

## A VARIEDADE DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS BRASILEIRAS E O DESENVOLVIMENTO LOCAL

**Regina Cohen BARROS**

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ) – Brasil

[reginacohenctur@gmail.com](mailto:reginacohenctur@gmail.com)br

### Resumo

Nos últimos anos tem aumentado novas afirmações das Indicações Geográficas (IG), que vêm como uma opção de valorização das atividades produtivas no Brasil. O reconhecimento da qualidade desses produtos em relação à sua origem é uma prática antiga, e que na atualidade é uma forma de diferenciá-los, podendo ser objeto de interesse de mercados capazes de valorizarem particularidades, permitindo a agregação de valor por meio da Indicação Geográfica, e com isso levar a um desenvolvimento local com uma geração de renda para a população, através da visibilidade e confiabilidade de seus produtos por serem únicos no mercado. Partimos do pressuposto de que a Indicação Geográfica (IG) é capaz de dar nova forma e função ao espaço, agregando valores e dimensões socioeconômicas, associativistas, culturais e ambientais e, ao mesmo tempo, reestruturando toda uma cadeia produtiva, colocando os setores primários e terciários numa única conexão para atender à demanda do mercado emergente, que exige padrões diferenciados de qualidade e confiabilidade dos produtos de origem agropecuária, artesanais, de extração mineral e de serviços. O INPI através de Atos Normativos 134 e 143, de 15/04/97 e 31/08/98, respectivamente, institui as normas de procedimento e os formulários próprios que deverão ser utilizados para apresentação de requerimento de registro de indicações geográficas. As Indicações Geográficas brasileiras concedidas pelo INPI são em numero total de 70 (Fonte: INPI/2018), diferenciadas da seguinte maneira: 50 como Indicação de Procedência(IP) e 20 de Denominação de Origem(DO), sendo 12 nacionais e 08 estrangeiras.

**Palavras-chave:** Indicação Geográfica Brasileira; Desenvolvimento local; Desenvolvimento rural.

### Abstract

In last years, new statements of Geographical Indications (GI) have increased, which came as an option to value productive activities in Brazil in addition. The recognition of the quality of these products in relation to their origin is an old practice, and nowadays it a way of differentiating them, being able to be object of interest of markets able to value particularities, allowing the aggregation of value through the Geographical Indication, and by that leading to a local development with a generation of income for the population, through the visibility and reliability of its products unique in the market. The objective of this work is to show the variety of Brazilian products of the Geographical Indication (GI) as productive activity inserted in the rural - urban interaction set, with possibilities for local development. We start from the assumption that the Geographical Indication (GI) is capable of giving new form and function to space, adding socioeconomic, associative, cultural and environmental values and dimensions, and at the same time, restructuring a whole productive chain, placing the primary and tertiary industries in a single connection to meet emerging market demand, which requires differentiated standards of quality and reliability of agricultural products, artisanal, mineral extraction and services. The INPI, through Regulatory Acts 134 and 143, dated 04/15/97 and 08/31/98 respectively, establishes the rules of procedure and the proper forms that must be used to file a geographical indications. The protection of a Geographical Indication in Brazil is concluded by registering with the INPI, being it national or foreign. The Brazilian Geographical Indications granted by the INPI are in total number of 70 (Source: INPI / 2018), differentiated as follows: 50 as Indication of Origin (IP) and 20 of Denomination of Origin (DO), of which 12 are national and 08 are foreign .

**Keywords:** Brazilian Geographical Indication; Local development; Rural development.

## 1. Apresentação

Nos últimos anos tem aumentado novas afirmações das Indicações Geográficas (IG) que vêm como uma opção de valorização das atividades do campo no Brasil. Verifica-se, também, que vem ampliando o estudo nessa temática, através de levantamentos feitos pelo (Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) e o crescente número de pedidos de registro feitos junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), e de cursos e trabalhos científicos dedicados as Indicações Geográficas (IGs).

O reconhecimento da qualidade desses produtos em relação à sua origem é uma prática antiga, e que na atualidade é uma forma de diferenciá-los, podendo ser objeto de interesse de mercados capazes de valorizarem particularidades, permitindo a agregação de valor por meio da Indicação Geográfica, e com isso levar a um desenvolvimento local com uma geração de renda para a população, através da visibilidade e confiabilidade de seus produtos por serem únicos no mercado

A IG é uma ferramenta de desenvolvimento principalmente o do setor agropecuário, porque ela embute e reconhece fatores ligados a origem, que vão além das condições naturais incluindo o fator humano e suas relações sociais como: conhecimento tradicional, segurança alimentar, fixação do homem no campo, agregação de valor, valorização do meio rural, que contribuem diretamente para o desenvolvimento rural sustentável. No conceito de IG destacam-se particularidades de diferentes produtos de inúmeras regiões, valorizando, então esses territórios, criando um diferenciador para o produto e território, que apresentam originalidade e características próprias, pois uma IG funciona como um instrumento aliando a valorização de um produto típico e seus aspectos históricos e culturais, a conservação da biodiversidade e o desenvolvimento rural.

