



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
Instituto de Economia (IE)
Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas, Estratégias e
Desenvolvimento
(PPED)

LUIZ CLAUDIO DE OLIVEIRA DUPIM

INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS E O DESENVOLVIMENTO LOCAL:
ESTUDO EXPLORATÓRIO E COMPARATIVO DAS INDICAÇÕES
GEOGRÁFICAS VALE DOS VINHEDOS, REGIÃO DO CERRADO
MINEIRO E PARATY

RIO DE JANEIRO

2015

LUIZ CLÁUDIO DE OLIVEIRA DUPIM

INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS E O DESENVOLVIMENTO LOCAL:
ESTUDO EXPLORATÓRIO E COMPARATIVO DAS INDICAÇÕES
GEOGRÁFICAS VALE DOS VINHEDOS, REGIÃO DO CERRADO
MINEIRO E PARATY

Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento, Instituto de Economia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial à obtenção do Título de Doutor em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Lia Hasenclever

RIO DE JANEIRO
2015

D934 Dupim, Luiz Claudio.
Indicações geográficas e desenvolvimento local: estudo exploratório e comparativo das indicações geográficas Vale dos Vinhedos, Região do Cerrado Mineiro e Paraty/ Luiz Claudio Dupim. -- 2015
292 f.; 31cm.

Orientadora: Lia Hasenclever
Tese (doutorado) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto de Economia, Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento, 2015.
Referências: f 249-262

1. Desenvolvimento local. 2. Indicação geográfica. 3. Propriedade intelectual coletiva.
I. Hasenclever, Lia, orient. II. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Instituto de Economia.
III. Título.

CDD 338.9

LUIZ CLÁUDIO DE OLIVEIRA DUPIM

INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS E O DESENVOLVIMENTO LOCAL: ESTUDO
EXPLORATÓRIO E COMPARATIVO DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS VALE DOS
VINHEDOS, REGIÃO DO CERRADO MINEIRO E PARATY

Tese de Doutorado submetida ao Instituto de Economia da
Universidade Federal do Rio de Janeiro como requisito para
a qualificação ao doutoramento.

Aprovada, em 26 de maio de 2015, pela Comissão Examinadora integrada pelos professores:



Prof.^a. Dr.^a. Lia Hasenclever, D.Sc., IE/UFRJ
Doutora em Engenharia de Produção pela UFRJ (1997)
Orientadora (Presidente)



Prof. Dr. John Wilkinson, D. Sc., CPDA/UFRJ
Doutor em Sociologia pela Universidade de Liverpool (1982)
(Membro externo)



Prof.^a. Dr.^a. Patrícia Pereira Peralta, D. Sc., INPL/ACAD/COPPG
Doutora em Artes Visuais pela UFRJ (2006)
(Membro externo)



Prof.^a. Maria Tereza Leopardi Mello, D. Sc., IE/UFRJ
Doutora em Ciência Econômica pela UNICAMP (1995)
(Membro interno)



Prof.^a. Dr.^a. Renata Lèbre La Rovere, D. Sc., IE/UFRJ
Doutora em Ciências Econômicas pela Universidade de Paris Diderot (1990)
(Membro interno)

A todos aqueles que trabalham para a construção de um país mais justo e desenvolvido, o qual possamos nos orgulhar.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a oportunidade de ter estudado em instituições públicas de qualidade e a todos os meus professores e mentores nesta longa jornada em busca de respostas e de conhecimento.

Agradeço aos meus pais e irmãos por me terem mostrado o caminho do trabalho e dos estudos, à Márcia, minha esposa, e aos meus filhos Eduardo e Pedro, pelo apoio e estrutura que somente uma família pode proporcionar. Aos amigos do INPI e aos amigos colhidos ao longo do caminho pelo incentivo nas horas de desânimo e a Dr^a Lia, minha orientadora, pelas correções de rumo, pois sem um norte eu não teria chegado ao final desta empreitada.

RESUMO

DUPIM, Luiz Claudio - **Indicações Geográficas e Desenvolvimento Local: estudo exploratório e comparativo das Indicações Geográficas Vale dos Vinhedos, Região do Cerrado Mineiro e Paraty**. Rio de Janeiro, 2015. Tese (Doutorado em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento), Instituto de Economia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

O presente trabalho refere-se a estudos de casos envolvendo o reconhecimento de indicações geográficas no Brasil com o objetivo de verificar a contribuição deste ativo de propriedade intelectual coletiva na indução de mudanças na dinâmica da economia local a partir do reconhecimento como indicação geográfica para determinado produto, decorrente dos registros no Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI.

O conceito de indicações geográficas é recente no Brasil. Foi internalizado através da Lei da Propriedade Industrial de 14 de abril de 1996 – LPI/96, resultado da adesão do país ao Acordo da Organização Mundial do Comércio. Contudo, verificam-se assimetrias com relação aos conceitos estabelecidos no Acordo Relativo aos Aspectos do Direito da Propriedade Intelectual Relacionados com o Comércio (ADIPIC) - mais conhecido no Brasil como Acordo de TRIPS - e a legislação nacional.

A tese procura demonstrar a importância do reconhecimento oficial de indicações geográficas, quando utilizado como ferramenta indutora de desenvolvimento em uma política de desenvolvimento local.

O estudo exploratório começa com uma revisão bibliográfica do tema desenvolvimento local, sua relação com o conceito de indicação geográfica e seus possíveis efeitos em agrupamento de produtores locais, conforme antecipado na literatura especializada. Ao longo da pesquisa, verificou-se o pequeno número de trabalhos empíricos sobre o assunto no Brasil. Utilizando-se de uma metodologia de estudo de caso, procurou-se captar a percepção dos principais atores identificados nas indicações geográficas selecionadas, de modo a verificar possíveis mudanças no ambiente local que possam ser atribuídas ao reconhecimento como indicação geográfica para determinados produtos, como, por exemplo: aumento da visibilidade e valorização dos produtos locais, melhoria na coordenação entre os produtores e elos da cadeia produtiva entre outros.

Por fim, através da comparação de três estudos de casos envolvendo as indicações geográficas mais consolidadas no Brasil, procurou-se identificar em que medida o reconhecimento deste ativo de propriedade intelectual coletiva contribuiu para o desenvolvimento das localidades envolvidas como preconiza a literatura especializada.

Palavras chave: Desenvolvimento local, propriedade intelectual coletiva, indicação geográfica.

ABSTRACT

DUPIM, Luiz Claudio - **Indicações Geográficas e Desenvolvimento Local: estudo exploratório e comparativo das Indicações Geográficas Vale dos Vinhedos, Região do Cerrado Mineiro e Paraty**. Rio de Janeiro, 2015. Tese (Doutorado em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento), Instituto de Economia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

This work refers to case studies involving the recognition of geographical indications in Brazil, in order to verify the contribution of collective intellectual property assets in inducing changes in dynamics of the local economy, from the recognition as geographical indications for certain product, provided by the registration in the National Institute of Industrial Property.

The concept of geographical indications is recent in Brazil. It was introduced by the Industrial Property Law dated on April 14th 1996, after Brazil has ratified the World Trade Organization Agreement. However, there are asymmetries between the national legislation and the Agreement on the Aspects of Intellectual Property Trade-Related, known in Brazil as TRIPS.

