da SOCCERex - a maior Feira de Negócios do Futebol no Mundo, no Rio de Janeiro, a convite do SEBRAE e Governo do Estado do Rio Grande do Sul, de 24 a 28 de novembro de 2012.

Página 1 de 3
Iniciar Ant 1 2 3 Próx Fim

Bento
Pura Inspiração

origIn
Entidade Associada

Selecione o idioma

vale dos vinhedos

Feira Vinhedos

INFORMAÇÕES E DADOS EXTRAÍDOS DO SITE DA APROARROZ

www.aproarroz.com.br

A APROARROZ – Associação dos Produtores de Arroz do Litoral Norte Gaúcho – é uma entidade privada, sem fins lucrativos focada na pesquisa e produção sustentável de arroz e seus derivados. Isso significa envolvimento, agregação de valor, não só dos agentes envolvidos na cadeia produtiva através da implementação de processos, mas do próprio consumidor que poderá dispor de um produto com garantia de origem e qualidade.

A sustentabilidade abrange uma série de fatores que envolvem além da pesquisa e produção propriamente dita, o desenvolvimento de ações que promovam a organização e preservação do meio ambiente do Litoral Norte Gaúcho, o estímulo e promoção do potencial turístico da região e o aprimoramento sócio cultural dos associados, seus familiares e da própria comunidade.



EMPRESA PRODUTOS E MERCADO EMBRAPA ESCRITÓRIO DE PETROLINA

AVISO DE LICITAÇÃO PREGÃO Nº 11/2012 - UASG 135007

Nº Processo: 103/2012. Objeto: Pregão Eletrônico - Contratação de microempresa ou empresa de pequeno porte para prestação de serviços de transporte terrestre de sacos...

REGINALDO ALVES PAES Gerente Local

(SIDIEX - 19/11/2012) 135043-13203-2012NE00202

EMPRESA ESCRITÓRIO DE PONTA GROSSA

AVISO DE LICITAÇÃO PREGÃO Nº 9/2012 - UASG 135067

Nº Processo: 710/2012. Objeto: Pregão Eletrônico - Contratação serviço de instalação, com fornecimento de materiais, de linha de segurança vertical e horizontal e um plano inclinado com UBS de soja e milho de acordo com a norma ISO 2408...

OSMAR PAULO BECKERT Gerente Local

(SIDIEX - 19/11/2012) 135043-13203-2012NE00000

GERÊNCIA-GERAL

EDITAL DE CHAMADA PÚBLICA Nº 5/2012

A Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - Empresa por intermédio do Serviço de Produtos e Mercado - SP.M, torna pública a seleção de empresas para desenvolvimento de sistemas de produção de sementes, sistemas de produção agrícola e avaliação de desempenho industrial das cultivares do sorgo sacarina BRS 508 e BRS 509...

SORAYA CARVALHO BARRIOS DE ARAÚJO Gerente-Geral Intérim

EMPRESA TRIGO

EXTRATOS DE INSTRUMENTOS CONTRATUAIS

Epécie: Contrato de Cooperação; Partes: Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária-Embrapa e a Agronomar Comércio de Insumos Macia Ltda. CNPJ/MF 08.278.532/0001-88. Objeto: Implantação de unidade de observação (UO) para validação agrônoma a campo da linhação de Soja PP09566 selecionada pela Embrapa...

Epécie: Contrato de Cooperação; Partes: Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária-Embrapa e a Cotripul Agropecuária Cooperativa - Cotripul. CNPJ/MF 01.982.406/0001-00. Objeto: Implantação de unidade de observação (UO) para validação agrônoma a campo da linhação de Soja PP09566 selecionada pela Embrapa...

Este documento pode ser verificado no endereço eletrônico http://www.b.gov.br/controlelicitat, pelo código 00012012121000015

Epécie: Termo Aditivo nº 01 ao Contrato de Comodato SAIC 21100.07/0024-6; Partes: Empresa Trigo (Comodatário) e a Fundação Centro de Experimentação e Pesquisa Fitociógeno (Comodante)...

Epécie: Termo Aditivo Nº 01 ao Acordo de Cooperação Técnica Empresa Cod. 21100.12/0032-4; Partes: Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária-Embrapa e a Sociedade Educacional Tris do Mato-SETREM. CNPJ/MF 08.039.852/0001-97...

AVISOS DE LICITAÇÃO

PREGÃO Nº 36/2012 - UASG 135032

Nº Processo: 238. Objeto: Pregão Eletrônico - Aquisição de impressoras, emulsores e etiquetas. Total de Itens Licitados: 09/028. Edital: 20/11/2012 da 08h30 às 11h55. Endereço: Br 285 - Km 174 Passo Fundo - RS...

(SIDIEX - 19/11/2012) 135032-13203-2012NE9999999

PREGÃO Nº 48/2012 - UASG 135032

Nº Processo: 267. Objeto: Pregão Eletrônico - Aquisição de materiais diversos (informática, laboratório, campo e comunicação visual). Total de Itens Licitados: 09/036. Edital: 20/11/2012 da 08h30 às 11h00 e de 14h às 17h00. Endereço: Br 285 - Km 174 Rodovia - PASSO FUNDO - RS...