A busca pelo desenvolvimento local se apresenta como um tema de extrema importância no contexto econômico e social brasileiro. Neste cenário, ações ou estratégias adotadas em determinados arranjos produtivos locais tem contribuído para fortalecimento de regiões, especialmente em atividades ligadas as IGs. No processo de reconhecimento de um produto ou serviço por sua Indicação Geográfica, agrupamentos de produtores necessitam desenvolver aspectos ligados à governança local, à definição de padrões de qualidade do produto, à comercialização e mesmo marketing dos produtos das IGs; uma tarefa que requer coordenação de relacionamentos e interesses diversos.

Neste contexto, é notável a valorização da origem e procedência dos alimentos aproximando produtores de consumidores e partimos do pressuposto de que a Indicação Geográfica (IG) é capaz de dar nova forma e função ao espaço, agregando valores e dimensões socioeconômicas, associativistas, culturais e ambientais e, ao mesmo tempo, reestruturando toda uma cadeia produtiva, colocando os setores primários e terciários numa única conexão para atender à demanda do mercado emergente, que exige padrões diferenciados de qualidade e confiabilidade dos produtos de origem agropecuária, artesanais, de extração mineral e de serviços.

No Brasil o maior avanço das IGs tem sido nas regiões e nos produtos mais associados com o modelo europeu de agricultura, que possui uma experiência prática, técnica, institucional e acadêmica que vem se acumulando em torno dessas iniciativas pioneiras em IGs.

Se reportarmos a história, vamos constatar que os diversos sinais distintivos ou Indicações Geográficas nasceram de um objetivo em comum que era distinguir a sua origem que pode ser geográfica ou pessoal de um produto.

Para ilustrar encontram-se indicações de sinais distintivos de uma origem, como os vinhos de Em-Gedi e o Cedro do Líbano. Na Grécia e em Roma havia produtos diferenciados justamente pela sua origem, como: o bronze de Corinto, os tecidos da cidade de Mileto, as ostras de Brindisi, o mármore de Carrara e o vinho do Porto.

No conceito de IG destacam-se particularidades de diferentes produtos de inúmeras regiões, valorizando, então esses territórios, criando um diferenciador para o produto e território, que apresentam originalidade e características próprias, pois segundo INAO (2010) uma IG funciona como um instrumento aliando a valorização de um produto típico e seus aspectos históricos e culturais, a conservação da biodiversidade e o desenvolvimento rural. Cria um fator diferenciador para produto e território, geram originalidade e características próprias, assim as IGs não diferenciam somente os produtos ou serviços, mas os territórios.

O Brasil é um país que apresenta grande diversidade de produtos de Indicação Geográfica diferente da Europa, pois engloba outros produtos como artesanato, serviços, mas principalmente agropecuários com qualidade diferenciada, que podem ter forte identidade com sua origem geográfica dada a influência de aspectos étnicos, culturais, geográficos e climáticos.



## **2. Conceito, regulamentação e reconhecimento de IG no Brasil**

A Lei 9.279, No Brasil, a Lei nº 9279/1996 de 14/05/96, regulamentou, em seus artigos 176 a 182 direitos e obrigações relativas à propriedade industrial, inovou ao prever que o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), estabelecesse as condições de registros das indicações geográficas. O INPI através de Atos Normativos 134 e 143, de 15/04/97 e 31/08/98, respectivamente, institui as normas de procedimento e os formulários próprios que deverão ser utilizados para apresentação de requerimento de registro de indicações geográficas.

“Indicação Geográfica” é um conceito cada vez mais difundido e regulamentado, que visa estabelecer qualidades e diferenças para determinados produtos de acordo com a região onde é produzido. As Indicações Geográficas são uma ferramenta coletiva de promoção comercial dos produtos. Mas há um pré-requisito: que haja algum componente histórico ou cultural que identifique o produto com a região. Champanhe é um exemplo clássico. Após anos de processo, passou-se a considerar “champanhe” apenas o espumante produzido na região de Champanhe, na França. O queijo de minas pode ser considerado outro exemplo de possível aplicação do conceito de indicação geográfica. O produto portador de uma Indicação Geográfica tem identidade própria e é inconfundível. Isto não quer dizer que ele seja melhor que seus similares, mas é diferente, pois adquire pela íntima ligação com o território um sistema de garantia desta qualidade. É considerada

pela lei brasileira como indicação geográfica a *indicação de procedência* ou a *denominação de origem*.

- **Indicação de procedência(IP)** é 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.

- **Denominação de origem(DO)** é 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. A indicação geográfica confere ao produto ou ao serviço uma identidade própria, visto que o nome geográfico utilizado junto ao produto ou ao serviço estabelece uma ligação entre as suas características e a sua origem. Consequentemente, cria um fator diferenciador entre aquele produto ou serviço e os demais disponíveis no mercado, tornando-o mais atraente e confiável. Uma vez reconhecida, a indicação geográfica só poderá ser utilizada pelos membros daquela localidade que produzem ou prestam serviço de maneira homogênea.

