

ESTUDO SOBRE POTENCIAL DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA NO TERRITÓRIO BRASILEIRO

Tatiane Dinca¹
Francielly Regina Moresco²

ÁREA V: Economia Regional e Urbana

RESUMO

O presente trabalho possui como objetivo apresentar uma base teórica sobre o conceito de Indicação Geográfica (IG), assim como, fazer uma descrição dos requisitos necessários para o reconhecimento de uma IG para um produto ou serviço num território e por último, demonstrar as principais Indicações Geográficas no Brasil. O registro de Indicação Geográfica é conferido a produtos ou serviços que são conhecidos através seu local de origem, o que lhes atribui reputação, valor intrínseco e identidade própria, ou aos que apresentam uma qualidade única em função dos recursos naturais e modo de produção, os distinguindo em relação aos seus similares disponíveis no mercado. O estudo dos produtos e serviços com potencial de IG também pode colaborar com políticas que objetivam incentivar o desenvolvimento dos produtos regionais, ou seja, produtos ou serviços que possuam uma identidade local, a fim que estes sejam reconhecidos nacional e internacionalmente por serem possuidores do selo de Indicação Geográfica, levando o reconhecimento de seu território. O estudo teve uma abordagem teórica, utilizando a pesquisa bibliográfica sobre a temática de Indicações Geográficas, caracterizado assim nesta perspectiva a pesquisa se apresenta em caráter descriptiva e exploratória, e se apropriando de dados secundários. Em suma, segundo o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), atualmente o Brasil apresenta 43 registros de Indicações Geográficas presentes em 19 estados, dentre elas 08 são de Denominação de Origem (DO) e 35 são de Indicação de Procedência (IP).

Palavras-chave: Indicação geográfica, Indicação de procedência, Denominação de origem.

ABSTRACT

This work aims to present a theoretical basis of the concept of geographical indication (GI), as well as to provide a description of the requirements for the recognition of a GI for a product or service in a territory and finally, demonstrate the main indications geographic in Brazil. The Geographical Indication registration is given to products or services that are known by their place of origin, which gives them reputation, intrinsic value and their identity, or who have a unique quality in terms of natural resources and production mode, distinguishing compared to their counterparts in the market. The study of products and IG potential with services can also collaborate with policies aimed at encouraging the development of regional products, ie, products or services that have a local identity in order that these are nationally and internationally recognized for being seal holders Geographical Indication, bringing the recognition of its territory. The study was a theoretical approach, using the literature on the subject of geographical indications, as well characterized in this research perspective is

¹ Mestre em Desenvolvimento Regional e Agronegócio - PGDRA - Universidade Estadual do Oeste do Paraná. Membro do Grupo em Agronegócio e Desenvolvimento Regional (GEPEC), da Universidade Estadual do Oeste do Paraná (tatianedinca@gmail.com).

²Graduanda em Ciências Econômicas - Universidade Estadual do Oeste do Paraná (franciellymoresco@hotmail.com).

presented in descriptive and exploratory character, and appropriating secondary data. In short, according to the National Institute of Industrial Property (INPI), Brazil currently has 43 records Geographical Indications present in 19 states, among them 08 are Denomination of Origin (DO) and 35 are Indication of Origin (IP).

Keywords: Geographical indication, Origin indication, Designation of origin.

1 INTRODUÇÃO

O objetivo deste estudo centra-se na pesquisasobre potencial de Indicação Geográfica (IG) no território brasileiro, que primeiramente apresenta a base teórica sobre o conceito e por seguinte, verificar quais são as características necessárias segundo o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) para a solicitação deste selo.

Indicação Geográfica corresponde a um selo de autenticidade concedido aos produtos ou serviços que ficaram conhecidos através seu local de origem, o que lhes atribui reputação, valor intrínseco e identidade própria, ou aos que apresentam uma qualidade única em função dos recursos naturais e modo de produção (*know-how* ou *savoir-faire*), os distinguindo em relação aos seus similares disponíveis no mercado.

Em dias atuais, o selo de Indicação Geográfica é utilizado por vários países, regiões com o intuito de diferenciar e proteger seus produtos, pois o registro de IG possui um conjunto de ações jurídicas que visam à proteção do produto/serviço que a detém (MAFRA, 2008).

No Brasil, segundo o INPI (2015) até o primeiro semestre de 2015, possuía 43 registros de Indicações Geográficas. Dentreas IGs concedidas temos os vinhos finos, do vale dos vinhedos (RS), o café do cerrado (MG), a carne do pampa gaúcho (RS), a cachaça de Paraty (RJ), além de 25 pedidos depositados.

A apresentação deste trabalho estruturou-se em quatro capítulos. No primeiro, é feita uma introdução sobre a temática Indicação Geográfica, o segundo capítulo mostra o referencial teórico acerca dos aspectos históricos das Indicações Geográficas, contendo sua organização no Brasil, os procedimentos para a solicitação de um registro de IG e os benefícios que este registro pode ocasionar.

A abordagem de aspectos metodológicos está inserida no terceiro capítulo. No quarto capítulo, apresenta-se a discussão dos dados de pesquisa e a análise dos produtos e serviços que apresentaram maior notoriedade, e por último,tenha-se as considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O capítulo proposto tem como objetivo apresentar uma base teórica sobre o conceito de Indicação Geográfica. Pra melhor entendimento está dividido em seis partes, a parte I são apresentados os requisitos e qualidades necessárias para o reconhecimento de uma IG, a parte II é abordado os procedimentos necessários para a solicitação de uma Indicação Geográfica junto ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial, na terceira parte é apresentado os resultados e discussões sobre os benefícios que uma Indicação Geográfica pode ocasionar para o produtor, consumidor e para o local de onde o produto/serviço é originário, na quarta parte demonstra-se as Indicações Geográficas como fator de desenvolvimento territorial.

2.1 REQUISITOS NECESSÁRIOS PARA O RECONHECIMENTO DE UMA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA

As Indicações Geográficas para produtos e para os serviços apresentam algumas diferenças, tanto em termos de seu significado quanto em suas características e requisitos necessários para o seu reconhecimento. Para a obtenção de uma IG, as principais características a serem analisadas estão na sua identificação, entre Indicação de Procedência (IP) ou Denominação de Origem (DO).