(SIDIEX - 19/11/2012) 135032-13203-2012NE9999999

PREGÃO Nº 49/2012 - UASG 135032

Nº Processo: 271/2012. Objeto: Pregão Eletrônico - Contratação de empresa especializada em Ergonomia para elaborar, executar e emitir avaliação das condições de trabalho a que os(as) empregado(as) da EMBRAPA TRIGO estão exposto(s): alugar, executar e emitir Laudo de Avaliação Ergonômica das Condições de Trabalho...

(SIDIEX - 19/11/2012) 135032-13203-2012NE9999999

SERGIO ROBERTO DOTTO

Chefe-Geral

EMPRESA UVA E VINHO

AVISO DE LICITAÇÃO PREGÃO Nº 105/2012 - UASG 135033

Nº Processo: 105/2012. Objeto: Pregão Eletrônico - Aquisição de equipamento do laboratório Total de Itens Licitados: 00/001. Edital: 20/11/2012 da 08h30 às 11h30 e de 13h às 17h30. Endereço: Rua Livramento, 515 Cx. Postal 130 - Bento Gonçalves/RS...

Lucas da Ressurreição Garrido Chefe-Geral

(SIDIEX - 19/11/2012) 135033-13203-2012NE000268

RESULTADO DE HABILITAÇÃO TOMADA DE PREÇOS Nº 1/2012

Após a abertura da licitação supracitada processo nº 001/2012, TF, foram habilitados os participantes DELTA 3S CONSTRUTORA LTDA - ME, HREL PROJETOS E CONSTRUÇÕES LTDA - EPT, IDEA ENGENHARIA E CONSTRUTORA LTDA, CONSTRUMOLDE EMPREITEIRA DE MAO DE OBRA LTDA - ME.

VINÍCIUS ANTONIO MACHADO NARDI Presidente da Comissão Especial de Licitação

(SIDIEX - 19/11/2012) 135033-13203-2012NE000268

LABORATÓRIO NACIONAL AGROPECUÁRIO EM RECIFE

EXTRATO DE CONTRATO Nº 43/2012 UASG 130016

Nº Processo: 21002000060201200. PREGÃO SISET Nº 34/2012 Contratante: MINISTERIO DA AGRICULTURA, Pecuária e Abastecimento. CNPJ Contratado: 08/2866000102. Contratado: VERTICE ASSESSORIA E PROJETOS LTDA - ME. Objeto: Contratação da prestação do serviço de custos de engenharia para elaboração dos projetos de engenharia do laboratório de Físico Química de Alimentos...

(SICCON - 19/11/2012) 130016-00001-2012NE000119

SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO AGROPECUÁRIO E COOPERATIVISMO

EXTRATO DE CONVÊNIO

Epécie: Convênio Nº 71148/2012. Convênios: Concedente - MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO, Unidade Gestora: 4200/3, Gestão: 09/01. Convênio: ASSOCIACAO DOS CARCINICULTORES DA COSTA NEGRA - ACCN, CNPJ nº 09.686.519/0001-40. Apoio ao IV Encontro de Arroz Produtor Local do Carcinicultura do Litoral Oeste. Valor Total: R\$ 907.506,00. Valor de Contraprestação: R\$ 37.500,00. Crédito Documentário: FTRES-49294. Fonte Recurso: 0100000000, ND: 33503, Num Empenho: 2012NE000077. Vigência: 09/11/2012 a 05/02/2013. Data do Assinatura: 05/11/2012.

(SICCONV/PORTEL) - 19/11/2012

SERVIÇO NACIONAL DE PROTEÇÃO DE CULTIVARES

AVISO

O Serviço Nacional de Proteção de Cultivares, em cumprimento ao estabelecido no art. 21, da Lei nº 9.456/97, torna pública que no dia 19 de novembro de 2012, foram expostos os Certificados de Proteção de Cultivar relacionados.

Table with 3 columns: ATRIBUTO, DESCRIÇÃO/VALOR DA ATRIBUIÇÃO, Nº DO CERTIFICADO DE PROTEÇÃO/CP

FABRÍCIO SANTANA SANTOS Coordenador

SUPERINTENDÊNCIA FEDERAL NO ESTADO DA BAHIA

EXTRATO DE TERMO ADITIVO

Epécie: Termo Aditivo, firmado entre a Superintendência Federal de Agricultura do Estado da Bahia, representado pela Sr. Virginia Alves de Almeida Baggio, Superintendente, e a EREDA-Empresa Baiana de Desenvolvimento Agrícola S.A., representado pelo Sr. Elsonaldo do Faro Tulas, Diretor-Presidente. Objeto: Alterar a vigência do Contrato 12/2009 prorrogado por mais um ano a partir de 16/09/2012. Vigência: 16/10/2012 a 16/10/2013.

Documento assinado digitalmente conforme MP nº 2.200-2 de 24/08/2001, que institui a Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira - ICP-Brasil.



Compatível



mais Próximo blog»

Criar um blog Login

VALE DO ACARAÚ NOTÍCIAS

A Informação Mais Perto de Você

Blog de Notícias do Vale do Acaraú

sexta-feira, 20 de julho de 2013

Presidente da ACCN se defende contra representação protocolada no Ministério Público



O presidente da Associação dos Camaricultores da Costa Negra (ACCN), Livino Sales falou a imprensa sobre a representação no Ministério Público Federal que pode resultar na cassação do selo de "indicação geográfica" concedido pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) ao camarão da Costa Negra. A representação foi protocolada pelo Fórum em Defesa da Zona Costeira do Ceará (FDZCC) e pela Rede Nacional de Advogadas e Advogados Populares no Ceará (Renap) requerendo apuração, citando inclusive casos de agressão ao meio ambiente.