The thesis seeks to evidence the importance of official recognition of geographical indications, when utilized how induce tool for development in a policy local development.

The exploratory study begins with a literature review about the development local, its relation with the concept of geographical indication and its effects on grouping of local producers, as described in specialized literature. During the research, it was checked the small number of empirical studies about subject in Brazil. Using the case study methodology, we looked for the main players perception identified in selected geographical indications, in order to identify possible changes in the local environment that may be attributed to the recognition of geographical indications for certain products, such as: increased visibility and appreciation of local products, coordination improvement between producers and links in the production chain among others.

Finally, by comparing three cases studies involving the most consolidated geographical indications in Brazil, we sought to identify how the recognition of this collective intellectual property asset could contribute to the localities development involved as anticipated by the literature.

Keywords: Local development, collective intellectual property, geographical indication.

TABELAS, GRÁFICOS, FOTOS, FIGURAS E QUADROS (na ordem em que aparecem)

| | |
|-------------|---|
| Gráfico 01: | Distribuição de IG(s) protegidas entre países da OCDE e países em desenvolvimento |
| Quadro 01: | Principais acordos bilaterais da CE |
| Gráfico 02: | Gráfico com a distribuição dos registros de DOP e IGP para produtos agroalimentares na CE (2014) |
| Figura 01 | Fluxograma dos procedimentos de registros DOP, IGP e ETG na CE |
| Gráfico 03: | Distribuição dos registros de indicações geográficas na CE para vinhos |
| Quadro 02: | Marcos da política agrícola europeia |
| Figura 02: | Sistema europeu de qualidade para designar produtos com características específicas, especialmente para os produtos ligados a uma área geográfica, existem duas menções: denominação de origem protegida (DOP) e indicação geográfica protegida (IGP) |
| Quadro 03: | Comparação entre as definições da LPI/96, Acordo de Lisboa, TRIPS e regulamento CE 510/2006 referentes a indicações geográficas |
| Figura 03: | Fluxograma do procedimento administrativo de registro de IG no INPI |
| Gráfico 04: | Pedidos de registro de indicações geográficas (período de 1997 a 2013) |
| Gráfico 05: | Distribuição dos pedidos registro de IG estrangeiras por categoria de produtos/serviços no período de 1997 a 2013 |
| Gráfico 06: | Distribuição dos pedidos nacionais por categoria de produtos/serviços no período de 1997 a 2013 |
| Gráfico 07: | Distribuição dos pedidos de IG de nacionais segundo a espécie de IG no período de 1997 a 2013 |
| Gráfico 08: | Registros concedidos pelo INPI de 1997 a 2013 |
| Quadro 04: | Indicações geográficas registradas no INPI (período de 1997 a 2013) |
| Figura 04: | Mapa das indicações geográficas para vinhos da Serra Gaúcha |
| Figura 05 | Mapa com IG(s) reconhecidas e em desenvolvimento com o apoio da EMBRAPA-CNPV |
| Figura 06: | Esquema representando a interação entre o reconhecimento de indicações geográficas a as diversas esferas das relações sociais e econômicas locais |
| Quadro 05: | Detalhamento das entrevistas e coleta de dados primários nos trabalhos de campo efetuados no período de setembro a dezembro de 2014 |
| Tabela 01: | Códigos dos entrevistados nas pesquisas de campo |
| Tabela 02: | Consolidação da pesquisa de percepção a respeito dos benefícios do reconhecimento da IG |
| Figura 07: | Linha de tempo entre os registros do reconhecimento das IG(s) estudadas |
| Tabela 03: | Indicadores socioeconômicos dos municípios relevantes em termos de IG |
| Tabela 04: | Indicadores de produção de matéria prima relacionada ao produto da IG |
| Tabela 05: | Indicadores de produção do produto manufaturado |
| Tabela 06: | Indicadores das atividades complementares (alojamentos e alimentação no caso de turismo relacionado a IG) |
| Tabela 07: | Indicador da evolução no nº de associados à entidade representativa de produtores gestora da IG |
| Tabela 08: | Indicadores da utilização da Propriedade Industrial |
| Figura 08: | Mapa de delimitação da Indicação de Procedência Vale dos Vinhedos |
| Quadro 06: | Relação de vinícolas participantes da APROVALE no pedido de registro de IP |
| Figura 09: | Representação da Indicação de Procedência Vale dos Vinhedos |
| Quadro 07: | Produtores de vinho associados à APROVALE na ocasião do pedido de DO |
| Figura 10: | Área geográfica delimitada para a Denominação de Origem |
| Figura 11: | Identificação para os vinhos classificados como denominação de origem Vale dos Vinhedos, segundo os critérios do regulamento de uso |
| Tabela 09: | Dados populacionais dos municípios integrantes do Vale dos Vinhedos (período de 2010-2013) |
| Tabela 10: | Variação do IDHM dos municípios integrantes do Vale dos Vinhedos para os anos selecionados |
| Tabela 11: | Variação do PIB dos municípios integrantes do Vale dos Vinhedos em valores correntes para os anos selecionados |
| Tabela 12: | Produção de uvas no Brasil e seus usos, em toneladas (período de 2008 a 2012) |
| Gráfico 09 | Evolução da quantidade de uvas processadas por variedade de uva no RS (período de 2001 a 2013) |
| Tabela 13: | Produção de vinhos, sucos e derivados do Rio Grande do Sul, em litros |