### 3. Reconhecimento e titularidade no Brasil

A competência legal do Instituto Nacional de Propriedade Industrial, em relação às Indicações Geográficas é reconhecida com a Lei de Propriedade Industrial, *Lei n.º 9.279, de 14 de maio de 1996*, ao estabelecer no parágrafo único do Art. 182, que "*o INPI estabelecerá as condições de registro das indicações geográficas*". Tal norma decorre do fato de ser o Brasil signatário da Convenção da União de Paris (CUP), do Acordo de Madrid sobre Indicações de Origem e do Acordo sobre os Aspectos do Direito da Propriedade Intelectual Relacionado ao Comércio (ADPIC ou TRIPS, em inglês), tendo, via de consequência, o dever de proteção das Indicações Geográficas. Para garantir efetividade a este direito, o INPI edita a Resolução INPI número 075, de 28 de novembro de 2000, com o objetivo de organizar os procedimentos de registro e estimular a utilização deste ativo de propriedade industrial. O INPI não apenas efetua o registro, mas também fornece assistência e orientações diretamente aos produtores e prestadores de serviço interessados. A Lei Federal nº. 9.279/96 define o uso da indicação geográfica:

- Art. 176 - Constitui indicação geográfica a indicação de procedência ou a denominação de origem.
- Art. 177 - Indicação de Procedência: 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.
- Art. 178 - Denominação de Origem: 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.
- Art. 182 - O uso da indicação geográfica **é restrito aos produtores e prestadores de serviço estabelecidos no local**, exigindo-se, ainda, em relação às denominações de origem, o atendimento de requisitos de qualidade.

A Resolução INPI nº 75, de 28 de novembro de 2000, estabelece: Art. 5º Podem requerer registro de indicações geográficas, na qualidade de **substitutos processuais**, as associações, os institutos e as pessoas jurídicas representativas da coletividade legitimada ao uso exclusivo do nome geográfico e estabelecidas no respectivo território.

*§ 1º Na hipótese de um único produtor ou prestador de serviço estar legitimado ao uso exclusivo do nome geográfico, estará o mesmo, pessoa física ou jurídica, autorizado a requerer o registro da indicação geográfica em nome próprio."*

*§ 2º Em se tratando de nome geográfico estrangeiro já reconhecido como indicação geográfica no seu país de origem ou por entidades/organismos internacionais competentes, o registro deverá ser requerido pelo titular do direito sobre a indicação geográfica.*

A Resolução INPI n.º75, de 28 de novembro de 2000 também estabelece as condições para o registro das Indicações Geográficas: Depositante; Nome do produto objeto da indicação geográfica; Tipo e descrição do produto; Delimitação da área geográfica e Elementos que comprovam que o produto é originário da área delimitada.

#### **4. A Indicação Geográfica e o desenvolvimento local**

O reconhecimento da qualidade dos produtos agrícolas em relação à sua origem é uma prática antiga, e que na atualidade é uma forma de diferenciá-los, podendo ser objeto de interesse de mercados capazes de valorizarem particularidades, permitindo a agregação de valor por meio da Indicação Geográfica (IG). KAKUTA *et al* (2006) traz uma noção de IG,

*" Essa noção de IG surgiu de forma gradativa, quando produtores e consumidores passaram a perceber os sabões ou qualidades peculiares de alguns produtos que proviam de determinados locais. Isto é, qualidades diferenciadas, jamais encontradas em produtos equivalentes feitos em outro local. Por isso começou-se a denominar os produtos com o nome geográfico de procedência. Os vinhos foram os primeiros exemplos de IG."*

A IG é uma ferramenta de desenvolvimento principalmente no setor agropecuário, porque ela embute e reconhece fatores ligados a origem, que vão além das condições naturais incluindo o fator humano e suas relações sociais como: conhecimento tradicional, segurança alimentar, fixação do homem no campo, agregação de valor, valorização do meio rural, trabalho cooperativado, que contribuem diretamente para o desenvolvimento rural sustentável.

As Indicações Geográficas (IGs) podem ser entendidas, do ponto de vista econômico, como uma estratégia para agregar valor a produtos ou serviços que têm características próprias relacionadas ao território ao qual estão inseridas, e, assim, fortalecer o desenvolvimento territorial. Nos últimos anos as Indicações Geográficas (IGs) têm sido consideradas indutoras de desenvolvimento de uma região, com a valorização dos recursos territoriais e possibilitando o surgimento de novos nichos de mercados. Podem ser pensadas, portanto, como uma ferramenta de ocupação harmoniosa do espaço cultural produtivo, aliando a valorização de um produto típico e seus aspectos históricos e culturais à conservação da biodiversidade e ao desenvolvimento rural.

Segundo Wilkinson (2008) a IG consiste em um indicador de qualidade dos produtos ancorados em uma região, sendo o resultado da combinação de características tangíveis (solo, relevo

e clima) e intangíveis (patrimônio cultural, cultura local, tradição, história, *savoir faire*) e ratificando, os autores Belas (2012), Nierdele (2013) e Cerdan (2013), indicam que um produto com certificação de IG possui características que lhe conferem notoriedade devido a fatores físicos do local de origem, e que ocorre também uma diferenciação dos fatores humanos e naturais presentes no espaço e no modo de produção da IG pertencentes a um território definido.

Para Dullius (2009), nesse contexto, as IGs surgem com o propósito de desenvolver as atividades em uma região única que confere todas as condições para desenvolver, agregando valor de mercado ao produto. As IGs podem ser consideradas como Arranjos Produtivos e Inovadores Locais (APLs). Caldas, Cerqueira e Perin (2005), que aproximam a ideia de Indicação Geográfica com a de Arranjos Produtivos Locais, as quais podem ser consideradas como estratégias de desenvolvimento local, destacam que as IGs podem ser entendidas como uma qualificação para o desenvolvimento do arranjo produtivo, por incluir em seus critérios, físicos, sociais e subjetivos as características essenciais de uma nova forma de olhar o território.