Livino confirmou a imprensa que o camarão produzido na Costa Negra tem origem no Pacífico. "Quería saber qual o problema disso? Há denominação de origem de café, que tem origem na África; de uva, que é da Europa", descreve. Ainda segundo o empresário, a espécie do camarão foi introduzida no Brasil há mais de 25 anos, e tem origem próxima da espécie brasileira.

Para o presidente da ACCN, os advogados deveriam conhecer como é produzido o camarão antes de fazer a denúncia. Ele compara o caso dos camarões à miscigenação do povo brasileiro. "Pergunta se eles (advogados) são importados. Porque, se for assim, os únicos brasileiros que têm aqui são os índios", ironiza o presidente.

Sobre as denúncias contra possíveis crimes ao meio ambiente, Livino diz que os produtores têm licença estadual, além de registro no Ibama e no Ministério da Pesca para produzir. "Eles deveriam ler o novo Código Florestal", recomenda Livino Sales.

O núcleo do Ministério Público Federal em Sobral deverá investigar a representação. Além da indicação geográfica, os advogados apontam a existência de problemas ambientais na exploração do camarão.

Postado por Vale do Acaraú Notícias às 21:34:00

Recomende isto no Google

Nenhum comentário:

Postar um comentário

VALE DO ACARAÚ NOTÍCIAS

CONTATO

valedoacaraunoticias@gmail.com

(85) 9907640

1 online

Total de visualizações de página

195,650

Seguidores

 Particpilar deste site
 Google Friend Connect
Membros (62) [Mais >](#)Já é um membro? [Faça login](#)

Vale do Acaraú Notícias

Ceará, Brazil

Este é o blog da região do Vale do Acaraú. Esse periódico, que iniciou suas atividades no ano de 2010, estando sempre realizando a busca da informação de forma imparcial mostrando assim o cotidiano da região do Baixo Acaraú. Sua equipe de jornalistas trabalham por meio de um jornalismo sério e transparente, dando voz à população, além de valorizar a cultura local e abordar temas de interesse público.

[Visualizar meu perfil completo](#)

Arquivo do blog

2013 (466)



Diferenciais das Indicações Geográficas

O produto portador de uma Indicação Geográfica tem identidade própria e inconfundível. Possui notoriedade gerada pela íntima ligação com o território e um sistema de garantia de sua qualidade.

As vantagens do selo de IG:

- A origem, o método de produção e elaboração e a especificidade dos produtos, respeitando os requisitos técnicos de qualidade,
- A identificação e informações claras, através do selo da IG;
- Garantia de rastreabilidade dos produtos.



A valorização de mercado dos produtos com IG

Estudo da Comissão Europeia de Comércio a respeito da percepção do consumidor em relação a produtos com IGs:

- Garantia de origem: 37%
- Garantia de qualidade: 37%
- Garantia de lugar e método de produção: 57%
- Tradição: 17%

43% dos europeus se dispõem a pagar **10% a mais** por produtos com IG.

11% destes aceitam pagar entre **20% e 30% a mais** por estes produtos.



Resultados observados no Vale dos Vinhedos desde a certificação:

- **Valorização das propriedades agrícolas:** valorização entre 200% a 500% dependendo da localização e de sua finalidade.
- **Melhoria do padrão tecnológico:** independente do porte, as vinícolas passaram a realizar pesados investimentos em conhecimento, maquinário e tecnologia tanto na parte industrial como na área agrícola.
- **Maior oferta de empregos:** as vinícolas e demais empreendimentos do Vale dos Vinhedos empregam diretamente mais de 1,2 mil pessoas, sem contar as famílias proprietárias.
- **Atração de novos investidores:** novos empreendedores ligados ao turismo e ao setor vinícola passaram a se instalar no roteiro.
- **Reconhecimento de mercado:** os vinhos com a IP Vale dos Vinhedos passaram a ser conhecidos no mercado como de qualidade diferenciada e, com o reconhecimento da União Europeia, têm maior facilidade de ingresso e comercialização no mercado externo.



A Denominação de Origem Vale dos Vinhedos

- Será a primeira DO de vinhos do Brasil
- Produção e processamento na região delimitada do Vale dos Vinhedos
- Apresenta regras de cultivo e de processamento mais específicas que as estabelecidas para a IP
- Busca destacar e valorizar a identidade dos vinhos elaborados no Vale dos Vinhedos



Parceiros na construção da Indicação Geográfica Vale dos Vinhedos

Embrapa Uva e Vinho
Embrapa Clima Temperado
Embrapa Florestas

IBRAVIN – Instituto Brasileiro do Vinho
ABE – Associação Brasileira de Enologia

UCS – Universidade de Caxias do Sul
UFRGS - Universidade Federal do Rio Grande do Sul

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

FAPERGS – Fundação de Amparo a Pesquisa do Estado do RS

FINEP - Financiadora de Projetos



Ronaldo Alves, 50 anos, é pago pelos colegas da Associação de Paneleiras para retirar o barro da jazida.