| | |
|-------------|---|
| Tabela 14: | Relação entre a produção de vinhos finos e vinhos de mesa no RS no período de 2004 a 2013 |
| Tabela 15: | Comercialização de vinhos e suco de uva do RS no período de 2008 a 2012 |
| Tabela 16: | Evolução no número de propriedades produtoras de uvas em Bento Gonçalves de 2000 a 2012. |
| Tabela 17: | Variação do nº de estabelecimentos formais produtores de uva, considerando o nº de empregados, por ano em Bento Gonçalves no período de 2006 a 2013 |
| Tabela 18: | Produção de vinhos distinguidos pela IG no Vale dos Vinhedos no período de 2001 a 2011 |
| Tabela 19: | Variação do nº de empresas produtoras de vinho em função do nº de empregados no período de 2006 a 2013 |
| Tabela 20: | Resultado da busca no banco de marcas do INPI para o radical Vale dos Vinhedos |
| Gráfico 10: | Decisões relativas a pedidos de registro de marcas para o nome geográfico Vale dos Vinhedos. |
| Tabela 21: | Variação do número de associados da APROVALE por ano selecionado nos anos 1995, 2007 e 2013 |
| Tabela 22: | Valores estimados em mídia espontânea para o Vale dos Vinhedos (período de 2010 a 2013) |
| Tabela 23: | Fluxo turístico no Vale dos Vinhedos (período de 2001 a 2013) |
| Tabela 24: | Consolidação da percepção dos atores relevantes da IG Vale dos Vinhedos |
| Figura 12: | Mapa da localização da Região do Cerrado Mineiro no Brasil |
| Figura 13: | Representação contendo o nome geográfico “Região do Cerrado Mineiro” |
| Figura 14: | Fluxograma de Certificação de Propriedade da Federação dos Cafeicultores do Cerrado |
| Tabela 25: | Dados referentes aos municípios selecionados da IG Região do Cerrado Mineiro (anos 2010 e 2013) |
| Tabela 26: | Variação do IDHM para os municípios selecionados da IG Região do Cerrado Mineiro (anos de 2000 e 2010) |
| Tabela 27: | Variação do PIB para os municípios selecionados da IG Região do Cerrado Mineiro para os anos selecionados (anos 2000, 2006 e 2010) |
| Tabela 28: | Café Beneficiado no Brasil - Comparativo da Produção entre a variedade Arábica e Conilon em milhões de sacas beneficiadas no período de 2004 a 2013 |
| Gráfico 11: | Distribuição da produção de cafés no Brasil em 2013 |
| Gráfico 12: | Distribuição da produção de café em MG por regiões delimitadas pelo IMA em 2013 |
| Tabela 29: | Produtividade média das regiões, estados e Brasil para produção de café (ano de 2013) |
| Tabela 30: | Tamanho dos estabelecimentos produtores de café em grãos considerando o nº de empregados no período de 2006 a 2013 |
| Tabela 31: | Tamanho dos estabelecimentos de torrefação de café nos municípios selecionados da IG Região do Cerrado Mineiro no período de 2006 a 2013 |
| Tabela 32: | Resultado da busca na base de dados de marcas do INPI para o radical “Cerrado” na NCI 30, folha 01 |
| Gráfico 13: | Decisões relativas a pedidos de registro de marca para o nome Cerrado na NCI 30 |
| Figura 15: | Entidades representativas de produtores organizadas em torno da Federação dos Cafeicultores de Cerrado Mineiro |
| Quadro 08: | Relação de entidades filiadas a Federação de Cafeicultores do Cerrado |
| Tabela 33: | Consolidação dos dados referentes a percepção dos principais atores identificados na IG Região do cerrado Mineiro |
| Figura 16: | Mapa de delimitação da Indicação Geográfica Paraty, a área delimitada exclui o vale do Rio Mambucaba, região que não possui relação com a produção de cachaça |
| Quadro 09: | Produtores cadastrados na IG Paraty – Indicação de Procedência |
| Figura 17: | Representação na forma de selo apresentada pela APACAP para identificar os produtos da Indicação de Procedência Paraty |
| Tabela 34: | Dados relativos à área, população e densidade demográfica de Paraty (ano de 2013) |
| Tabela 35: | Variação do PIB municipal de Paraty no período selecionado |
| Tabela 36: | PIB por setor de atividade econômica de Paraty. Valores em mil reais em 2013 |
| Tabela 37: | Variação do IDHM em Paraty para os anos selecionados |
| Tabela 38: | Dados referentes ao setor produtivo da Cachaça no Brasil - 2013 |
| Tabela 39: | Evolução do nº de estabelecimentos produtores de aguardente por nº de empregados em Paraty (período de 2000 a 2013) |
| Tabela 40: | Produção anual de aguardente de cana |
| Tabela 41: | Evolução do preço médio da cachaça em Paraty, garrafa 700ml no período de 2006 a 2010) |
| Tabela 42: | Levantamento do nº de pedidos de registro de marcas envolvendo o nome geográfico Parati para a classe relativa a bebidas alcoólicas (Classe 33 de Nice) |
| Gráfico 14: | Decisões relativas a pedidos de registro de marcas para o nome geográfico Parati e Paraty |
| Quadro 10: | Alambiques associados à APACAP e suas marcas |
| Tabela 43: | Consolidação dos dados referentes à percepção dos principais atores identificados na IG Paraty |

Lista de Abreviaturas e Acrônimos

| | |
|-----------|--|
| ABRABE | Associação Brasileira de Bebidas |
| ADIPIC | Acordo Relativo aos Aspectos do Direito da Propriedade Intelectual Relacionados com o Comércio |
| AOC | <i>Appellation de Origen Controlé</i> |
| APACAP | Associação dos Produtores de cachaça de Paraty |
| APROVALE | Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos |
| CACCCER | Confederação das Cooperativas do Café do Cerrado |
| CAGED | Cadastro Geral de Empregados e Desempregados |
| CE | Comunidade Europeia |
| COIND | Coordenação de Fomento e Registro de Indicações Geográficas |
| CPI | Código da Propriedade Industrial |
| CUP | Convenção da União de Paris |
| DICIG | Diretoria de Contratos, Indicações Geográficas e Registros |
| DO | Denominação de Origem |
| DOP | Denominação de Origem Protegida |
| EMBRAPA | Empresa Brasileira de Pesquisa Agro Pecuária |
| EMBRAPA - | |
| CNPUV | Empresa Brasileira de Pesquisa Agro Pecuária – Centro de Nacional de Pesquisa em Uva e Vinho |
| EPAMIG | Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais |
| EU | <i>European Union</i> |
| EUA | Estados Unidos da América |
| IG | Indicação Geográfica |
| IGP | Indicação Geográfica Protegida |
| INAO | <i>Institute Nacional de la Apellacions de Origen</i> |
| INPI | Instituto Nacional da Propriedade Industrial |
| IP | Indicação de Procedência |
| IPHAN | Instituto do Patrimônio Histórico Nacional |
| ITC | International Trade Centre |
| LEADER | Ligações entre Ações para o Desenvolvimento da Economia Rural |
| LPI | Lei da Propriedade Industrial |
| MAPA | Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento |
| MC | Marcas Coletivas |
| MDIC | Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio |
| MERCOSUL | Mercado Comum do Sul |
| MG | Minas Gerais |
| OAPI | Organização Africana de Propriedade Intelectual |
| OCDE | Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico |
| OCM | Organizações Comuns de Mercado |
| OMC | Organização Mundial do Comércio |
| OMPI | Organização Mundial da Propriedade Industrial |
| OriGIn | <i>Organization for an International Geographical Indications Network</i> |
| PAC | Política Agrícola Comum |
| PBDAC | Programa Brasileiro de Desenvolvimento da Aguardente de Cana, Caninha ou Cachaça |
| PI | Propriedade Intelectual |
| PRODER | Programa de Desenvolvimento Rural |
| RAIS | Relação Anual de Informações Sociais |
| RS | Rio Grande do Sul |
| RJ | Rio de Janeiro |
| RPI | Revista da Propriedade Industrial |
| SCAA | <i>Special Coffee American Associate</i> |
| SEBRAE | Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequena Empresa |
| TRIPS | <i>Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights</i> |
| UCS | Universidade de Caxias do Sul |
| UE | União Europeia |
| UFRJ | Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro |
| UFRS | Universidade Federal do Rio Grande do Sul |
| UFSC | Universidade Federal de Santa Catarina |
| WIPO | <i>World Intellectual Property Office</i> |
| WTC | <i>World Trading Commerce</i> |