No caso de Indicação de Procedência, esta apresenta caráter de manufatura e de serviço especializado que, por conta do seu diferencial e concentração em determinado local, ganha fama que atravessa as fronteiras enquanto referência de excelência do território onde está instalada (GURGEL, 2005).

Já para a Denominação de Origem, associa-se às características e peculiaridades físicas e humanas existentes no local. No primeiro caso, podemos ter um grupo de atividades que se vincula a uma determinada capacidade de empreendimento que surge no local, no segundo a uma vocação potencializada pelas condições territoriais (GURGEL, 2005).

Para ambas necessariamente precisam ser analisados os fatores que influenciam o produto, tais como: seu local de extração, origem da matéria-prima, local de elaboração e beneficiamento, local de embalagem, envelhecimento entre outros processos posteriores à elaboração, juntamente com a presença de outras características necessárias para a obtenção de uma Indicação Geográfica (BRUCH et al. 2014), que serão apresentados nos itens a baixos.

2.1.1 Notoriedade

Para existir uma Indicação Geográfica, segundo a legislação brasileira é necessário que o produto tenha notoriedade ligada a um nome geográfico e por este, meio geográfico tenha-se tornado conhecido como centro de produção fabricação ou extração de determinado produto, ou prestação de determinado serviço.

A notoriedade é a fama que um produto tem em função de suas qualidades reconhecidas pelos consumidores. Assim, argumentado por Velloso et al. (2014), ela pode estar ligada, como por exemplo, a uma qualidade, a um produtor ou a uma região.

Quanto maior a dimensão da notoriedade de um bem maior será a necessidade em protegê-lo de usurpações ou/e da concorrência desleal. Porém, não significa que os produtos que tenha notoriedade em menor dimensão territorial não sejam passíveis do reconhecimento de uma IG.

No Brasil, a legislação brasileira não define um tempo que este bem deve ser notório para que tenha uma Indicação de Procedência (IP), pois o produto através de marketing, por exemplo, pode criar uma notoriedade em um curto espaço de tempo e ser aceito como uma Indicação Geográfica. No entanto, este produto não revela uma forte ligação cultural com a sua região posto que não tenha uma história, entretanto quanto maior a anterioridade da notoriedade maior será a chance de ser reconhecida a IP (BRUCH et al. 2014).

No caso da Indicação Geográfica de serviço, as principais características para reconhecimento de uma Indicação de Procedência estão relacionadas a notoriedade quanto ao local da prestação do serviço e no caso de uma Denominação de Origem (DO), as características ou qualidade desse serviço devem ser atribuídas exclusivas ou essencialmente aos fatores humanos do local e não necessariamente à notoriedade (BRUCH et al. 2014).

2.1.2 Delimitação geográfica da área

A área geográfica delimitada para uma Indicação Geográfica designa o espaço no qual se realiza a produção e/ou transformação do produto. A delimitação geográfica da área deve ser precisa, claramente justificada ou argumentada. Ela deverá ser realizada e respaldada por argumentos técnicos oficiais, como os resultados de estudos e pesquisas, constando em relatório os fatores naturais como clima, solo, relevo, vegetação, paisagem, dentre outros (SILVA et al. 2010).

Para um registro de Denominação de Origem (DO), a área de produção é a zona onde o produto apresenta características específicas, que são determinadas por um conjunto de fatores naturais e humanos, o efeito *terroir*. Nesse caso, são necessários

estudos aprofundados para demonstrar se as características e as qualidades do produto se devem exclusivamente ou essencialmente ao meio geográfico de origem, sendo necessária a apresentação de mapas edafoclimáticos entre outros documentos comprobatórios (SILVA et al. 2010).

Para uma Indicação de Procedência (IP), a área é construída em função de uma série de critérios, como os saberes locais, a importância econômica e histórica do produto. Esta modalidade é menos exigente em termos de estudos para a demonstração da ligação do produto com a origem (SILVA et al. 2010).

Ademais, Silva et al.(2010), argumenta que, os limites da área geográfica podem ser os limites administrativos (distrito, município, região, estado), uma ruptura na paisagem (montanha, morro), rios, riachos ou mesmo em alguns casos, uma linha imaginária entre dois pontos de referência (produtos do mar), ou os contornos de elementos geográficos (micro bacias hidrográfica).

2.1.3 Regulamento de uso

No que tange a existência de um regulamento de uso, tal documento se apresenta obrigatório tanto para Indicação de Procedência (IP) quanto para a Denominação de Origem (DO).

O regulamento deve conter além de todo o processo de produção/organização, a descrição do produto e suas principais características permitindo distingui-lo de outros de mesma categoria, conter a identificação dos agentes e as etapas que cada um tem no papel da produção, elaboração e comercialização do produto e/ou o impacto sobre a qualidade ou as características específicas do produto, a hierarquização da importância de cada atividade em relação à qualidade e à especificidade do produto e redação das regras e um plano de controle para todo o processo (CERDAN et al. 2010).

Além do regulamento de uso é necessário que o requerente tenha um conselho regulador e um órgão de controle. As funções do conselho visam controlar e orientar a produção, a elaboração e a qualidade do produto da IG, conforme as normas definidas no regulamento de uso e o órgão de controle visa verificar se as características e as condições de produção, transformação e elaboração estão de acordo com as exigências planejadas e definidas no regulamento de uso (CERDAN et al. 2010).

2.2 PROCEDIMENTOS NECESSÁRIOS PARA O PEDIDO DE UMA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA JUNTO AO INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL

Criado em 1970, o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), é uma autarquia federal vinculada ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), que tem como responsabilidade o aperfeiçoamento, disseminação e gestão do sistema brasileiro de concessão e garantia dos direitos de propriedade intelectual para a indústria.

Entre os serviços oferecidos pelo INPI, estão os registros de Indicações Geográficas, de marcas, desenhos industriais, programas de computador e topografias de circuitos, além de concessões de patentes, averbações de contratos de franquia e outras modalidades ligadas a transferência de tecnologia (INPI, 2015).