A Prefeitura de Vitória cede um caminhão para o transporte até Goiabeiras.

São retiradas as argilas plásticas, de cor amarelada e cinza, que tem matéria orgânica e pouca sílica livre.

Ela também carrega fragmentos de quartzo, que é o principal elemento da funcionalidade das panelas.





“...eu separo o barro em bolas, e cada uma é vendida a R\$ 1,50...”





ANEXO F – Documentação parcial: Porto Digital

Porto Digital recebe selo de qualidade do INPI

Centro tecnológico recebeu selo de indicação de Procedência do Instituto Nacional de Produção Industrial

LeiaJá por Carlos Silvio | [seg, 03/12/2012 - 19:21](#)

Foto: Chico Peixoto/LeiaJá Imagens



Segundo Francisco Saboya, presidente do Porto Digital, selo reconhece qualidade e excelência dos serviços do Porto Digital

O Porto Digital anunciou nesta segunda-feira (3) o recebimento do selo de indicação de Procedência do Instituto Nacional de Produção Industrial (INPI). Essa é a primeira vez no mundo em que um empreendimento foi indicado na área de serviços. Geralmente selos do tipo se referem a área de alimentos e de bebidas. O selo atesta a qualidade da produção tecnológica do Porto, semelhante a certificações que existem para o vinho do Porto, exemplo citado por Francisco Saboya, presidente do Porto Digital.

"O selo atesta a qualidade dos nossos serviços. Assim como um vinho do Porto tem que atender uma série de requisitos para poder receber o título de vinho do Porto. O que temos aqui é mesmo: softwares desenvolvidos no Porto Digital agora têm um selo provando a sua qualidade e excelência," disse Saboya.

De início, apenas cinco empresas do Porto Digital são qualificadas para receber a novidade: Procenge, MVM Certificadora, Pitang, Seg Sat e Vectra.

Segundo o INPI, produtos e serviços (com o recebimento do selo pelo Porto Digital) são 32% mais caros que os sem o selo.

Para conseguir esse selo de qualidade, empresas passam por uma auditoria para a avaliação de cinco itens. São eles: capital humano, tecnologia e inovação, mercado, responsabilidade sócio empresarial e qualidade no processo de desenvolvimento de software.

As que já conseguiram o selo dentro do Porto Digital deverão o receber em março ou abril, logo após a primeira reunião do Conselho Administrativo do Porto Digital de 2013.

Desde 2008 o Porto Digital está em busca do recebimento desse selo.

www.leiaja.com/tecnologia/2012/porto-digital-recebe-selo-de-qualidade-do-inpi

LeiaJá as Mais!

+ LIDAS	+ COMENTADAS	+ COMPARTILHADAS
88th espões Filiz do armário		
Pesquisas da ONU revelam IDH das cidades pernambucanas		
Arbex seleciona candidatos para programa de Treinax		
Avianca é obrigada a ficar oito dias sem vender passagem		
DO DIA NO DIA DA SEMANA DO MÊS		

LeiaJá nas redes sociais: Acompanhe-nos!

Facebook

Encontre-nos no Facebook

 Curtir	
106.641 pessoas curtem LeiaJá Online.	
Plug-in social do Facebook	



Recife garante recursos para implantar núcleo de economia criativa no Porto Digital

25/08/2017 - 17h08

Economia

Alana Gandra
Repórter da Agência Brasil

Rio de Janeiro - Financiamento do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) no valor de R\$ 8,8 milhões vai permitir a estruturação do Porto Mídia, considerado o ponto de partida para a implementação de iniciativas no campo da economia criativa no Porto Digital, parque tecnológico do centro histórico do Recife. O contrato foi firmado hoje (23), na sede do banco, no Rio de Janeiro. Os recursos não reembolsáveis são oriundos do Fundo Cultural do BNDES.

O diretor presidente do Porto Digital, Francisco Saboya, informou à **Agência Brasil** que o financiamento consolida a operação de expansão do parque tecnológico, que tem 12 anos de existência e era dedicado até então apenas à área de tecnologia da informação (TI). O local reúne 150 empresas de TI que faturaram no total R\$ 1 bilhão, ou cerca de 1% do Produto Interno Bruto (PIB) pernambucano, no ano passado.

"Considerando a necessidade de o Porto Digital se expandir e o potencial enorme que a cidade do Recife tem para as atividades da chamada economia criativa, em especial as áreas de games [jogos eletrônicos], audiovisual, música e design, o Porto Digital endereçou essa questão e contou com apoio do BNDES", disse.

A verba será aplicada na reforma de um imóvel histórico que se acha hoje em ruínas, conhecido como Convento, localizado em área tombada pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) no chamado Recife Antigo. Os recursos serão utilizados também na aquisição de equipamentos e na instalação de estúdios e laboratórios no local. Francisco Saboya tem a convicção de que, uma vez pronto, o Porto Mídia do Recife "será uma das mais importantes plataformas de fomento à economia criativa no Brasil".

O projeto para o Porto Mídia já está aprovado pelo Iphan e pela prefeitura do Recife. Com a assinatura do contrato, o Porto Digital está liberado para efetuar a contratação dos primeiros serviços, relativos à obra de restauração. A expectativa é que o prédio esteja pronto para funcionar como núcleo de empreendedorismo e tecnologia voltada à economia criativa em dois anos e meio, informou Saboya.