SUMÁRIO

| | |
|---|----|
| INTRODUÇÃO | 1 |
| PARTE I – DEFININDO O TEMA E SEUS CONCEITOS | 09 |
| Capítulo 1 –DESENVOLVIMENTO LOCAL | 08 |
| 1.1 – A IMPORTÂNCIA DA DIMENSÃO LOCAL NO TEMA DESENVOLVIMENTO..... | 09 |
| 1.2 – CONCEITOS SOBRE DESENVOLVIMENTO LOCAL | 11 |
| 1.2.1 - Desenvolvimento endógeno | 12 |
| 1.2.2 - Redes de cooperação | 14 |
| 1.2.3 – Coordenação, normas e convenções sociais | 15 |
| 1.2.4 - Território e formas de organização no espaço | 16 |
| 1.2.5 - A relação entre o território e os produtos locais | 18 |
| 1.2.6 - Desenvolvimento local e a Propriedade Intelectual | 19 |
| 1.3 – INDICAÇÃO GEOGRÁFICA E O DESENVOLVIMENTO LOCAL | 20 |
| 1.3.1 – Estudos sobre a avaliação do impacto socioeconômico das indicações geográficas | 25 |
| Capítulo 2 –PROPRIEDADE INTELECTUAL E INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS | 29 |
| 2.1 – O DIREITO DE PROPRIEDADE E O DIREITO DE PROPRIEDADE COMUM | 29 |
| 2.1.1 – Direito de propriedade relacionada a bens comuns | 30 |
| 2.1.2 – A Propriedade Intelectual Coletiva | 32 |
| 2.2 - INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS E SUA EVOLUÇÃO HISTÓRICA | 34 |
| 2.2.1- Evolução da Legislação Internacional sobre Indicações Geográficas | 38 |
| 2.2.1.1 – Convenção da União de Paris | 38 |
| 2.2.1.2 – Acordo de Madri | 39 |
| 2.2.1.3 – Acordo de Lisboa | 40 |
| 2.2.1.4 – Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio (ADIPIC ou TRIPS em inglês) | 41 |
| 2.1.2.5 – Acordos regionais e bilaterais em matéria de IG | 43 |
| 2.3 – INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS NO ÂMBITO DA COMUNIDADE EUROPEIA | 45 |
| 2.3.1 – Os registros de DOP e IGP para produtos agroalimentares | 46 |
| 2.3.2 - A proteção às IG(s) para vinhos e bebidas espirituosas..... | 50 |
| 2.3.3 – A Política Agrícola Comum (PAC) e as IG(s) | 53 |
| 2.3.3.1 – Signos de propriedade intelectual no PAC | 56 |
| 2.4 – LEGISLAÇÃO BRASILEIRA EM MATÉRIA DE INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS | 58 |
| 2.4.1 – Lei 9279 de 14 de maio de 1996 – LPI/96 | 59 |
| 2.4.1.1 - Condições de registro e as normativas estabelecidas pelo INPI | 65 |
| 2.4.1.2 – Instrução Normativa INPI 25/2013 – IN 25/2013 | 66 |
| 2.4.1.3 – A proteção conferida pelo registro de IG no Brasil | 70 |
| 2.4.2 - Lei 4.602 de 21 de dezembro de 2001 | 71 |
| PARTE II – CONTEXTO DA PESQUISA E A METODOLOGIA | 75 |
| Capítulo 3 – INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS NO BRASIL | 76 |
| 3.1 – PEDIDOS DE REGISTRO DE INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS NO INPI | 76 |
| 3.2 – PRINCIPAIS ATORES ATUANTES NO FOMENTO E APOIO ÀS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS NO BRASIL | 81 |
| 3.2.1 – SEBRAE | 81 |
| 3.2.2 – MAPA | 81 |
| 3.2.3 – EMBRAPA | 82 |
| 3.2.4 – INPI | 85 |
| 3.3 – INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS E DESENVOLVIMENTO LOCAL NO BRASIL | 85 |
| Capítulo 4 - ESTUDO DE CASOS | 90 |
| 4.1 – METODOLOGIA DO ESTUDO DE CASO | 90 |
| 4.2.1 - Seleção dos casos e as limitações do estudo | 92 |
| 4.2.2 - Caracterização dos municípios mais relevantes | 94 |

| | |
|---|------------|
| 4.2.3 - Caracterização do setor produtivo | 94 |
| 4.2.4 - Efetividade do registro no INPI como fator de proteção ao nome geográfico | 94 |
| 4.2.5 - Identificação dos atores mais relevantes | 94 |
| 4.2.6 – Levantamento de dados primários e os instrumentos de coleta de dados | 96 |
| 4.2.7 – Levantamento de dados secundários e definição de indicadores | 98 |
| 4.2.8 – Quadro de análise | 101 |
| PARTE III – RESULTADOS E DISCUSSÃO | 103 |
| Capítulo 5 – CASO 1 - VALE DOS VINHEDOS | 104 |
| 5.1 – HISTÓRICO | 105 |
| 5.2 – OS PEDIDOS DE REGISTRO DE RECONHECIMENTO DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA VALE DOS VINHEDOS NO INPI | 110 |
| 5.2.1 – A evolução da indicação geográfica Vale dos Vinhedos de IP para DO | 111 |
| 5.3- IMPACTOS DO RECONHECIMENTO COMO INDICAÇÃO GEOGRÁFICA SOBRE O DESENVOLVIMENTO LOCAL | 112 |
| 5.4 – CARACTERIZAÇÃO DOS MUNICÍPIOS DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA VALE DOS VINHEDOS | 113 |
| 5.5 - CARACTERIZAÇÃO DO SETOR VITIVINÍCOLA NO BRASIL E NO RS | 115 |
| 5.5.1 - Produção de vinhos, suco e derivados de uvas no Rio Grande do Sul | 118 |
| 5.5.2 - Comercialização e consumo de vinhos, sucos e derivados no RS | 120 |
| 5.6 - CARACTERIZAÇÃO DO SETOR VITIVINÍCOLA NO VALE DOS VINHEDOS | 121 |
| 5.6.1 – Produção de uva | 122 |
| 5.6.2 – Produção de vinho | 124 |
| 5.6.3 - A participação do enoturismo na economia da região | 127 |
| 5.7 - UTILIZAÇÃO DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL COMO PROTEÇÃO AO USO DO NOME GEOGRÁFICO | 129 |
| 5.8 - PESQUISA DE PERCEPÇÃO QUANTO AOS BENEFÍCIOS DO RECONHECIMENTO DA IG ENTRE OS PRINCIPAIS ATORES ENVOLVIDOS NA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA VALE DOS VINHEDOS | 131 |
| 5.8.1 – Percepção da entidade representativa dos produtores | 131 |
| 5.8.2 – Percepção dos produtores de vinhos | 135 |
| 5.8.3 - Percepção das entidades de fomento e apoio técnico/científico | 139 |
| 5.8.4 – Percepção do poder público municipal | 144 |
| 5.9 – ANÁLISE DOS DADOS E DISCUSSÃO | 145 |
| Capítulo 6 – CASO 2 – INDICAÇÃO GEOGRÁFICA REGIÃO DO CERRADO MINEIRO | 152 |
| 6.1 – HISTÓRICO | 152 |
| 6.2 - PEDIDOS DE REGISTRO DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA REGIÃO DO CERRADO MINEIRO | 155 |
| 6.2.1 - Evolução do pedido de IP para DO | 159 |
| 6.3 - IMPACTOS POTENCIAIS DO RECONHECIMENTO COMO INDICAÇÃO GEOGRÁFICA SOBRE O DESENVOLVIMENTO DA REGIÃO | 160 |
| 6.4 - CARACTERIZAÇÃO DOS MUNICÍPIOS MAIS RELEVANTES DA REGIÃO DO CERRADO MINEIRO | 161 |
| 6.5 - CARACTERIZAÇÃO DO SETOR DE CAFÉ NO BRASIL | 164 |
| 6.5.1 – Consumo de café no Brasil | 167 |
| 6.5.2 – Produção de café no Brasil | 167 |
| 6.6 - CARACTERIZAÇÃO DO SETOR PRODUTIVO NA REGIÃO DO CERRADO MINEIRO | 169 |
| 6.6.1 – Produção de café no Cerrado Mineiro..... | 170 |
| 6.6.2 – Torrefação de café | 175 |
| 6.6.3 - Atividades turísticas envolvendo a IG Região do Cerrado Mineiro | 176 |
| 6.7 - UTILIZAÇÃO DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL COMO PROTEÇÃO AO USO DO NOME GEOGRÁFICO | 177 |
| 6.8 - PESQUISA DE PERCEPÇÃO QUANTO AOS BENEFÍCIOS DO RECONHECIMENTO DA IG ENTRE OS PRINCIPAIS ATORES ENVOLVIDOS NA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA REGIÃO DO CERRADO MINEIRO | 179 |
| 6.8.1 – Percepção da entidade representativa dos produtores | 179 |
| 6.8.2- Percepção dos produtores de Café | 184 |
| 6.8.3- Percepção da entidade de fomento e apoio técnico/científico | 186 |