Segundo o próprio instituto, o registro de Indicação Geográfica pode ser requerido pelas associações, institutos e as pessoas jurídicas representativas da coletividade e legitimada ao uso exclusivo do nome geográfico estabelecidas no respectivo território (INPI, 2015).

Em outros casos, Bruch e Copetti (2014) destacam que existe uma exceção, caso ocorra à existência um único produtor ou prestador de serviço legitimado a utilizar o nome geográfico, ele poderá solicitar o registro individualmente.

O pedido deverá referir-se a um único nome geográfico e nas condições estabelecidas pelo INPI. Os documentos a serem apresentados deve conter o requerimento do pedido constando seu nome geográfico, a descrição do produto ou serviço, o regulamento de uso, documento oficial que delimita a área geográfica, as etiquetas que serão utilizadas, bem como uma versão em arquivo eletrônico de imagem e a comprovação da legitimidade do requerente (INPI, 2015).

O registro requer que a região geográfica esteja delimitada em instrumento oficial emitido pelo órgão competente de cada estado, e seja comprovado que este nome geográfico se tornou conhecido como centro de extração, produção ou fabricação do produto ou da prestação de um determinado serviço. Bem como, a apresentação da existência de uma estrutura de controle sobre a coletividade legitimada e sobre o produto ou a prestação de serviço, mediante a elaboração de um documento estabelecendo as regras de uso e os mecanismos de controle utilizados em todo o processo produtivo (BRUCH; COPETTI, 2014).

Além dos requisitos citados, aplicáveis a todos os pedidos de registro de uma IG, o INPI estabelece, alguns requisitos específicos que devem fundamentar o pedido de registro de uma IP ou de uma DO.

Para o registro de uma Indicação de Procedência, é necessário um documento comprovando que o nome geográfico se tornou efetivamente conhecido como centro de extração, fabricação ou produção, ou ainda, de prestação de serviços. Já para o registro de uma Denominação de Origem, é necessário comprovar que descrição de qualidade e características do produto ou serviço que se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico e descrição do método ou processo de obtenção do produto ou serviço (BRUCH; COPETTI, 2014).

A partir do depósito ao INPI, o pedido de registro de Indicação Geográfica, será submetido a exames formal, durante o qual poderá ser formulada exigência para a sua regularização, que deverá ser respondida no prazo de sessenta dias, sob pena de arquivamento definitivo do pedido de registro (INPI, 2015).

Concluído o exame formal, o pedido de registro será publicado para apresentação de manifestação de terceiros no prazo de sessenta dias. A partir da publicação da manifestação de terceiros passará a fluir um novo prazo de sessenta dias para contestação do requerente, decorrido o prazo da contestação do requerente, será efetuado um novo exame do pedido e proferida a decisão deferindo ou indeferindo o reconhecimento à Indicação Geográfica. Caso deferido o pedido de registro será simultaneamente concedido e expedido o respectivo certificado de registro (INPI, 2015).

Após a concessão do registro, não há nenhum tipo de regulação, seja por parte da lei no 9.279/1996, ou outros atos normativos, que tratem da nulidade e da extinção de uma IG e não é também prevista a vigência ou a renovação do registro, desta forma, tratando-se de uma titularidade continua ao decorrer do tempo (BRUCH; COPETTI, 2014).

2.3 BENEFÍCIOS DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS

A proteção de uma IG pode trazer inúmeras vantagens para o produtor, o consumidor e para a economia da região. Pode também induzir a abertura e fortalecimento de atividades e de serviços complementares na região atuante, ocasionando a chamada cesta de bens e serviços, criando assim uma sinergia entre os agentes locais. De acordo com Cerdan (2013), os benefícios das Indicações Geográficas são:

a) melhor preço de venda aos produtos: O produtor busca essencialmente dois objetivos, o primeiro, mais imediato, seria um acréscimo no preço do bem a ser comercializado, tendo em vista a agregação de valor relacionado ao reconhecimento de sua origem geográfica, o segundo é a concretização do reconhecimento do lugar que o produto é

originário, tal lugar que se encontra sua história, seu povo, sua cultura e sua reputação (BRUCH, 2008).

b) inovações e regras coletivas nas cadeias produtivas: As Indicações Geográficas exigem a presença de regras que coletivamente auxiliam a estabelecer contratos entre os processadores e os produtores, melhorando a competitividade da cadeia produtiva, sendo vistas também como forma de reforçar a credibilidade do produto e do trabalho do produtor junto aos consumidores (CERDAN, 2013).

No Brasil a Indicação de Procedência (IP) Carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional se baseia em um controle preciso da procedência dos animais, assim se o consumidor desejar, ele pode a partir do código de barra verificar no *site* da associação de qual animal vem o corte de carne que ele adquiriu conhecer a fazenda de produção e localização (CERDAN, 2014).

O regulamento da IP vale dos vinhedos incorporou 12 inovações em relação à produção convencional de vinhos no Brasil. Tais inovações incluem aspectos da produção, do controle e da comercialização dos vinhos de qualidade (CERDAN, 2013).

c) proteção ao consumidor: A finalidade de uma Indicação Geográfica vai além da proteção de seus produtos ou serviços considerados diferenciados e únicos, ela busca a proteção ao consumidor de modo a assegurar a este uma informação correta sobre o produto que está usufruindo, garantindo-se desta forma a procedência e a genuinidade deste bem (BRUCH, 2008).

De modo geral, há de enfatizar que para o consumidor, as indicações podem significar durabilidade, seriedade, confiança, qualidade, familiaridade e satisfação. Para os produtores é uma forma de fidelizar os consumidores que optarem por um determinado produto único, pois criando uma relação de confiança entre o produto ou serviço e o seu comprador ou utilizador (VELLOSO, 2008).

d) desenvolvimento do turismo: Como exemplo, na Serra Gaúcha a competição dos vinhos no mercado nacional levou as vinícolas a investirem no desenvolvimento do turismo local em torno do vinho e da cultura italiana, desenvolvendo numerosas atividades relacionadas com alojamento (pousadas, hotéis), gastronomia (restaurantes, fabricação artesanal de produtos típicos), enologia e imigração italiana. De modo inverso, os produtores de Paraty (RJ) aproveitaram a atividade turística da cidade para realçar a produção tradicional da cachaça (CERDAN, 2013).