Para a Rede de Pesquisas em Sistemas Produtivos e Inovadores Locais (REDESIST), os “Arranjos Produtivos e Inovativos Locais – APLs” são

*“aglomerações territoriais de agentes econômicos, políticos e sociais, com foco em um conjunto específico de atividades econômicas e que apresentam vínculos e interdependência. Isso costuma envolver a participação e a interação de empresas, as quais podem ser produtoras de determinados bens e serviços ou fornecedores de insumos e equipamentos, além de poderem ser prestadoras de consultoria e serviços, comercializadoras, clientes, entre outros. Para eles, essas empresas podem ter as mais variadas formas de representação e associação, incluindo as instituições públicas e as instituições privadas voltadas para formação e capacitação de pessoas, como escolas técnicas e universidades (CASSIOLATO et al, 2004).”*

De acordo com Guedes (2012), no Brasil, as experiências em diferenciações e regiões demarcadas tiveram início na década de 90, por meio de entidades públicas que iniciaram atividades de intercâmbio de políticas públicas de promoção do desenvolvimento rural no Mercosul. A discussão ganhou impulso, no Brasil, com a adesão das agências de fomento e desenvolvimento rural, como a *Food and Agriculture Organization (FAO)*, o Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura (IICA), e algumas organizações do estado regulando e criando normas, como o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), organizações governamentais, entre elas os Ministérios e a EMBRAPA, e outras com apoio direto junto aos produtores como fazem a própria EMBRAPA, o SEBRAE e alguns grupos nas universidades.

Em 1994, foi assinado o Acordo de Direitos de Propriedade Industrial relativo ao comércio – ADPIC/*Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS)* gerido pela Organização Mundial do Comércio (OMC) que estipulou os padrões mínimos de proteção das Indicações Geográficas no âmbito internacional.

Para Sen (2000), o desenvolvimento consiste no processo de ampliação da capacidade de realizar atividades previamente escolhidas e valorizadas. Uma nova política social é concebida como condição para o desenvolvimento sustentável, uma vez que este envolve fatores sociais, culturais e políticos. Como ressalta Wittmann et al (2003), o desenvolvimento regional “*Alicerça-se em diferentes modelos e fatores que geram práticas e dinâmicas distintas. Tais fatores, como cultura, tradição, crença, arranjos organizacionais, liberdade, capital social e associativismo, quando integrados, tendem a potencializar a região*”.

O desenvolvimento regional baseia-se na consecução de políticas de fortalecimento e qualificação das estruturas internas em prol do desenvolvimento local, criando condições sociais e econômicas para fomentar novas atividades produtivas. Wittmann et al (2003) afirma que, “já não basta o pensar global e o agir local; é preciso ir além, pensar local e agir globalmente”, uma vez que o desenvolvimento ocorre de forma a viabilizar os processos, fazendo com que as organizações possam competir no mercado mundial. Entretanto, sem desenvolvimento social concomitante, não é possível haver um desenvolvimento econômico satisfatório. Face ao exposto, pode-se afirmar que o desenvolvimento regional se constitui em uma estratégia de cunho político, econômico, social e cultural, sendo que o processo de desenvolvimento carece de apoio institucional e governamental que conduza à aquisição de credibilidade e sustentação em um ambiente competitivo.

Neste contexto que surge recentemente no Brasil discussões voltadas às contribuições que as IGs podem oferecer para o desenvolvimento territorial. Deste ponto de vista, este trabalho identifica as IGs como fatores de desenvolvimento local porque pode promover o diferentes regiões e produtos diferenciados, identificando pontos fortes e vocações econômicas que podem tornar a região mais competitiva.

Segundo Mascarenhas (2008), são necessários fatores para o uso e importância das Indicações Geográficas:-Diferenciar e singularizar os produtos com reputação vinculados a territórios e proteger a genuinidade e a qualidade desses produtos ; -Combater a concorrência de produtos similares sem vínculo com o território ; - Garantir a sustentabilidade do negócio do território/produto protegido;- Informar e promover a confiança do consumidor; - Garantir e ampliar o acesso a mercados;-Promover o estudo das condições de inovação aliadas aos aspectos tradicionais de produção ;- Viabilizar a organização da produção e a busca do lucro coletivo;- Tornar a IG um elemento estruturante do arranjo produtivo.

Abramovay (2005), discute o território principalmente a partir dos espaços rurais, e destaca que existem ativos e processos específicos cuja valorização supõe uma ação coordenada: é o caso tanto do aproveitamento de amenidades naturais e do patrimônio histórico quanto da colocação em mercados dinâmicos dos produtos, dos conhecimentos produtivos tradicionais, das habilidades artísticas, culinárias e da própria tradição folclórica de determinada população. Assim, o entendimento é que espaços rurais, a partir de suas especificidades e potencialidades, podem encontrar formas de transformação de suas realidades em busca de melhoria da qualidade de vida a partir dos processos globais (Caldas, 2003). É neste contexto que as IGs surgem como possíveis estratégias de desenvolvimento ou fortalecimento do território

## **5. A Importância das IGs para o desenvolvimento local**

Para Mascarenhas, (2008) uma IG promove desenvolvimento rural sustentável a partir dos seguintes fatores:

- Uma base produtiva organizada coletivamente - visando a formação de economias de escala, escopo, aglomeração, autonomia financeira, poder de barganha político, geração de inovação, informação e fortalecimento dos produto(s) com potencial de diferenciação (intangível ou tangível) e valorizado pelos mercados as rendas de monopólio;
- Produto(s) com potencial de diferenciação (intangível ou tangível) e valorizado pelos mercados;
- Potencial de coordenação, agregação de valor e auferição de rendas de monopólio por parte do elo da IG na cadeia produtiva;
- Apoio financeiro e técnico nas fases iniciais de reconhecimento e implantação da iniciativa;
- Promoção nacional do conceito de IG e negociações internacionais para entrada do produto;
- Análises e harmonização da legislação de fiscalização em nível federal e estadual, bem como estudos no sentido de preservar a tipicidade dos produtos.