Enquanto as obras são feitas, o Porto Mídia terá a sua primeira fase inaugurada em julho próximo. As atividades funcionarão provisoriamente em outro imóvel, em uma escala menor, até a conclusão das obras no prédio histórico. "Ou seja, a gente inicia a operação do Porto Mídia agora, provavelmente em agosto, e, paralelamente, restaura o outro imóvel, adquire e instala os novos equipamentos em uma escala maior e transfere, em dois anos e meio, a operação para lá".

Segundo Francisco Saboya, o apoio financeiro do BNDES é importante para o Porto Digital do Recife, porque é estruturante. "É um apoio para estruturar um equipamento que será a âncora do polo de economia criativa do Recife".

O presidente do BNDES, Luciano Coutinho, assegurou ao assinar o contrato que o projeto do Porto Mídia do Recife "é uma combinação virtuosa de nossa política de apoio ao restauro do patrimônio histórico com o fomento à economia criativa e à tecnologia". Os recursos do banco correspondem a 60% do investimento total do projeto.

Edição: Davi Oliveira

Tudo o conteúdo deste site está publicado sob a Licença Creative Commons Atribuição 3.0 Brasil. Para reproduzir as matérias é necessário apenas dar crédito à Agência Brasil

[Índex](#) [Economia](#) [Iphan](#) [Porto Digital](#) [Porto Mídia](#) [Recife](#) [restauração de prédio histórico](#) [restauração do convento](#)

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

25/08 Meio Ambiente

Redes clandestinas de esgotos provocam a morte de peixes nas lagoas da Barra de Tijucas e de Jacarapaguá

25/08 Nacional

Manifestantes interditam rodovia no MA em protesto contra operação do Ibama e do Exército

25/08 Educação

Mercadante pede que Câmara decida reajuste do piso salarial dos professores

25/08 Política

Governo ganhou por margem apertada votação de alguns votos

25/08 Internacional

Protestos na Colômbia resultam em 50 feridos e 85 pessoas presas

NOTÍCIAS DO MESMO DIA

25/08 Nacional

Sindicato denuncia que empresas ferilizam distribuição de combustível no Rio

25/08 Internacional

Aliança do Pacífico terá mais sete países observadores e visto comum para turistas

25/08 Saúde

Aumentam casos de doença transmitida por gato no Rio de Janeiro

25/08 Saúde

Anvisa abre consulta pública para normalizar recall de alimentos

ANEXO G – Documentação parcial: Vale do Submédio São Francisco

Uvas finas de mesa e mangas cultivadas no Vale...

<http://www.cpatia.embrapa.br/imprensa/noticia...>

Uvas finas de mesa e mangas cultivadas no Vale do Submédio São Francisco ganham selo de Indicação de Procedência

O Instituto Nacional de Propriedade Intelectual – INPI – aprovou o pedido de Indicação de Procedência (IP) Vale do Submédio São Francisco para empresas e agricultores filiados à União das Associações e Cooperativas dos Produtores de Uvas Finas de Mesa e Mangas dessa região, localizada em terras do sertão da Bahia e de Pernambuco. A posse da IP garante aos produtores um instrumento comercial importante para competir nos mercados do Brasil e do exterior.



Marca valorizará frutas

Embora originárias de ambientes de clima temperado (uva) e tropical úmido (manga), as duas frutas tiveram boa adaptação ao cultivo irrigado sob o clima quente e seco do semiárido sanfranciscano, a ponto de abrigar os pomares de onde, há cerca de uma década, são colhidas mais de 90% dos volumes exportados pelo país, principalmente para os Estados Unidos e países da União Européia. A IP valoriza o vínculo da qualidade das frutas com o cultivo nas condições ambientais do Vale do Submédio São Francisco.

Identidade – No parecer que aprova o pedido de IP, técnicos do INPI reconhecem que as mangas e uvas finas de mesa possuem “profunda conexão e identidade comum tanto na produção com uso intensivo de tecnologia, quanto na comercialização”, além de serem referidas em conjunto pela mídia como frutas do São Francisco, o que transparece a afinidade da produção das duas com a região. A Indicação de Procedência irá valer para as principais variedades já implantadas nas áreas irrigadas do Submédio: Festival Seedless, Thompson Seedless, Crimson Seedless, Itália, Benitaka, Red Globe, Brasil e Itália Melhorada – no caso das uvas; e Tommy Atkins, Kent, Keith, Haden e Palmer – dentre as mangas.

A temperatura e a luminosidade, que predominam no Vale do Submédio São Francisco, induzem também características originais nessas frutas como o aumento da atividade fisiológica das plantas, que podem ser manejadas para produzirem em qualquer período do ano e, no caso das videiras, colher duas safras anuais. É uma situação diferenciada e que não é reproduzida em outras regiões produtoras, afirma a engenheira agrônoma Maria Auxiliadora Coelho Lima, Chefe de Pesquisa e Desenvolvimento da Embrapa Semiárido.