2.4 INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS COMO FATOR DE DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL

Embora as Indicações Geográficas (IG) não tenham sido concebidas para promover o desenvolvimento territorial, elas podem servir como ferramenta para tal. De acordo com Dullius (2009), uma das principais estratégias que elevam as potencialidades de identidade territorial com finalidade de promover ações de desenvolvimento são aquelas que se pautam pela obtenção de dispositivos de reconhecimento, no qual as IGs são as mais indicadas, apresentando-se como um meio de reconhecimento, proteção e divulgação da identidade do território e das especificidades locais.

Dallabrida e Marchesan (2013) salientam que as Indicações Geográficas podem converter-se, num instrumento de desenvolvimento territorial, sempre e quando outras condições e circunstâncias estejam presentes, sobretudo quando se pensa na necessidade de constituir um sujeito coletivo em torno de uma ideia guia que expresse a capacidade de articulação dos vetores ativos do território. Os territórios forem dotados de um portfólio de recursos naturais ou culturais e algum grau de empreendedorismo inovador possa, pela mobilização de recursos locais e bens coletivos, apoiar as vantagens competitivas das empresas locais e promover o empreendedorismo e inovação, tornando-se uma estratégia promissora para o desenvolvimento dos territórios.

Ainda segundo os autores, as Indicações Geográficas podem compor um modelo chamado cesta de bens e serviços. Tal modelo se caracteriza por um conjunto de bens e serviços complementares que reforça a imagem mercadológica do local, podendo conter uma combinação de bens privados e públicos que contribuindo para elaborar a imagem e reputação de qualidade do território, sendo uma combinação interativa entre os produtores da cesta com a finalidade de internalizar a renda da qualidade territorial e valorizar da identidade territorial.

Além disso, os novos mercados para os produtos típicos abrem a possibilidade de elaborar novas estratégias coletivas de desenvolvimento. O êxito destas estratégias depende da capacidade de criar novas instituições locais, como associações de produtores, cooperativas entre outros, estimulando laços de identidade e cooperação baseados no interesse comum de proteger, valorizar e capitalizar aquilo que um dado território possui (DALLABRIDA; MARCHESAN, 2013).

A presença de um produto com Indicação Geográfica em uma região também pesa na decisão dos novos agricultores pela instalação ou implantação de novas empresas, à medida que ela induz uma remuneração *a priori* garantida. Essa atratividade oferece novas perspectivas em termos de emprego, permitindo aos jovens permanecerem em suas regiões,

podendo se traduzir com frequência por um aumento do preço das terras agrícolas na região, como ocorreu no caso das terras que ocupam a produção de vinho vale dos vinhedos na serra gaúcha que teve valorização de 200% à 500% (CERDAN, 2013).

Porém, o grande desafio está justamente na construção dessa imagem positiva que permite a criação de um dispositivo de reconhecimento do produto ou do serviço. Pois, quando um território consegue legitimá-la, proporciona aos seus atores uma série de atividades rentáveis antes impossíveis, ou que haviam sido inviabilizadas pela concorrência em mercados não diferenciados (VEIGA, 2002).

Neste sentido, Dullius (2009) afirma que, a perspectiva territorial do desenvolvimento enfatiza o estudo das redes, através de convenções e instituições que permitem ações cooperativas capazes de enriquecer o tecido social de uma determinada região. Assim, as Indicações Geográficas precisam ser vistas não como o destino final de um processo, mas como ponto de partida numa longa caminhada de desenvolvimento desde construção social de qualidade e da diferenciação dos produtos e serviços.

3 MATERIAIS E MÉTODOS

Buscou-se primeiramente no trabalho dar um suporte teórico, utilizando a pesquisa bibliográfica sobre Indicações Geográficas. Segundo Gil (1999), a pesquisa bibliográfica é aquela em que os dados são obtidos por meio de livros, artigos, revistas, jornais dentre outros. Já Fachin (2003), argumenta que a pesquisa bibliográfica diz respeito ao conjunto de conhecimentos humanos reunidos nas obras, que tem como finalidade proporcionar a produção, coleção, armazenamento, reprodução, utilização e comunicação das informações coletadas para o desempenho da pesquisa.

A pesquisa também possuiu um caráter exploratório descritivo, onde de acordo com Gil (1999) pesquisas exploratórias, são desenvolvidas com o objetivo principal de esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores. Segundo o autor, estes, são planejadas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato.

Já a pesquisa descritiva tem como finalidade principal a descrição das características de determinada população ou fenômeno, ou o estabelecimento de relações entre variáveis (GIL, 1999). Em relação à fonte dados, o estudo se apropriou de dados secundários coletados do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI).

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

As Indicações Geográficas por pertencerem ao ramo do direito de propriedade intelectual e por consolidar um valor econômico aos produtos que a detém, possui um conjunto de ações jurídicas que se estendem dês do aproveitamento da reputação alheia e apropriação indébita até a infração ou falsificação das indicações, essas ações visão a proteção de uma IG tanto a nível nacional quanto internacional (MAFRA, 2008).

No Brasil as IGs surgiram através da Lei 9.279 de 1996, às definindo como um direito coletivo de propriedade intelectual. A regulamentação à referida lei está prevista nos artigos 176 a 182.

As Indicações Geográficas segundo Pimentel (2013) no direito brasileiro são nomes geográficos de países, cidades, regiões ou localidades de seu território, que se tornaram conhecidas como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto, ou que designe a origem de um produto cujas qualidades ou características diferenciadas se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos os fatores naturais e humanos.