As IGs têm sido amplamente utilizadas nos mercados agroalimentares para proteger e valorizar produtos de diferentes tipos. Neste sentido, tem sido fomentadas iniciativas para que os produtos considerados locais criem estratégias de diferenciação no mercado a partir das denominações de origem, a exemplo da qualidade do produto, agregação de valor ao produto, etc. (Vieira; Buainain, 2011).

## 6. Indicações Geográficas Nacionais Registradas (INPI)

Informações sobre as Indicações Geográficas nacionais concedidas pelo INPI. A proteção de uma Indicação Geográfica no Brasil se aperfeiçoa com o registro junto ao INPI, seja ela nacional ou estrangeira. As Indicações Geográficas brasileiras já concedidas pelo INPI, listadas em ordem cronológica crescente de entrada do pedido de registro, são em numero de 70. Atualmente: 50 registradas como Indicação de Procedência (IP) e registradas como Denominação de Origem (DO):12 nacionais e 08 estrangeiras (Tabela 1).

Tabela1- Indicações geográficas brasileiras(IG)s concedidas pelo INPI (2018)

IG NOME GEOGRÁFICO ESTADO/ PAIS	PRODUTO	MODALIDADE	REGISTRO NO INPI	
Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes Região dos Vinhos Verdes PT	Vinhos	DO	10/08/1999	Região dos Vinhos Verdes
Bureau National Interprofessionel du Cognac FR	Cognac Destilado vínico ou aguardente de vinho	DO	11/04/2000	Cognac
Vale dos Vinhedos BR/RS	Vinhos: tinto, branco e espumante	IP - DO	19/11/2002	

Franciacorta IT	Vinhos, vinhos espumantes e bebidas alcoólicas	DO	21/10/2003	
Região do Cerrado Mineiro BR/MG	Café	DO	14/04/2005	
Consorzio del Prosciutto di San Daniele IT	Coxas de suínos frescas, presunto defumado e cru	DO	07/04/2009	San Daniele
Associação dos Produtores de Arroz do Litoral Norte Gaúcho – APROARROZ Litoral Norte Gaúcho BR/RS	Arroz	DO	24/08/2010	
Costa Negra BR/CE	Camarões marinhos cultivados da espécie Litopenaeus Vannamei	DO	16/08/2011	
Instituto do Vinho do Douro e Porto Porto PT	Vinho generoso (vinho licoroso)	DO	17/04/2012	Porto
Região Pedra Carijó Rio de Janeiro RJ/BR	Gnaiss fitado milonítico de coloração branca e pontos vermelhos de diâmetro geral inferior a 1 centímetro	DO	22/05/2012	
Região Pedra Madeira Rio de Janeiro RJ/BR	Gnaiss fitado milonítico de coloração clara com quatro variedades de cor: branca, rosa, verde e amarela.	DO	22/05/2012	
Região Pedra Cinza Rio de Janeiro RJ/BR	Gnaiss fitado milonítico de coloração cinza possuindo 3 variedades: "Olho de pombo", "Pinta Rosa" e "Granito Fino".	DO	22/05/2012	
Manguezais de Alagoas AL/BR	Própolis vermelha e extrato de própolis vermelha	DO	17/07/2012	
Napa Valley US	Vinhos	DO	11/09/2012	Napa Valley
Vale dos Vinhedos BR/RS	Vinho e espumantes	IP - DO	25/09/2012	
Roquefort FR	Queijo	DO	28/05/2013	Roquefort
Ortigueira BR/PR	Mel de abelha – Apis Mellifera	DO	01/09/2015	
Região da Própolis Verde de Minas Gerais BR/MG	Própolis Verde	DO	06/09/2016	

Banana da Região de Corupá BR/SC	Banana (subgrupo Cavendish)	DO	28/08/2018	
Pampa Gaúcho da Campanha Meridional BR/RS	Carne Bovina e derivados	I.P.	12/12/2006	
Paraty BR/RJ	Produção de Aguardentes, dos tipos, cachaça e aguardente composta azulada	I.P.	0/07/2007	
Vale do Sinos BR/RS	Couro Acabado	I.P.	19/05/2009	
Vale do Submédio São Francisco	Uvas de Mesa e Manga	I.P.	07/07/2009	
Pinto Bandeira BR/RS	Vinhos tintos, brancos e espumantes	I.P.	13/07/2010	
Região da Serra da Mantiqueira de Minas Gerais BR/MG	Café	I.P.	31/05/2011	
Região do Jalapão do Estado do Tocantins BR/TO	Artesanato em Capim Dourado	I.P.	30/08/2011	
Pelotas RS	Doces tradicionais de confeitaria e de frutas	I.P.	30/08/2011	
Goiabeiras BR/ES	Panelas de barro	I.P.	04/10/2011	
Serro BR/MG	Queijo Minas Artesanal do Serro	I.P.	13/12/2011	
São João del Rei BR/MG	Peças artesanais em estanho	I.P.	07/02/2012	
Franca BR/SP	Calçados	I.P.	07/02/2012	
Vales da Uva Goethe BR/SC	Vinho Branco Seco, Vinho Branco Suave, Vinho Espumante, Vinho Licoroso	I.P.	04/02/2012	