| | |
|---|------------|
| 6.8.4- Percepção dos especialistas do ramo e comerciantes de café | 190 |
| 6.9 – ANÁLISE DOS DADOS E DISCUSSÃO | 192 |
| Capítulo 7 - CASO 3 – PARATY | 196 |
| 7.1 – HISTÓRICO | 196 |
| 7.2 - O PEDIDO DE REGISTRO DO RECONHECIMENTO DA IG PARATY | 198 |
| 7.3 - IMPACTOS DO RECONHECIMENTO COMO INDICAÇÃO GEOGRÁFICA SOBRE O DESENVOLVIMENTO LOCAL | 199 |
| 7.4 - CARACTERIZAÇÃO DO MUNICÍPIO DE PARATY | 200 |
| 7.4.1 – Dados socioeconômicos | 200 |
| 7.4.2 – Histórico do município | 201 |
| 7.5 - CARACTERIZAÇÃO DO SETOR DA AGUARDENTE DE CANA NO BRASIL | 202 |
| 7.5.1 – Dados do setor produtivo | 206 |
| 7.5.2 – Tipos de produção | 207 |
| 7.6 - CARACTERIZAÇÃO DO SETOR DE AGUARDENTE EM PARATY | 209 |
| 7.6.1 – Produção de aguardente em Paraty | 210 |
| 7.6.2 - Produção de matéria prima - lavoura temporária – Cana de açúcar | 212 |
| 7.6.3 - A relação entre a produção de aguardente e o turismo em Paraty | 213 |
| 7.6.4 - Análise do setor de alojamentos e alimentação em Paraty | 215 |
| 7.7 - UTILIZAÇÃO DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL COMO PROTEÇÃO AO USO DO NOME GEOGRÁFICO | 216 |
| 7.8- PESQUISA DE PERCEPÇÃO QUANTO AOS BENEFÍCIOS DO RECONHECIMENTO DA IG ENTRE OS PRINCIPAIS ATORES ENVOLVIDOS NA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA PARATY | 218 |
| 7.8.1 - Percepção da entidade representativa dos produtores | 218 |
| 7.8.2 - Percepção dos produtores de aguardente de cana e destilados | 222 |
| 7.8.3 - Percepção das entidades de fomento e apoio técnico/científico | 225 |
| 7.9 - ANÁLISE DOS DADOS E DISCUSSÃO | 231 |
| CONCLUSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS | 235 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | 249 |
| APÊNDICES | 263 |

INTRODUÇÃO

A utilização de recursos imateriais endógenos ao meio geográfico como a história, a cultura, a tradição entre outros aspectos humanos, se tornam componentes importantes no processo de desenvolvimento de país, cidades, regiões ou localidades, na medida em que a incorporação destes recursos na atividade econômica possibilita um diferencial competitivo ao setor produtivo, possibilitando vantagens comparativas, não necessariamente baseadas em redução de custos, mas na oferta de bens diferenciados (CALDAS et al., 2004,2005).

A interação entre a atividade humana e o espaço geográfico forma um ativo intelectual de cunho coletivo relacionado ao território enquanto suporte das interações sociais e econômicas da coletividade que ali reside e se desenvolve. Tal ativo intelectual passa a ser passível de apropriação pelo meio produtivo local através dos mecanismos da propriedade intelectual, proporcionando uma forma de diferenciação de seus produtos no mercado (NIERDELE, 2014).

É neste contexto que este trabalho procura estudar a utilização da indicação geográfica como um ativo intelectual coletivo relacionado ao espaço geográfico, útil como ferramenta de desenvolvimento ao favorecer a mobilização dos recursos imateriais endógenos ao espaço geográfico ao meio produtivo local.

A tradição de se atribuir a procedência geográfica a determinado produto é uma prática utilizada desde tempos remotos da civilização. Tal vinculação consiste em uma forma de distinção, geralmente relacionada a certos atributos que se tornaram reconhecíveis, seja pela reputação alcançada, seja por suas qualidades, às vezes positivo às vezes não, mas que no passado propiciavam uma forma de diferenciações a bens a serem distinguidos.

Tal prática, quando aplicada a produtos, evoluiu para uma forma de identificação imputando determinadas propriedades que podem ser atribuídas a sua origem geográfica, consequência de práticas de obtenção ou preparo, aliadas a condições especiais atribuídas ao local. Tal forma de identificação se define hoje como indicação geográfica. Esse conceito originou-se no velho mundo, se desenvolvendo ao longo de tempo e tomando dimensões de ativo intelectual de grande valor econômico nos dias atuais.

Como o próprio nome sugere, indicação geográfica (IG) refere-se a uma indicação, na maioria das vezes referenciando nome de local, aplicada a determinados produtos, cuja reputação, características ou qualidades podem ser atribuídas a sua origem geográfica. Cria-se neste caso um vínculo entre o produto e sua origem na medida em que, fatores humanos

como: história, reputação, tradição e sua interação com fatores naturais como: clima, solo, geografia, proporcionam certa distinção quando comparado a produtos similares no mercado.

Os ganhos proporcionados pela utilização de IG(s) em produtos ou serviços, quando aliados à identificação de qualidade por parte dos consumidores pode assumir um relevante papel no desenvolvimento econômico local pela promoção dos produtos regionais, o que, por consequência, pode vir a beneficiar toda a cadeia produtiva assim como as comunidades envolvidas. Tais vantagens conjugadas à políticas públicas de desenvolvimento podem possibilitar o resgate de práticas tradicionais e visibilidade às localidades antes esquecidas.