Para Gurgel (2005), a diferença entre as duas espécies de IG's, nos termos da lei brasileira, centra-se nos pressupostos de produtos ou prestação de serviços, que as diferencia entre Indicação de Procedência e Denominação de Origem:

a) Indicação de Procedência (IP): indica a notoriedade do local, onde realiza-se a extração, produção ou fabricação de um determinado produto ou prestação de um determinado serviço. Exemplos: sapatos de Franca - SP, porto digital do Recife – PE, dentre outros.

b) Denominação de Origem (DO): as qualidades ou características do produto relacionam-se com o seu local de origem. Os fatores naturais (clima, solo, ventos, hidrografia, etc.) e humanos (os conhecimentos técnicos ou modo de fazer) influenciam no produto final. Exemplo: o arroz do litoral norte gaúcho - RS, o camarão da região da costa negra - CE, o vinho do porto, entre outros.

Desta forma, entende-se a Indicação de Procedência como um conceito à partir da excelência, peculiaridade ou especialização de uma expertise que não está vinculada a uma reunião de fatores locais relacionados a especificidades geológicas, fisiográficas ou edafoclimáticas (GURGEL, 2005).

Já na Denominação de Origem (DO), não basta que o nome geográfico seja famoso, e que o lugar tenha se tornado conhecido como centro de produção de determinado produto, é indispensável à presença da qualidade vinculada aos fatores do local (GOLLO; CASTRO, 2008).

Segundo a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), todas as nações podem utilizar o sistema de propriedade intelectual para buscar o crescimento e desenvolvimento. Explorar o poder das inovações e da criatividade leva a avanços na ciência, na indústria, na tecnologia e nas artes, sendo um recurso ilimitado a ser explorado como um ativo econômico (PIMENTEL, 2013).

Segundo o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), atualmente o Brasil apresenta 43 registros de Indicações Geográficas presentes em 19 estados, dentre elas 08 são de Denominação de Origem (DO) e 35 são de Indicação de Procedência (IP), conforme apresentados no quadro 1.

Quadro 1 - Indicações Geográficas no Brasil, segundo ano de deferimento, Unidade Federativa, modalidade e tipo de produto/1º Semestre de 2015

Ano	UF	Nome Geográfico	Modalidade	Produto
2012	AL	Manguezais de Alagoas	DO	Própolis vermelha e extrato de própolis vermelha
2014	AM	Rio Negro	IP	Peixes ornamentais
2014	BA	Microrregião de Abaíra	IP	Águardente de cana do tipo cachaça
2011	CE	Costa Negra	DO	Camarões
2011	ES	Goiabeiras	IP	Panelas de barro
2012	ES	Cachoeiro de Itapemirim	IP	Mármore
2012	ES	Linhares	IP	Cacau em amêndoas
2011	MG	Região da Serra da Mantiqueira	IP	Café
2011	MG	Serro	IP	Queijo
2012	MG	São João del Rei	IP	Peças artesanais em estanho
2012	MG	Canastra	IP	Queijo
2012	MG	Região de Salinas	IP	Aguardente de cana tipo cachaça
2013	MG	São Tiago	IP	Biscoitos
2013	MG	Região do Cerrado Mineiro	DO	Café verde em grão torrado ou moído
2005	MG	Região do Cerrado Mineiro	IP	Café
2015	MS/MT	Pantanal	IP	Mel
2012	PB	Paraíba	IP	Têxteis em algodão colorido
2013	PB	Cariri Paraibano	IP	Renda renascença
2009	PE	Vale do Submédio São Francisco	IP	Uvas de mesa e manga
2012	PE	Porto Digital	IP	Serviços de Tecnologia da Informação - TI
2012	PI	Pedro II	IP	Opalas preciosas de Pedro II e jóias artesanais de opalas de Pedro II
2014	PI	Piauí	IP	Cajuína
2012	PR	Norte Pioneiro do Paraná	IP	Café verde em grão e industrializado torrado em grão e/ou moído
2007	RJ	Paraty	IP	Aguardentes, tipo cachaça e aguardente composta azulada
2012	RJ	Região Pedra Carijó	DO	Rocha gnaisse fitado milonítico de coloração branca e pontos vermelhos de diâmetro geral

2012	RJ	Região Pedra Madeira	DO	Rocha gnaisse fitado milonítico de coloração branca e pontos vermelhos de diâmetro geral
2012	RJ	Região Pedra Cinza	DO	Rocha gnaisse fitado milonítico de coloração branca e pontos vermelhos de diâmetro geral
2013	RN	Mossoró	IP	Melão
2002	RS	Vale dos Vinhedos	IP	Vinhos tintos, brancos e espumantes
2006	RS	Pampa Gaúcho da Campanha Meridional	IP	Carne bovina e seus derivados
2009	RS	Vale do Sinos	IP	Couro acabado
2010	RS	Pinto Bandeira	IP	Vinhos tinto, brancos e espumantes
2010	RS	Litoral Norte Gaúcho	DO	Arroz
2011	RS	Pelotas	IP	Doces finos tradicionais e de confeitaria
2012	RS	Vale dos Vinhedos	DO	Vinhos tinto, branco e espumante
2012	RS	Altos Montes	IP	Vinhos e espumantes
2013	RS	Monte Belo	IP	Uva e vinho
2015	RS	Farroupilha	IP	Vinhos
2012	SC	Vales da Uva Goethe	IP	Vinho de uva goethe
2012	SE	Divina Pastora	IP	Renda de agulha em lacê
2012	SP	Franca	IP	Calçados
2013	SP	Alta Mogiana	IP	Cafés especiais
2011	TO	Região do Jalapão	IP	Artesanato em capim dourado

FONTE: Elaboração das autoras a partir dos dados do INPI, 2015.

Observa-se no quadro 01 que o estado com maior número de registros concedidos é o Rio Grande do Sul, apresentando 10 Indicações Geográficas, após encontra-se Minas Gerais com 07 e o Rio de Janeiro com 04. O Paraná apresenta somente uma IG concedida, a do café produzido no Norte Pioneiro do estado.

Além dos registros já concedidos, existem junto ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial até o 1º semestre de 2015, 24 pedidos em processo de concessão de IG, 08 pedidos arquivados e 02 pedidos indeferidos.

Entre os registros brasileiros podemos destacar com maiores detalhes a Denominação de Origem vale dos vinhedos, a Indicação de Procedência do café do cerrado mineiro, a Indicação de Procedência carne do pampa gaúcho da campanha meridional, a Indicação de Procedência cachaça de Paraty e a Indicação de Procedência do café do norte pioneiro do Paraná.