Canastra BR/MG	Queijo	I.P.	03/03/2012	
Pedro II	Opala preciosa de Pedro II e jóias artesanais de opalas de Pedro II	I.P.	03/04/2012	
Cachoeiro de Itapemirim BR/ES	Mármore	I.P.	29/05/2012	
Norte Pioneiro do Paraná BR/PR	café verde em grão e industrializado torrado em grão e ou moído	I.P.	25/09/2012	
Linhares BR/ES	Cacau em amêndoas	I.P.	31/07/2012	
Paraíba BR/PB	Têxteis de algodão natural colorido	I.P.	16/10/2012	
Região de Salinas BR/ MG	Aguardente de cana tipo cachaça	I.P.	16/10/2012	
Porto Digital BR/PE	Serviços de Tecnologia de Informação e comunicação através de desenvolvimento, manutenção e suporte	I.P.	11/12/2012	
Altos Montes BR/RS	Vinhos e espumantes	I.P.	11/12/2012	
Divina Pastora BR/SE	Renda de agulha em Lacê	I.P.	26/12/2012	
São Tiago	Biscoito	I.P.	05/02/2013	
Alta Mogiana	Café	I.P.	17/09/2013	
Mossoró BR/RN	Melão	I.P.	17/09/2013	
Cariri Paraibano BR/ PB	Renda renascença	I.P.	24/09/2013	
Monte Belo BR/RS	Vinhos e espumantes	I.P.	01/10/2013	

Piauí BR/ PI	Cajuína	I.P.	26/08/2014	
Rio Negro BR/ AM	Peixes Ornamentais	I.P.	09/09/2014	
Microrregião Abaíra	Aguardente de Cana do Tipo Cachaça	I.P.	14/10/2014	
Pantanal BR/MT	Mel	I.P.	18/02/2015	
Farroupilha BR/RS	Vinho Fino Branco Moscatel, Vinho Moscatel Espumante; Vinho Frisante Moscatel;	I.P.	14/07/2015	
Maracaju	Linguiça	I.P.	24/11/2015	
Região de Mara Rosa	Açafrão	I.P.	02/02/2016	
Região das Lagoas Mundaú-Manguaba	Bordado Filé	I.P.	19/04/2016	
Carlópolis	Goiaba	I.P.	17/05/2016	
Região de Pinhal	Café Verde e Café Torrado e Moído	I.P.	19/07/2016	
Região São Bento de Urânia	Inhame	I.P.	20/09/2016	
Marialva	Uvas Finas de Mesa	I.P.	27/06/2017	
São Matheus	Erva-mate	I.P.	27/06/2017	

Oeste do Paraná BR/ PR	Mel de abelha ApisMelífera Escutelata (Apis Africanizada) - Mel de abelha Tetragonisca Angustula (Jataí)	I.P.	04/07/2017	
Cruzeiro do Sul BR/AC	Farinha de Mandioca	I.P.	22/08/2017	
Maués BR/AM	Guaraná	I.P.	16/01/2018	
Colônia Witmarsum	Queijo	I.P.	24/04/2018	
Venda Nova do Imigrante BR//ES	Socol	I.P.	12/06/2018	
Associação dos Produtores de Cacau do Sul da Bahia BR/BA	Amêndoas de cacau (Theobromacacao L.)	I.P.	24/04/2018	
Sabará BR/MG	Derivados de jabuticaba: licor, geléia, molho, casca cristalizada e compota	I.P.	23/10/2018	

## 7. Considerações Finais

O que se percebe pelos estudos é que a agricultura tem um importante papel no setor agroalimentar. Neste sentido, as IGs têm como fim agregar valor e gerar riqueza constituindo-se em uma opção concreta para uma nova etapa de desenvolvimento do agronegócio brasileiro, com a geração de produtos típicos e tradicionais, com qualidade diferenciada, a partir do momento em que a qualidade destes produtos são controlados pelo Conselho Regulador das IGs, por meio da fiscalização das normas instituídas pelo Manual de Uso, podendo atender o mercado nacional e internacional.

## 8. Referências

- ABRAMOVAY, R. (2015), Representatividade e inovação. In: Seminário Nacional de Desenvolvimento Rural Sustentável. Brasília. Disponível em: <<http://http://issuu.com/ricardoabramovay/docs/condraf>> Acesso em: 20 mar. 2014.
- ANJOS, F. S. dos.; CRIADO, E. A.; CALDAS, N. V. (2013), Indicações geográficas e desenvolvimento territorial: um diálogo entre a realidade europeia e brasileira. *Revista de Ciências Sociais*, vol. 56, n. 1, p. 207-233.