Segundo ITC (2009), as IG(s) não apenas indicam uma ligação entre o produto e o seu lugar específico de origem mas também em relação aos seus métodos de produção e qualidades únicas que os distinguem. Aspectos implícitos como credibilidade e autenticidade no mercado fazem parte do conceito de IG. Produtos distinguidos por indicação geográfica possuem uma importante reputação em países de economia avançada como a França e os Estados Unidos assim como também na Índia e no México. No entanto, ainda há muito que aprender porque algumas são bem sucedidas, enquanto outros não o são.

Mais recentemente se observa em todos os mercados desenvolvidos preferências crescentes por produtos protegidos pela qualidade da informação, seja referenciando a procedência geográfica, seja através de certificações de qualidade ou identificação de origem. As regras da União Europeia sobre estas indicações e os acordos de proteção e reconhecimento relacionados ao comércio, que compõem a Organização Mundial do Comércio (OMC), demonstram a expansão internacional desta tendência.

No entanto, verifica-se que o conceito de indicações geográficas é relativamente novo na América do Sul. A introdução do tema na região se deu a partir de 1994, através do Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual relacionados com o Comércio - ADIPIC¹, acordo este estabelecido no âmbito da OMC, através do arcabouço legal da propriedade intelectual.

Com base no acordo da OMC, os países têm introduzido mecanismos para proteção, não só através da legislação de marcas e patentes, mas também à proteção das indicações geográficas e denominações de origem através de registro específico.

¹ ADIPIC – Acordo sobre Aspectos dos Direitos da Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio, também conhecido como acordo de TRIPS em inglês – *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights* – sigla muito utilizada nas referências bibliográficas de propriedade industrial no Brasil e que, portanto, será adotado neste trabalho para se referir ao acordo da OMC.

No Brasil, o termo “Indicação Geográfica” foi introduzido na Lei da Propriedade Industrial nº 9.279/96 – LPI/96², onde o registro deste ativo intelectual passou a ser possível como propriedade industrial de uso exclusivo dos produtores estabelecidos em local reconhecido como indicação geográfica para determinado produto ou serviço.

Inicialmente visto apenas como uma forma de proteção à denominações estrangeiras, por força do acordo da OMC, a busca da consolidação do instituto das indicações geográficas no Brasil e o crescente interesse na sua utilização por parte de agrupamentos de produtores locais, vem atender aos anseios de valorização de produtos de determinadas regiões que desenvolveram ao longo do tempo uma reputação na elaboração de produtos distinguidos por sua origem e que guardam em si características e qualidades que podem ser atribuídas ao local geográfico. No Brasil, produtos, como também serviços, que incorporam a riqueza de climas, solos e biodiversidade, associados ao saber fazer das populações, podem vir a se beneficiar do reconhecimento como ativo da propriedade industrial, possibilitando vantagens comparativas aos produtores locais e uma conseqüentemente contribuição ao desenvolvimento local.

A motivação para o presente trabalho

O presente trabalho teve como motivações, o trabalho do autor na Coordenação de Fomento e Registro de Indicações Geográficas do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), as experiências vivenciadas desde o ano de 2006 e a observação da crescente demanda por estudos que relacionam a utilização de ativos imateriais endógenos ao território, incorporados ao meio produtivo, como forma de diferenciação em mercados competitivos e sua potencial contribuição ao desenvolvimento local.

Um país de dimensões continentais como o Brasil, onde cada região apresenta condições diferenciadas com relação aos recursos naturais e culturais, se apresenta como um campo fértil para o desenvolvimento de uma economia baseada em produtos que incorporam diferenciais competitivos locais. O instituto das indicações geográficas, apesar de muito recente e pouco conhecido no país, pode vir a ser uma ferramenta capaz de proporcionar vantagens a agrupamentos de produtores localizados em um determinado espaço geográfico.

O estudo da relação entre o reconhecimento de indicações geográficas e o desenvolvimento local no Brasil se justifica uma vez que possibilita avançar no entendimento

² A Lei 9279 de 14 de maio de 1996 foi resultado da adesão do Brasil ao acordo da OMC.

desta propriedade intelectual coletiva e sua contribuição na dinâmica de desenvolvimento local.

Portanto, uma abordagem de estudo de caso para verificar os mecanismos e efetividade da utilização deste ativo de propriedade intelectual por parte de produtores e prestadores de serviços locais como ferramenta de desenvolvimento é de significativa relevância.

Objetivos

A pesquisa tem como objetivo geral, verificar em que medida o reconhecimento de indicações geográficas no Brasil contribui para o desenvolvimento local, através de estudo de casos.

Deseja-se saber se o reconhecimento de determinados locais como indicação geográfica para certos produtos proporciona, como preconiza a literatura, melhorias nas condições de comercialização destes produtos, melhoria na coordenação entre os produtores envolvidos, maior visibilidade ao local, favorecendo atividades complementares e/ou paralelas, tendo como resultado mudanças que podem ser entendidas como desenvolvimento local.

Como objetivos específicos, o presente estudo procura responder as seguintes questões:

- i) O reconhecimento de indicação geográfica para determinado produto proporciona valorização e melhoria na sua comercialização?
- ii) O reconhecimento como indicação geográfica proporciona aumento da visibilidade do local favorecendo atividades complementares como o turismo?
- iii) Os esforços para o reconhecimento de uma região como indicação geográfica gera externalidades positivas³ como a melhoria da coordenação entre os atores econômico envolvidos na cadeia produtiva?
- iv) O registro de indicação geográfica, conforme previsto na LPI/96, possibilita, efetivamente, a proteção ao nome geográfico e a conseqüentemente apropriação de ativos imateriais relacionados ao local como reputação, características e

³ Quando as ações de um indivíduo ou empresa geram benefícios para outros sem que aquele que foi afetado pague pelos benefícios (FIANI, 2011).

qualidades que resultam em uma diferenciação de determinados produtos no mercado?

v) A legislação brasileira é adequada e suficiente para permitir que as IG(s) influenciem o desenvolvimento local?

vi) Quais as lições de outros países podem ser usadas para que o desenvolvimento local se beneficie das IG(s)

Para responder a estas questões, cabe se debruçar sobre casos consolidados envolvendo o reconhecimento de indicações geográficas no Brasil de forma a verificar como se dá a evolução das localidades envolvidas e em que condições o reconhecimento como indicação geográfica contribui para o desenvolvimento local.

Metodologia

A pesquisa iniciou-se com um estudo sistemático sobre os principais autores atuantes no tema desenvolvimento local e indicações geográficas, assim como uma busca na literatura nacional e internacional especializada. Em especial sobre a questão do direito de propriedade coletiva como um importante fator de desenvolvimento e sobre as mudanças econômicas e sociais esperadas e apontadas na literatura e que também podem ser entendidas como desenvolvimento local.

Em seguida foi efetuado um levantamento de informações das indicações geográficas brasileiras mais consolidadas que poderiam ser objeto de estudo empírico. O levantamento teve como ponto de partida uma pesquisa no banco de dados do INPI a respeito das indicações geográficas registradas até dezembro de 2013. Procedeu-se a coleta de dados iniciais fornecidos nos documentos dos pedidos de registro de indicações geográficas e, com base nestes dados, foram selecionadas as indicações geográficas para os estudos de casos.