4.1 DENOMINAÇÃO DE ORIGEM (DO) VALE DOS VINHEDOS

O primeiro produto brasileiro a possuir uma Indicação Geográfica foi o vinho e o espumante do vale dos vinhedos de Bento Gonçalves – RS em 2002. Inicialmente,

caracterizado na modalidade de Indicação de Procedência (IP), passou a partir de 2012 para o registro de Denominação de Origem (DO) após a comprovação das características únicas do produto vinculadas ao seu local de produção (SILVA et al.2010).

O processo de petição da Indicação Geográfica é trabalhoso e exige algumas comprovações que continuam a ser relevantes até após a obtenção do registro, no caso dos vinhos e espumantes do vale dos vinhedos, somente podem receber o selo após a comprovação da origem da matéria-prima (estabelecidos que 100% das uvas destinadas a produção dos vinhos devem proceder de uma determinada área demarcada), e após serem aprovadas nas análises físico-químicas e na avaliação sensorial (degustação às cegas) realizado pelo comitê de degustação composto por técnicos da Embrapa, técnicos de associados da Aprovale e pela Associação Brasileira de Enologia (SILVA et al.2010).

Além dessas comprovações existem algumas normas do INPI vinculadas ao regulamento de uso da Indicação Geográfica, que são acompanhadas de perto por um conselho regulador pertencente a própria Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos (Aprovale). Cabe ainda a este conselho fazer o controle e fiscalização dos padrões exigidos pela normativa da atual Denominação de Origem. No vale dos vinhedos para este controle da certificação, são utilizadas declarações de colheita das uvas, declarações dos produtos elaborados, amostras para análises físico-químicas, organolépticas e declarações testemunhais.

O registro de Indicação Geográfica possibilitou também alguns benefícios para esta região, onde segundo por Tonietto (2006), expressa que o registro permitiu um maior conceito dos produtos junto aos consumidores locais, regionais e de forma crescentes nacionais, apresentou também impactos socioeconômicos com a valorização das terras das propriedades agrícolas entre 200% e 500% e conferiu aos proprietários um patrimônio de real valor, estimulando à continuidade de produção de vinhos pelas gerações atuais e futuras.

O autor ainda argumenta que também verificou um incremento das áreas plantadas com uvas viníferas autorizadas, um aumento da utilização de sistemas de produção visando o aprimoramento da qualidade da uva, um acréscimo no número de vinícolas e aumento dos investimentos tanto nas vinícolas quanto nas agroindústrias (queijaria, sucos) e no turismo (hotéis e restaurantes), gerando uma maior oferta de empregos em todos os segmentos.

4.2 INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA (IP) DO CAFÉ DO CERRADO MINEIRO

O segundo produto com Indicação de Procedência reconhecida no Brasil foi o café da região do cerrado mineiro em Minas Gerais. Requerida pelo conselho das associações dos

cafeicultores do cerrado de Minas Gerais em 2005, sua produção engloba cerca de 55 municípios e 156 produtores associados a alguma das seis associações e oito cooperativas (SILVA et al.2010).

Sua produção segundo a Sociedade Nacional de Agricultura (SNA), resulta de um território influenciado pelas características exclusivas da região, que possui uma perfeita definição das estações climáticas, com verão quente e úmido e inverno ameno e seco, altitude variando entre 800m a 1.250m, temperatura entre 18°C e 23°C e índice pluviométrico de 1.600 mm por ano.

A região é livre de geadas, uma das principais ameaças aos cafezais de outras regiões produtoras, sua topografia é plana favorecendo a mecanização das lavouras, cujos principais diferenciais são as floradas intensas e a maturação uniforme dos grãos, que permite a colheita concentrada (SNA, 2015).

O solo, o clima, as variedades plantadas e o sistema de cultivo conferem a identidade única ao café produzido no cerrado mineiro, apresentando algumas características próprias como: um aroma intenso com notas que variam do caramelo ao nozes, acidez delicadamente cítrica, corpo moderado a encorpado e um sabor achocolatado de longa duração (SILVA et al. 2010).

Sua produção obedece a um programa de avaliação de conformidade de boas práticas tanto agrícola, quanto de responsabilidade social e respeito ao meio ambiente. O selo garante uma qualidade mínima ao produto, que deve atingir 75 pontos, conforme a escala da associação americana de cafés especiais. Os lotes de café seguem para armazéns credenciados, onde são classificadas as características sensoriais e emitido um laudo. Em seguida, é expedido o certificado e cada saca de café recebe um lacre e um código de barras que pode ser rastreado. A Indicação Geográfica concedida pelo INPI além de proteger o café do cerrado mineiro também o distingue dos demais cafés no mercado mundial (SILVA et al. 2010).

4.3 INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA (IP) CARNE DO PAMPA GAÚCHO DA CAMPANHA MERIDIONAL

A carne do pampa gaúcho da campanha meridional é a terceira Indicação Geográfica reconhecida no Brasil, classificada como de Indicação Procedência (IP). O seu registro foi deferido em 2006 e sua implantação se baseia em um controle preciso da procedência dos animais onde o consumidor se desejar pode, a partir do código de barra, verificar no site da

associação de qual animal vem o corte de carne que ele acaba de comprar, conhecer a fazenda de produção e sua localização (SILVA et al. 2010).

Cerca de 110 membros fazem parte da Associação dos Produtores de Carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional (APROPAMPA), somando um rebanho de aproximadamente de 150 mil animais, dos quais todos os produtores, com exceção de um membro, são produtores primários, criadores de gado (VELLOSO et al. 2010).

Segundo Silva et al. (2010) a notoriedade e a tradição dos gaúchos da região sul do Brasil iniciaram com a colonização do país, e a região da campanha meridional venha-se destacando ao longo do tempo como uma zona de terminação do gado devido a seus campos naturais de alta qualidade, e a habilidade dos pecuaristas em lidar com cavalos e gado bovino, esta região, com história, extensão de terras, biodiversidade e reconhecida diversidade da carne bovina, permitiu o registro e reconhecimento da IG.