- AGUINALDO, J.L. (2008), *Experiências inovadoras em certificação e indicações geográficas. Curso sobre Indicação Geográfica de Produtos Agropecuários*.
- ALMEIDA, A. F. R. (2001), *Indicação Geográfica, indicação de procedência e denominação de origem*. In: LEITAO, A. et al. *Direito industrial*. Coimbra: Almedina.
- BARBOSA, P. M. S. (2013), *Marcas coletivas e marcas de certificação: marcas de uso coletivo*. In: PIMENTEL, L. O.; SILVA, A. L. (Org.). *Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio: módulo II, indicação geográfica*. 3. ed. Florianópolis: Mapa – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento; Funjab, p. 269-292.
- BELAS, Carla Arouca. (2012), *Indicações geográficas e salvaguarda do patrimônio cultural: artesanato de capim dourado Jalapão-Brasil*. Rio de Janeiro: UFRJ.
- BERNSTEIN, Henry. (2011), *A dinâmica de classe do desenvolvimento agrário na era da globalização*. Porto Alegre: Sociologias, ano 13, n.º 27, mai./ago. 2011.
- BRASIL. (2009) Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. *Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio: Módulo II, indicação geográfica / Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento; organização Luiz Otávio Pimentel*. – Brasília: MAPA; Florianópolis: FAPEU, 418 p.
- BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. *Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio: Módulo II, indicação geográfica / Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento; organização Claire Marie Cerdan, Kelly Lissandra e Aparecido Lima da Silva*. 2ª ed – Brasília: MAPA; Florianópolis : SEaD/UFSC/FAPEU, 2010. 376 p.: il.
- BRASIL. Instituto Nacional de Metrologia, Normatização e Qualidade Industrial. Disponível em [HTTP/WWW.inmetro.gov.br](http://www.inmetro.gov.br) acesso em; 10 jun, 2010.
- BRASIL. <http://www.inpi.gov.br/menu-esquerdo/indicacao/legislacao/resolucao-inpi-075-de-28-de-novembro-de-2000>, acesso em: 10.out.2009.
- BRASIL. <http://www.inpi.gov.br/menu-esquerdo/indicacao/o-que-e-indicacao-geografica>, acesso em: 10.out.2009.
- BRUCH, K. L. (2008), *Indicações geográficas para o Brasil: problemas e perspectivas*. In: PIMENTEL, Luiz Otávio; BOFF, Salete Oro; DEL'OLMO, Florisbal de Souza. (Org.). *Propriedade intelectual: gestão do conhecimento, inovação tecnológica no agronegócio e cidadania*. 1 ed. Florianópolis: Fundação Boiteux.
- CALDAS, A. S. (2003), *As denominações de origem como unidade de planejamento, desenvolvimento local e inclusão social*. *Revista de Desenvolvimento Econômico*, Salvador, v.5, n.º8.
- CALDAS, A. S.; CERQUEIRA, P. S.; PERIN, T. F. (2005), *Mais além dos arranjos produtivos locais: as indicações geográficas protegidas como unidades de desenvolvimento local*. *Revista de Desenvolvimento Econômico – RDE*, Salvador – BA, ano VII, n 11, jan. 2005.
- CASSIOLATO, J. E.; SZAPIRO, M.; LASTRES, H. M. M. (2004), *Caracterização e taxonomias de arranjos e sistemas produtivos locais de micro e pequenas empresas*. Rio de Janeiro: UFRJ, Redesist, 2004.
- CERDAN, C. (2013), *Indicações Geográficas e estratégias de desenvolvimento territorial*. In: NIEDERLE, P.A. (Org.). *Indicações Geográficas: qualidade e origem nos mercados alimentares*. Porto Alegre: UFRGS, 2013. pp. 125-150.
- CERDAN, C. et al. (2010), *Indicação geográfica de produtos agropecuários: importância histórica e atual*. In: BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. *Curso de Propriedade Intelectual & Inovação no Agronegócio: módulo II, indicação geográfica*. Organização Claire Marie Cerdan, Kelly Lissandra Bruch e Aparecido Limada Silva. 2. ed. rev. e atual. Brasília: Mapa; Florianópolis: EAD; UFSC; Fapeu.
- DULLIUS, P. R. (2009), *Indicações geográficas e desenvolvimento territorial: as experiências do Rio Grande do Sul*. 2009. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós Graduação em Extensão Rural da Universidade de Santa Maria. Santa Maria, RS.