No Vale do Submédio São Francisco, onde está concentrado o maior polo de fruticultura irrigada do Brasil, as mangas são cultivadas em cerca de 23.300 hectares e as uvas finas de mesa em aproximadamente 12.100 hectares. As áreas já em produção, contudo, são 19.400 e 9.900 hectares, respectivamente. Porém, nem todos os agricultores e empresas irão se valer da IP conferida pelo INPI. Por se tratar de uma marca, apenas os filiados à União das Associações e Cooperativas dos Produtores de Uvas Finas de Mesa e Mangas do Vale do Submédio São Francisco – Univale, organização que apresentou o pedido, terão o direito ao selo. Este selo, porém, não será aferido para todo o volume de produção dos associados. O uso requer o atendimento a padrões de qualidade e técnicas de produção das frutas, instituídos em regulamento aprovado pela própria associação.

Cooperação – Na elaboração do pedido protocolado junto ao INPI com as formalidade legais exigidas para a obtenção da IP, a Univale contou com a colaboração de várias instituições, a exemplo do Sebrae-PE, que coordenou as ações, Sebrae Nacional, Embrapa Semiárido e Federação da Agricultura de Pernambuco – FAEPE, além da consultoria de Roberto Castelo Branco. Vários documentos que forneceram as justificativas técnico-científicas que embasaram a solicitação da organização dos produtores, foram elaborados por pesquisadores da Embrapa Semiárido.

Um deles, que tratou dos “Subsídios Técnicos para Indicação Geográfica de Procedência do Vale do São

Francisco: Uva de Mesa e Manga”, expõe informações sobre a área geográfica e as características físicas, históricas e econômicas da cadeia de produção dessas frutas. Outros dois foram: a “Viticultura no Vale do Submédio São Francisco” e “Mangicultura no Vale do Submédio São Francisco”. De acordo com Maria Auxiliadora, uma consequência para o produto que recebe a marca da IP é a valorização comercial e a proteção contra fraudes, coibindo o uso indevido do nome Vale do Submédio São Francisco nas frutas produzidas em outras regiões. O café do Cerrado Mineiro, por exemplo, passou a ter cotação específica nas bolsas de mercadorias e, em geral, tem preços internacionais 30% maiores que o café não certificado da mesma região. No Vale dos Vinhedos, no Rio Grande do Sul, as propriedades registraram uma valorização média superior a 50%.

Vinho - Esforços semelhantes foram iniciados para a apresentação ao INPI do pedido de IP para os vinhos do Vale do Submédio São Francisco. Também com a consultoria de Roberto Castelo Branco, a Embrapa Semiárido, organizações de produtores e empresas do setor, iniciaram estudos técnico-científicos que irão documentar o vínculo entre a região e os vinhos processados nas suas vinícolas.

Contatos:

Maria Auxiliadora Coelho Lima – Chefe Adjunto de Pesquisa e Desenvolvimento;

chpd@cpatsa.embrapa.br

Marcelino Ribeiro – Jornalista;

marcelrn@cpatsa.embrapa.br

Embrapa Semiárido – 87 3862 1711

ANEXO H – Documentação parcial: Capim do Jalapão



Capim dourado

Design Popular do Jalapão

MANEJO COMUNITÁRIO SUSTENTÁVEL





Prática de manejo permite a germinação no campo úmido



Roseta de capim dourado sem flores



Artesão e pesquisadora da PEQUI em atividade de pesquisa

Comprar artesanato de capim dourado de associações que respeitam as regras socioambientais é uma forma de contribuir para a melhoria da qualidade de vida dos artesãos e também para a conservação do Cerrado do Jalapão!



Artesão auxilia pesquisa



Reunião sobre as pesquisas na comunidade do Rio Novo

Ciência e tradição

Desde 2002, a PEQUI – Pesquisa e Conservação do Cerrado, em conjunto com associações extrativistas do Jalapão, realiza estudos para testar e acompanhar os efeitos do extrativismo sobre o capim dourado e o buriti. Os estudos são importantes para que a colheita da matéria-prima não prejudique o ambiente, sobretudo essas duas plantas, garantindo a manutenção da fonte de renda de centenas de artesãos e a conservação do Cerrado.

A partir dos resultados de estudos científicos aliados ao conhecimento tradicional dos extrativistas, foram geradas recomendações de colheita para que o artesanato seja sustentável ecológica e economicamente. Uma dessas recomendações é de que a colheita das hastes de capim dourado deve ser feita apenas após a produção das sementes, o que coincide com o período em que as hastes estão mais brilhantes. Assim, fica garantida a continuidade da espécie e a obtenção de matéria-prima de alta qualidade para o artesanato que ilustra este catálogo.

Realização:



Financiamento:



ISPN
Instituto Sociedade,
População e Natureza



Edição do dia 10 de junho de 2012

APICULTOR TRANSFORMA REALIDADE

Até pouco tempo atrás, a própolis vermelha era descartada da produção nos apiários alagoanos. Foi a partir da curiosidade do apicultor José Marinho, da região de Marechal Deodoro – há 30 anos na atividade –, por aquele “grude” que juntava nas brechas das colmeias, que essa realidade começou a mudar. Por conta própria, ele começou a levar na bagagem, quando participava de congressos de apicultura, pequenas amostras da substância, na esperança de que algum pesquisador se interessasse em descobrir o que era aquela pasta vermelha e se poderia servir para alguma coisa.

Não tardou a descobrir que era a própolis vermelha e as suas amostras também não demoraram a despertar o interesse de cientistas, entre eles a professora Maria Cristina Marcucci, pesquisadora específica da própolis que seu Marinho conheceu durante um congresso em Campo Grande.