4.4 INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA (IP) CACHAÇA DE PARATY

No Rio de Janeiro tem-se o destaque da Indicação Geográfica da cachaça de Paraty, registrada em 2007, os produtores de Paraty aproveitaram a atividade turística e histórica da cidade para realçar a produção tradicional da cachaça. Detendo o direito exclusivo de somente as pingas fabricadas em Paraty exibirem em seus rótulos a indicação, “Cachaça de Paraty”, seguida da expressão Indicação de Procedência (VELLOSO et al. 2010).

Segundo Velloso et al. (2010) a história de Paraty está fortemente relacionada com a produção da cachaça, que era utilizada dès do século XVI como moeda de troca para a aquisição de escravos e ouro. E com o passar do tempo sua produção continuou acentuada devido aos costumes adquiridos na região.

A sociedade nacional de agricultura a cachaça de Paraty se caracteriza pela produção artesanal de origem familiar. Entre os produtos com Indicação de Procedência, estão a cachaça tradicional, a cachaça envelhecida, a *premium*, a extra *premium* e a aguardente de cana composta azulada.

A produção obedece às regras do conselho regulador da Associação dos Amigos e Produtores de Cachaça de Paraty (APACAP), que define normas desde o plantio até a produção e comercialização do produto, entre os procedimentos destacam-se as práticas de plantio, ponto de corte, técnicas de fermentação, relatórios e testes (VELLOSO et al. 2010).

Além das regras estabelecidas pela APACAP, o produto final tem suas qualidades diferenciadas devidas à região de Paraty. Situada no litoral sul do Rio de Janeiro o município de Paraty possui um clima tropical quente e úmido, com temperaturas anuais que variam de

12°C a 38°C, apresentando o verão quente e chuvoso com alta umidade relativa do ar, e um inverno frio e seco, apresentando condições ideais para o plantio da cana-de-açúcar. As características desse microclima influenciam no comportamento da cultura e no processo de fermentação do mosto que resulta numa bebida destilada diferenciada (VELLOSO et al. 2010).

De acordo com Velloso et al. (2010), a Indicação Geográfica da cachaça de Paraty contribuiu para dar um novo alento à produção da bebida na região, especialmente porque o roteiro turístico local passou a incluir a visitação aos sete alambiques certificados e a cidade passou a promover anualmente o festival da cachaça, cultura e sabores de Paraty.

4.5 INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA (IP) DO CAFÉ DO NORTE PIONEIRO DO PARANÁ

De acordo com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), o café especial produzido no norte pioneiro do Paraná recebeu a certificação de Indicação Procedência (IP) em 2012. Segundo Bessa; Chiquim (2012), as atividades para a conquista do selo tiveram inicio em 2008 quando os cafeicultores do norte pioneiro sentiram a necessidade de sobreviver à crise que persistia por cerca de 10 anos sem valorização do produto no mercado.

De acordo com o mesmo autor, o processo de registro da IG no norte pioneiro do Paraná como região produtora de cafés especiais é fruto de um trabalho intenso realizado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), pelo Instituto Agronômico do Paraná (IAPAR) e pelo Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER) juntamente com os cafeicultores.

Atualmente segundo o MAPA (2015), a produção do café do norte pioneiro do Paraná é de 1,3 milhão de sacas por ano, cerca de 50% de todo o café paranaense, sua produção envolvem 45 municípios e 7,5 mil cafeicultores.

Segundo Associação de Cafés Especiais do Norte Pioneiro do Paraná (ACENPP), a missão do projeto centra-se na produção e comercialização de cafés especiais com marca própria, para o mercado interno e externo, de forma organizada e sustentável gerando renda e promovendo o desenvolvimento do norte pioneiro do Paraná. Cujo foco está na produção de cafés com qualidade, organização dos produtores e agregação de valor ao produto por meio de sua diferenciação e assim no desenvolvimento econômico e social do norte pioneiro do Paraná.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Inicialmente foi demonstrado a base teórica sobre Indicações Geográficas (IG) que, corresponde a um selo de autenticidade concebido aos produtos e serviços que, no caso do Brasil é emitido pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), que consiste em emitir esta certificação, onde se torna necessário obter alguns requisitos necessários para o reconhecimento da IG. Nesta categoria pode ser tanta uma Indicação de Procedência (IP), que possui seu diferencial na concentração em determinado local ou região, ganha reconhecimento que atravessa as fronteiras enquanto referência de excelência ao seu território e para Denominação de Origem (DO), associa-se às características e peculiaridades físicas e humanas existentes somente neste local ou região.

Após analisado os dados coletados no INPI, atualmente o Brasil apresenta 43 registros de Indicações Geográficas presentes em 19 estados, dentre elas 08 são de Denominação de Origem (DO) e 35 são de Indicação de Procedência (IP), com base na pesquisa o estado com maior número de registros concedidos é o Rio Grande do Sul, apresentando 10 Indicações Geográficas, após encontra-se Minas Gerais com 07 e o Rio de Janeiro com 04.

As Indicações Geográficas também pode colaborar com políticas que objetivam incentivar o desenvolvimento dos produtos regionais, ou seja, produtos ou serviços que possuam uma identidade local ou própria, a fim que estes sejam reconhecidos nacional e internacionalmente por serem possuidores do selo de IG, levando o reconhecimento de seu território. Lembrando que, isto pode ser uma ferramenta de estratégia de desenvolver uma região, em produzir produtos diferenciados, possibilitando ao produtor um valor adicional aos seus produtos. Para regiões menos desenvolvidas, o reconhecimento de uma IG se torna uma maneira de desenvolver e de inserção no mercado, criando empregos e gerando emprego.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACEMP. Projeto Cafés Especiais do Norte Pioneiro do Paraná. Disponível em: <http://www.agricultura.pr.gov.br/arquivos/File/deagro/seab_rt_cafe_261011_acenpp.pdf>. Acesso em: 05 jan 2016.

BESSA. F.; CHIQUIM. G. Café especial produzido no Norte Pioneiro do Paraná recebe certificação de Indicação Geográfica. Disponível em: <<https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/1487739/cafe-especial-produzido-no-norte-pioneiro-do-parana-recebe-certificacao-de-indicacao-Geografica>>. Acesso em: 12 de set 2015.