- EMBRAPA(2015) – EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA. (2015) *Indicações geográficas no Brasil*.Disponível em: <<http://www.embrapa.br>>. Acesso em: 04 mai 2015
- FÁVERO, K. C. et al. ( 2010), Indicação geográfica. In: BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Curso de Propriedade Intelectual & Inovação no Agronegócio: módulo II, indicação geográfica. Organização Claire Marie Cerdan, Kelly Lissandra Bruch e Aparecido Lima da Silva. 2. ed. rev. e atual. Brasília: Mapa; Florianópolis:EAD; UFSC; Fapeu.
- GUEDES, C., (2013),Denominações territoriais: Brasil e Portugal no contexto do Mercosul e da União Europeia.Que lições tirar da experiência portuguesa?Rio de Janeiro: UFRJ.
- GUEDES, C., (2012), Denominações territoriais agroalimentares, políticas e gestão social: Argentina, Brasil e a experiência espanhola no contexto europeu. Rio de Janeiro: UFRJ.
- GUEDES, C.; SILVA, L. D. R. (2012), Denominações Territoriais: Significado e importância para a agricultura familiar no Brasil. In: V ENAPID - Encontro Acadêmico de Propriedade Intelectual, Inovação e Desenvolvimento. Rio de Janeiro: INPI.
- GURGEL, Viviane Amaral. (2005) Aspectos jurídicos da indicação geográfica In: Valorização de Produtos com Diferencial de. Qualidade e Identidade: Indicações Geográficas e Certificação para Competitividade nos Negócios.
- INAO. Institut National de Origine et de La Qualité. Disponível em <http://WWW.inao.gouv.fr>. acesso em julho de 2010.
- INPI. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Disponível em <http://WWW.inpi.gov.br>. acesso em julho de 2010.
- KAKUTA, S.;SOUZA,A.; SCHWANKE, F. e GIESBRECHT, H. (2006), Indicações geográficas: guia de respostas. Porto Alegre: SEBRAE/RS, p.38.
- MAPA, (2009).Guia para solicitação de registro de Indicação geográfica para produtos agropecuários. Disponível em <http://agricultura.gov.br>. acesso em julho de 2010.
- MASCARENHAS, G. (2008), Indicações geográficas no Brasil: principais características, desafios e oportunidades.In:Seminário Internacional Indicações Geográficas no Brasil: perspectivas e desafios, Florianópolis/SC.
- MASCARENHAS, G.; WILKISON, J. (2013), Desafios institucionais e organizacionais ao desenvolvimento das IGs no Brasil. In: NIEDERLE, P. A. (org.). Indicações geográficas. Qualidade e origem nos mercados alimentares, Porto Alegre: Editora UFRGS, 2013.
- NIEDERLE, P. A. (org.). (2013), Indicações geográficas. Qualidade e origem nos mercados alimentares.Porto Alegre: Editora UFRGS.
- NABINGER, C. (2008), Pesquisa da implementação das indicações geográficas In:Seminário Internacional Indicações Geográficas no Brasil: perspectivas e desafios, Florianópolis/SC.
- PÉREZ ALVAREZ, F. (2010), Diferencias jurídicas que permiten la distribución entre las denominaciones de origen y las marcas.Disponível em <http://seain.es/es/noticias>. Acesso em julho de 2010.
- PRONER, Carol. (2007), Propriedade Intelectual: Para uma outra ordem jurídica possível. São Paulo: Cortez, p.111.
- SEN, Amartya.(2000), Desenvolvimento como liberdade. São Paulo: Companhia das Letras.
- SILVA, F. N. et al. (2012), Desafios à institucionalização das indicações geográficas no Brasil. Revista Desenvolvimento Regional em Debate, ano 2, n. 2, nov. 2012.
- VELLOSO,C. Q. (2008), 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 de Mestrado, UFSC, Centro de Ciências Agrárias, Florianópolis: UFSC, 166p.
- VIEIRA, A. A (2007), Indicação geográfica de procedência (Paraty para cachaça). Curso sobre Indicação Geográfica de produtos agropecuários. Bento Gonçalves,RS.

- VIEIRA, A. C. P.; BUAINAIN, A. M. (2011), Propriedade intelectual na agricultura. In: AVILA, Charlene, DEL NERO, Patricia Aurelia (Org.). *Aplicação da propriedade intelectual no agronegócio*. 1. ed. Belo Horizonte: Editora Fórum, p. 21-50. V. 1.
- VIEIRA, A. C. P.; GARCIA, J. R.; BRUCH, K. L. (2013), Análise econômico-ecológica dos efeitos da mudança climática na região delimitada pela Indicação de Procedência Vales da Uva Goethe em Santa Catarina – Brasil. In: CONGRESSO INTERNACIONAL SISTEMAS AGROALIMENTARES LOCALIZADOS, 6., 2013, Florianópolis: UFSC; Cirad.
- WILKINSON, J., (2008), Mercados, redes e valores: o novo mundo da agricultura familiar. Porto Alegre: Editora UFRGS, 213p.
- WILKINSON, J.; BRUCH, K.L.; SILVA, A.L.; COPETTI, K.C.; LOCATELLI, L. (2010), Indicação Geográfica de Produtos Agropecuários: importância histórica e atual. In: BRASIL, Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. *Curso de Propriedade Intelectual & Inovação no Agronegócio: Módulo II, Indicação Geográfica*. Organização: Claire Marie Cerdan, Kelly Lissandra Bruch e Aparecido Lima da Silva. 2<sup>o</sup>ed. rev. e atual. Brasília: MAPA; Florianópolis: EAD/UFSC/FAPEU.
- WILKINSON, J.; VITROLLES, D. (2008) Valorisation des produits d'origine: contribution pour penser le développement durable dans la Pampa Gaúcha au Brésil. *Géocarrefour*, Lyon, v. 83/ 3.
- WILKINSON, John. (2008), *Indicações Geográficas no Brasil: situação atual e perspectivas*. Florianópolis, UFSC.
- WILKINSON, John. (2008), Global Values chains and networks in dialogue with consumption and social movements. *Int . J. Technological Learning, Innovation and Development*, Vol 1, No. 4.
- WITTMANN et.al. (2003), *Desenvolvimento regional: análise de processos organizacionais de desenvolvimento integrado*. In: *Desenvolvimento regional: abordagens interdisciplinares*. Santa Cruz do Sul: EDUNISC.