Foi a partir daí que se descobriu que aquele produto que os produtores alagoanos jogavam fora poderia proporcionar diversos benefícios à saúde, com uma ação vinte vezes mais rápida que a própolis verde. As pesquisas despertaram o interesse dos laboratórios, que começaram a utilizar a própolis vermelha para a fabricação de medicamentos, por suas propriedades exclusivas, que resultaram na Indicação Geográfica.

Daqui para a frente, segundo Ticiani Gomes, a ideia é atrair a indústria de fitoterápicos e mais recursos para pesquisas que possam potencializar ainda mais o aproveitamento da própolis vermelha alagoana.

“Os estudos apontam que poderemos estar diante de uma substância de ação terapêutica eficaz no combate a alguns tipos de câncer e já comprovaram seu poder de ação até mesmo contra uma superbactéria, além da ação cicatrizadora, testada inclusive em dois estudos de casos clínicos, e da redução da subnutrição em crianças”, conclui Ticiano Gomes. FA ‡

Leia mais na versão impressa



NAVEGUE NAS PÁGINAS DESTA EDIÇÃO

Própolis vermelha combate células leucêmicas humanas

Pesquisa conduzida na FEA abre perspectiva para futuros ensaios pré-clínicos



Foto: Antônio Peri

O professor Yong Park (à direita) acompanhado dos pesquisadores Gilberto Franchi Júnior e Viviane Lorenz (à esquerda) próximos de uma das células que tem o efeito citotóxico

MARCO SILVERIO

Desde 1990, o professor Yong Park, da Faculdade de Engenharia de Alimentos (FEA) da Unicamp, tem dedicado especial atenção às propriedades da própolis brasileira. Durante

esse período, pesquisas conduzidas por ele e sua equipe classificaram 12 grupos dessa substância natural e constataram que ela possui atividades antimicrobianas, anticancerígenas e anti-HIV, para ficar em apenas três exemplos. Mais recentemente, estudo coordenado por Park classificou um 13º grupo, constituído pela chamada própolis vermelha, que ocorre somente no Nordeste do país. Ensaios *in vitro* desenvolvidos nos laboratórios da FEA em colaboração com a Faculdade de Ciências Médicas (FCM) comprovaram que este último é capaz de induzir a apoptose (morte programada) em células leucêmicas humanas. O resultado do trabalho abre perspectiva para futuros ensaios pré-clínicos.

Embora relevante, a pesquisa coordenada por Park ainda está longe de propiciar o desenvolvimento de uma droga para combater a leucemia, como adverte o farmacêutico Gilberto Carlos Franchi Júnior, integrante da equipe. De acordo com ele, ainda é preciso cumprir um longo caminho até chegar a esse objetivo. "Dois dos desafios é identificar e isolar a substância que tem o efeito citotóxico. Depois, é preciso fazer os testes pré-clínicos e clínicos. Por enquanto, o que nós fizemos foi constatar a atividade da substância no combate às células leucêmicas e comprovar que a ação da própolis vermelha é maior do que a da própolis verde, que é a mais comum no Brasil", explica.

Dito de modo simplificado, o que os cientistas fizeram foi primeiro coletar a própolis vermelha em colmeias localizadas nas proximidades da costa e de rios nordestinos. De acordo com o professor Park, foi observado que as abelhas coletavam o exsudato vermelho (substância resinosa) da superfície da planta *Dalbergia ecastophyllum*, conhecida popularmente como rabo-de-bugio. Tanto a própolis quanto o exsudato foram analisados e ambos apresentaram similaridade entre seus componentes químicos.

Em seguida, os extratos etanólicos das própolis vermelha e verde foram testados,

Foto: Antônio Peri

ANEXO J – Documentação parcial: Cachaça de Paraty



INÍCIO

ESTATUTO

PRODUTORES

O QUE É I.G.?

REGULAMENTO DA I.G.

A CACHAÇA EM PARATY

HISTÓRIA DA CACHAÇA





As histórias da cachaça e do município de Paraty estão interligadas em aspectos históricos, culturais, sociais e econômicos. Ambas se confundem de tal maneira, que é praticamente impossível falar de uma sem se referir à outra.

O município de Paraty, localizado no litoral sul do Rio de Janeiro, possui um clima tropical, quente e úmido, com temperaturas anuais que variam da mínima de 12° a máxima de 38° caracterizados por um verão quente e chuvoso com alta umidade relativa do ar, seguido de um inverno mais frio e seco. O relevo acidentado da Serra do Mar apresenta trechos montanhosos com grandes vales e também trechos de planície com extensas e férteis várzeas e se caracteriza pelo mergulho da serra no oceano, encontro do mar com a montanha, proporcionando uma bela particularidade em sua bacia hidrográfica em que todos os rios nascem e deságuam no próprio município. A soma destes fatores cria em Paraty um micro clima com características únicas que influenciam no comportamento da cana-de-açúcar e também no processo de fermentação do vinho, resultando em um destilado com características particulares.