Um levantamento da literatura relativa às indicações geográficas selecionadas foi realizado, bem como da atividade econômica relacionada a cada IG como também às atividades complementares que podem ter se beneficiado do reconhecimento como IG. O objetivo deste levantamento inicial foi caracterizar, a partir da literatura e de dados secundários, as localidades selecionadas e a evolução das atividades econômicas ao longo do tempo de modo a verificar mudanças econômicas e sociais a partir dos parâmetros identificados na literatura.

O período temporal considerado levou em conta os anos de 2000 a 2013. Este período tem uma abrangência adequada para o conjunto de estudos de casos que tiveram suas indicações geográficas registradas no INPI entre 2002 e 2007.

Na etapa seguinte da pesquisa, procedeu-se aos estudos de casos das indicações geográficas selecionadas. Foram levantadas informações dos principais atores envolvidos na organização e gestão da IG e a percepção destes quanto às possíveis mudanças no ambiente socioeconômico local, ocorridas no período estudado, que possam ser atribuídas ao reconhecimento oficial como indicação geográfica. Essa coleta de dados foi realizada por meio de questionário, entrevistas abertas e semiestruturadas com os principais atores identificados em cada caso selecionado.

No estudo de caso, a exemplo do proposto por Yin (2005), procura-se compreender os fenômenos sociais complexos existentes na sociedade a partir de investigação dos eventos da vida real, utilizando estratégias de pesquisa de modo a coletar e analisar provas empíricas.

A metodologia de pesquisa utilizada nos estudos de casos é apresentada de forma mais detalhada no capítulo 4.

Na etapa final da pesquisa foi efetuada uma análise comparativa dos casos pesquisados de modo a verificar em que medida o reconhecimento da IG contribuiu para mudanças que possam ser interpretadas como desenvolvimento local, como antecipado na literatura especializada, nas IG(s) selecionadas.

Enfim, a presente pesquisa é um estudo exploratório e como tal sua grande contribuição é apontar possíveis razões para o sucesso ou fracasso da relação entre IG e desenvolvimento local no Brasil, considerando os vários fatores específicos de cada ramo de atividade. A partir desta pesquisa, sugestões para o aperfeiçoamento do tema e seus desdobramentos como política pública de desenvolvimento local foram propostas e apresentadas.

Organização da tese

Esta tese possui 07 Capítulos além desta Introdução, da Conclusão e Considerações Finais e está dividida em 03 partes.

A Parte I da tese é composta por três Capítulos onde são apresentados os conceitos que nortearão a discussão e as considerações finais. O Capítulo (1) refere-se ao conceito de desenvolvimento local propriamente e seus pontos de intersecção com a proposta do presente

trabalho. O Capítulo (2) se divide em quatro seções, a primeira refere-se à Propriedade Intelectual e o direito de propriedade coletiva, a segunda seção refere-se ao tema indicação geográfica, sua evolução histórica e principais acordos internacionais. A terceira seção aborda a experiência da Comunidade Europeia com indicações geográficas como ferramenta de desenvolvimento rural e a quarta seção trata da internalização do conceito da indicação geográfica na legislação nacional. Estes fundamentos visam proporcionar base conceitual para a compreensão dos fenômenos observados ao longo do estudo de casos.

A Parte II está dedicada à contextualização da pesquisa empírica realizada nesta tese. Está dividida nos Capítulos (3) e (4). O Capítulo (3) traz o resultado do levantamento da experiência brasileira com relação ao reconhecimento oficial de indicações geográficas até o ano de 2013. O Capítulo (4) refere-se a um detalhamento da metodologia da pesquisa de estudos dos casos selecionados onde foram utilizados dados coletados de fontes primárias, obtidas através de entrevistas e questionários respondidos pelos principais atores envolvidos nas indicações geográficas estudadas e dados secundários, obtidos de fontes oficiais.

A Parte III apresenta os resultados da pesquisa e sua discussão. Está dividida em três Capítulos mais a conclusão. Os Capítulos (5), (6) e (7) referem-se às indicações geográficas selecionadas como objetos de estudo de casos, apresentando um breve histórico sobre o processo de reconhecimento, a contextualização do(s) município(s) envolvido(s), a caracterização da atividade econômica impactada pela IG, seguida da apresentação dos resultados obtidos na pesquisa de percepção, realizada com os atores mais relevantes identificados ao longo do estudo de forma a tentar detectar mudanças no ambiente econômico e social que possam ter alguma relação com o reconhecimento das localidades como indicação geográfica.

Por fim, o Capítulo referente à conclusão e as considerações finais apresenta uma análise comparativa dos casos e discussão dos resultados obtidos na pesquisa das três indicações geográficas pesquisadas, à luz dos conceitos de desenvolvimento local e os resultados esperados conforme descritos na literatura, de modo a responder às indagações sobre a contribuição do instituto das indicações geográficas ao desenvolvimento local no Brasil, alinhadas aos objetivos propostos e a verificação das hipóteses levantadas.

PARTE I – DEFININDO O TEMA E SEUS CONCEITOS

Capítulo 1 –DESENVOLVIMENTO LOCAL

Este Capítulo aborda a importância da dimensão local nos estudos econômico e uma breve revisão sobre o conceito de desenvolvimento local e a dinâmica territorial aplicada ao desenvolvimento.

1.1 – A IMPORTÂNCIA DA DIMENSÃO LOCAL NO TEMA DESENVOLVIMENTO

O estudo do tema desenvolvimento vem sendo cada vez mais direcionado no contexto nacional ao seu aspecto local. Tal direcionamento pode ser explicado devido à aceleração, a partir dos anos 1980, do processo de globalização e o consequente enfraquecimento dos Estados nacionais, muito em parte, devido à intensificação do comércio internacional que tende a acentuar as diferenciações em um contexto no qual o desenvolvimento não depende exclusivamente de sua escala nacional, e sim da capacidade de cada país, regiões ou localidades em se integrar aos fluxos de interdependência das atividades econômicas (FAURÉ e HASENCLEVER, 2007).

Marshall foi um dos primeiros autores a reconhecer a importância das economias externas no desempenho econômico mostrando a importância dos fatores de concentração na oferta de mão de obra, relação entre produtores-fornecedores-consumidores, serviços de transporte e o aprendizado (DINIZ e CROCCO, 2006)

Com a intensificação do fenômeno da globalização, a reestruturação industrial, denominada por alguns autores como a crise do padrão fordista⁴ de produção no final da década de 1970 (AMARAL, 2001), ganha força no campo político o entendimento de que o Estado nacional deve se restringir as suas funções básicas se retirando da economia. Segundo Diniz e Crocco (2006), este processo se aprofundou durante a década de 1980, gerando um movimento de abertura comercial e financeira, acelerando a reestruturação econômica e a internacionalização da produção. Essas mudanças na economia aliadas a revolução tecnológica promoveram uma revalorização da dimensão territorial, em especial ao espaço local na medida em que se acentuava a importância da diferenciação entre os lugares (LASTRES *et al*, 2006).