BRASIL. Presidência da República Casa Civil. Disponível em:<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9279.htm> Acesso em 04 de ago 2015.

BRUCH, K. L. **Indicações Geográficas para o Brasil: problemas e perspectivas.** 2008. Disponível em: <http://nute.ufsc.br/bibliotecas/upload/indica%C3%A7%C3%B5es_geogr%C3%A1ficas_para_o_brasil_-problemas_e_perspectivas.pdf>. Acesso em: 03 nov 2015.

BRUCH, K. L.; COPETTI, M. Procedimento do Registro das indicações Geográficas. In. **Curso de Propriedade Intelectual e inovação no agronegócio:** Indicação Geográfica. PIMENTEL, L. O. (Org.). 4 ed. Florianópolis: MAPA. 2014.

CERDAN, C. M. T; BRUCH, K. L; SILVA, A. L; COPETTI, M; FÁVERO, K. C; LOCATELLI, L. **Indicação Geográfica de produtos Agropecuários: importância histórica e atual.** In. Curso de Propriedade Intelectual e inovação no agronegócio - modulo II Indicação Geográfica/ministério da agricultura, pecuária e abastecimento. PIMENTEL, L. O. (Org.). 4 ed. Brasília: MAPA, 2010.

CERDAN, C. Produtos localizados, desenvolvimento territorial e patrimônio cultural: indicações geográficas e estratégias de desenvolvimento territorial. In. **Indicações geográficas qualidade e origem nos mercados alimentares.** NIERDELE, P. A. (Org.). Porto Alegre: UFRGS. 2013.

DALLABRIDA, V. R.; MARCHESAN, J. Desenvolvimento regional na região do contestado. In. **Território, identidade territorial e desenvolvimento regional:** reflexões sobre Indicação Geográfica e novas possibilidades de desenvolvimento com base em ativos com especialidade territorial. DALLABRIDA, V. R. (Org.). São Paulo: LiberArs, 2013.

DULLIUS, P. R. **Indicações geográficas e desenvolvimento territorial:** as experiências do Rio Grande do Sul. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural) - Universidade Federal de Santa Maria/RS, 2009.

FACHIN, O. **Fundamentos de Metodologia.** São Paulo: Saraiva, 4 ed. 2003.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 4 ed. 1999.

GOLLO, S. S.; CASTRO, A. W. V. de. Indicações geográficas no Brasil: As indicações de procedências já outorgadas e as áreas e produtos com potencial de certificação. **Anais do XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, administração e Sociologia Rural.** Rio Branco, AC. 20 a 23 de jul de 2008.

GURGEL, V. A. Aspectos Jurídicos da Indicação Geográfica. In. **Valorização de Produtos com Diferencial de qualidade e identidade:** Indicações geográficas e certificações para competitividade nos negócios. Lagares, L; Lages, V e Braga, C. (Org.). Brasília: SEBRAE, p. 44-58, 2005.

INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial). **Site Institucional.** Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/indicacao-geografica/pedidos-de-indicacao-geografica-no-brasil>> Acesso em: 10 de ago. 2015.

MAFRA, L. A. S. **Indicação geográfica e construção do mercado:** a valorização da origem no Cerrado Mineiro. Tese de Doutorado (Doutorado em Ciências) - Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro/RJ, 2008.

MAPA (Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento) **Site Institucional.** Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/desenvolvimento-sustentavel/indicacao-geografica>>. Acesso em: 05 maio 2015.

PIMENTEL, L. O. Os desafios dos aspectos legais na prática de estruturação das Indicações Geográficas. In. **Território, identidade territorial e desenvolvimento regional:** reflexões sobre Indicação Geográfica e novas possibilidades de desenvolvimento com base em ativos com especialidade territorial. DALLABRIDA, V. R. (Org.). São Paulo: LiberArs. 2013.

SILVA, A. L; CERDAN, C; VELLOSO, C; VITROLLES, D. Delimitação geográfica da área: homem, história e natureza. In. **Curso de Propriedade Intelectual e inovação no agronegócio - modulo II Indicação Geográfica/ministério da agricultura, pecuária e abastecimento.** CERDAN, C. M. T; BRUCH, K.L; SILVA, A.L; PIMENTEL, L. O. (Org.). 2 ed. Brasília: MAPA, 2010.

SNA (Sociedade Nacional de Agricultura) **Site Institucional.** Disponível em: <<http://sna.agr.br/saiba-sobre-a-indicacao-geografica-cafe-da-regiao-do-cerrado-mineiro>>. Acesso em: 05 nov 2015.

TONIETTO, J. Experiência de Desenvolvimento de Indicações Geográficas: Vinhos da Indicação de Procedência Vale dos Vinhedos. In. **Valorização de Produtos com Diferencial de qualidade e identidade:** Indicações geográficas e certificações para competitividade nos negócios. Lagares, L; Lages, V e Braga, C. (Org.). Brasília: SEBRAE, 2006.

VELLOSO, C. Q; BRUCH, K. L; CADORI, A. A; LOCATELLI, L. Identificação dos produtos potenciais e organização dos produtores. In. **Curso de Propriedade Intelectual e inovação no agronegócio – modulo II Indicação Geográfica/ministério da agricultura, pecuária e abastecimento.** PIMENTEL, L. O. (Org.). 4 ed. Florianópolis: MAPA, 2014.

VELLOSO, C. Q; BRUCH, K; CADORI, A.A; LOCATELLI, L. Identificação dos produtos potenciais e organização dos produtores. In. **Curso de propriedade intelectual e inovação no agronegócio – modulo II indicação geográfica/ministério da agricultura, pecuária e abastecimento.** CERDAN, C. M. T; BRUCH, K.L; SILVA, A.L; PIMENTEL, L. O. (Org.). 2 ed. Brasilia: MAPA, p.94 -123, 2010.

VELLOSO, C. Q. **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). Dissertação (Pós-Graduação em Agroecossistemas) - Universidade Federal de Santa Catarina/SC, 2008.