GALERIA DE FOTOS

ENTRE EM CONTATO

FEIRAS & EVENTOS

SIGA-NOS

MAPA DOS ALAMBIGUES

Instituições de Apoio:



Propriedade Industrial, de 1996, que visa reconhecer e proteger o nome geográfico do país, região ou localidade, que identifique algum produto ou serviço típico. Na Europa, existem mais de 3 mil produtos agropecuários com certificados de IG. No Brasil, a certificação é recente. A IG resulta na fidelização do consumidor, que seberá que, sob a etiqueta da Indicação Geográfica, vai encontrar um produto de qualidade e com características locais, peculiares a um determinado lugar. A Indicação Geográfica também favorece a melhoria da comercialização, facilitando o acesso aos mercados através de propriedade coletiva. O produto com Indicação Geográfica ganha maior competitividade nos mercados interno e internacional, uma vez que o certificado projeta imagem associada às virtudes e à tipificação, promovendo uma garantia institucional da qualidade, reputação e identidade.

A IG realiza-se através de um registro junto ao INPI, que expede um Certificado específico. Entre nós, existem dois tipos de Indicação Geográfica: a Indicação de Procedência e a Denominação de Origem. São dois registros diversos, com implicações e consequências jurídicas e econômicas diferentes. A Indicação de Procedência traduz-se no "nome geográfico de país, cidade, região demarcada ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço". Na embalagem do produto estará gravado "Indicação de Procedência". Já a Denominação de Origem se dá quando o nome geográfico de país, cidade, região demarcada ou localidade de seu território, designa produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos". A embalagem do produto terá a inscrição "Denominação de Origem".

O Registro é justicíssimo, resultado de uma atividade econômica primacial e emblemática na vida de um dos mais belos sítios da Terra, Paraty, Município Monumento Nacional, dono do mais harmonioso conjunto arquitetônico colonial do País. O Registro vem consagrar mais os quatrocentos anos de história de uma bebida que antes de se chamar "cachaça" foi chamada de "paraty". Ainda hoje, a Cachaça de Paraty continua única, inigualável, sem similares, sendo feita artesanalmente com os mesmos fundamentos e segredos exclusivos e irrevulsíveis que fazem dela um produto diferenciado na cor, no aroma e no sabor. Há mais de quatro séculos, a bebida denominada "paraty" gera riqueza, arte, beleza, é centro difusor e polarizador de Cultura nas suas mais diversas áreas e expressões.

A Indicação de Procedência da Cachaça de Paraty irá distingui-la de outras cachaças, será, mais que uma impressão digital, uma carteira de identidade para o produto, proclamando a sua origem, o lugar onde ela é feita. A Cachaça de Paraty estará protegida das falsas, irá aumentar o seu valor agregado. A ela está conferido um diferencial de mercado, em função das características e da cultura própria do seu local de origem, preservando-lhe as suas belíssimas particularidades. Irá, também,

ANEXO K – Documentação parcial: Renda em agulha lacê

Modo de Fazer Renda Irlandesa tendo como Referência este Ofício em Divina Pastora - SE



Renda Irlandesa

DIVINA PASTORA



**Instrução Técnica do Processo de Registro
do Modo de Fazer da Renda Irlandesa tendo
como Referência o Ofício das Rendeiras de
Divina Pastora/SE**

aceleração social da Artesol

PROJETOS ([HTTP://ARTESOL.ORG.BR](http://artesol.org.br) /PROJETOS) Mais sobre a Rede (<http://artesol.org.br/rede>)

DIVINA PASTORA/SE

RENDAS - 2000 | 2002-2003 | 2009-2010 (3 INTERVENÇÕES)

**Cidade:**

Divina Pastora/SE

Duração:

3 anos

Artesãos Beneficiados:

52

Parceiro Financiador:

<http://www.iadb.org>

<http://www.mi.gov.br>

CAIXA

<http://www.caixa.gov.br> SEBRAE <http://www.sebrae.com.br>

Parceiros apoiadores:**Gênero:**

mulheres

A renda executada no município de Divina Pastora, Estado de Sergipe, é conhecida como renda irlandesa ou ponto de Irlanda. Criada na Europa, possivelmente no norte da Itália, por volta dos séculos XVI ou XVII, ela foi preservada nos conventos da Irlanda, de onde se difundiu para diversas partes do mundo.

Esse tipo de renda caracteriza-se pelo uso do lace, cordão que serve de suporte ao trabalho feito com linha e agulha sobre um papel grosso e resistente. Os meandros e florões característicos desse tipo de renda são desenhados sobre esse papel, recobertos pelo lace e preenchidos pela combinação de mais de uma dezena de pontos variados. Há peças confeccionadas exclusivamente com a renda e outras em que ela é aplicada ao linho. A variedade de padrões, desenhos e aplicações é bastante ampla e diversificada, incluindo peças de cama, mesa, decoração e vestuário.

No Brasil, ela é executada há várias gerações pelas artesãs sergipanas e faz parte do seu patrimônio cultural. Mais de 100 mulheres, com idades entre 15 e 80 anos, realizam esse trabalho e muitas outras estão recebendo de suas parentes e vizinhas mais experientes o treinamento informal que torna a renda irlandesa um saber amplamente compartilhado. As bordadeiras estão reunidas na ASDEREN (Associação para o Desenvolvimento de Renda de Divina Pastora). Em 2009, o IPHAN registrou a Renda Irlandesa no livro dos bens imateriais do patrimônio cultural brasileiro.