Segundo Barquero (2002), a nova concepção de desenvolvimento gerada pelos processos de abertura econômica e descentralização atribui ao local uma grande importância,

⁴ A crise da produção fordista resultou na reestruturação das grandes empresas verticalizadas e rígidas, transformadas em organizações mais flexíveis e articuladas em rede, formando cadeias produtivas globais, afetando as relações de trabalho a as localidades onde estão instaladas (RAMALHO e SANTANA, 2006, p.13).

muito em função de sua dinâmica própria onde a valorização de vantagens comparativas e utilização de seus meios, possibilitam a determinados espaços geográficos a mobilização de seus recursos de uma forma maior ou melhor que outros.

A crise econômica experimentada nos anos 1970 com a crise do petróleo marcaram o fim de ciclo de desenvolvimento baseado em recursos abundantes e baratos. Os programas de ajustes promovidos pelo FMI foram um dos efeitos mais visíveis das mudanças do modelo de desenvolvimento dos países do ocidente. O enfraquecimento dos Estados nacionais e as críticas ao modelo de desenvolvimento baseado sobretudo no crescimento econômico emergiram, passando a situar a dimensão local como protagonista na ordem de desenvolvimento (FERREIRA, 2009)

Atualmente é quase unânime entender que o desenvolvimento local não está relacionado unicamente com crescimento econômico, mas também com a melhoria da qualidade de vida das pessoas e com a conservação do meio ambiente. Estes três fatores estão inter-relacionados e são interdependentes. O aspecto econômico implica em aumento da renda e riqueza, além de condições dignas de trabalho. A partir do momento em que existe um trabalho digno e este trabalho gera riqueza, ele tende a contribuir para a melhoria das oportunidades sociais (MILANI, 2005).

A política de desenvolvimento local se constitui em uma resposta das comunidades locais aos desafios impostos pelo recrudescimento da globalização, ou seja, era necessário que as comunidades locais se reorganizassem em torno do objetivo do desenvolvimento econômico (SOUZA, 2009). Desta forma, o desenvolvimento local implica em articulação entre diversos atores e esferas de poder, seja a sociedade civil, as organizações não governamentais, as instituições privadas e políticas e o próprio governo. Cada um dos atores tem seu papel para contribuir com o desenvolvimento local (BUARQUE, 1999).

Portanto, na dinâmica do desenvolvimento, o local passa a ter um papel central, onde a mobilização dos recursos materiais e imateriais do espaço geográfico proporcionam vantagens comparativas que podem ser determinantes para o sucesso de políticas de desenvolvimento local.

1.2 – CONCEITOS SOBRE DESENVOLVIMENTO LOCAL

Segundo Barquero (2002), desenvolvimento local é o processo de crescimento e mudança estrutural que ocorre em razão da transferência de recursos das atividades tradicionais para as modernas, bem como pelo aproveitamento das economias externas e pela introdução de inovações, determinando a elevação do bem-estar da população de uma cidade ou região. Este conceito está baseado na ideia de que localidades e territórios dispõem de recursos econômicos, humanos, institucionais e culturais, bem como de economias de escala não aproveitadas, que formam seu potencial de desenvolvimento.

Para Muls (2008), a teoria do desenvolvimento local pode ser apresentada como o resultado da falência dos modelos tradicionais de desenvolvimento fundados seja na compreensão do Estado nacional como principal agente promotor do desenvolvimento, seja nas funções alocativas do mercado como facilitador do ótimo econômico.

Conforme descrito em Fauré e Hasenclever (2007), a concepção de desenvolvimento local é fundada sobre alguns pontos, entre os quais se destacam: a possibilidade do desenvolvimento poder acontecer na escala infranacional apesar das condições nacionais e internacionais; as disparidades e os desequilíbrios espaciais nem sempre, nem necessariamente, são corrigidos ao longo do tempo, nem graças ao papel planejador ou equalizador do Estado e/ou órgãos centrais, nem graças ao mercado, nem através de um processo quase automático a partir da visão liberal e otimista; existem, ainda, na escala local dentro de um espaço, determinadas iniciativas para desencadear uma dinâmica de crescimento, que muitas vezes se apresentam apenas como potencialidades. O desenvolvimento econômico local é também fruto das intervenções de fatores supra locais.

“A noção de desenvolvimento local integra várias dimensões, espaciais, econômicas, sociais, culturais e políticas que, através de seu conjunto dinâmico, podem produzir uma prosperidade sólida e durável que não se reduz somente a taxa de crescimento do PIB do município. O melhoramento dos efeitos de aglomeração, a intensificação das economias de proximidade, a ancoragem física das empresas, a realização de programas de criação de emprego e renda, o apoio à modernização do tecido empresarial, os esforços produzidos para elevar o nível de qualificação e de competências e as ações facilitando a incorporação e a difusão das inovações, a construção do território por um conjunto de organizações e de serviços, o acionamento de uma governança associando as esferas públicas e privadas, a criação de instrumentos institucionais visando adaptar as mudanças e antecipar os problemas e os desafios, figuram entre os componentes do possível desenvolvimento local.” (FAURÉ e HASENCLEVER, 2007, p.19)

As políticas nacionais de desenvolvimento quando aplicadas ao contexto local podem apresentar resultados distintos em função das especificidades do território, pois, segundo Fauré e Hasenclever (2003):

“Em um contexto onde mesmo que regras, princípios, fatores e meios que condicionam as atividades econômicas possam ser mais ou menos as mesmas de um lugar para o outro em um contexto nacional, constata-se que situações locais, em termos de desempenho de resultados com relação ao crescimento econômico, podem ser sensivelmente diferentes. A combinação dinâmica de diferentes fatores locais pode explicar estas variações apesar da análise macroeconômica apontar para a convergência de certas características.” (FAURÉ e HASENCLEVER, 2003, p.15)

Com o propósito de sistematizar o estudo do tema, Fauré e Hasenclever (2007), destacam pelo menos três dimensões da concepção do desenvolvimento local. A primeira seria a endogeneidade, ou seja, a existência de um potencial de recursos locais, materiais e imateriais, que podem ser mais, ou melhor, explorados e valorizados.

A segunda seria a territorialidade, indicando que, além dos dados físicos, são os atores que constroem, pelas iniciativas que tomam, pelas interações entre eles, um espaço de atuação onde as relações são mais densas e produtivas do que aquelas fora deste espaço.

A terceira dimensão refere-se às instituições e significa que o desenvolvimento local depende também do desenvolvimento do conjunto das inter-relações, fundadas a partir de valores e crenças, e das organizações.

Portanto, o desenvolvimento local está intimamente ligado aos fatores sociais, ambientais e culturais da formação do território. A organização dos atores cria um ambiente favorável à geração de economia de escala e a redução dos custos de transação, assim como aos rendimentos crescentes e ao crescimento econômico.

A população tem uma importância significativa, pois, segundo Moraes (2003), o ambiente do território é onde interagem os atores, exigindo o desenvolvimento de instituições que possibilitem o planejamento com a participação da comunidade. Para isso são necessários os mecanismos de gestão, que articulem os governos e as instituições locais.

A partir de uma abordagem que passa a valorizar ativos econômicos de uma região, verifica-se a existência de fatores endógenos que podem alavancar atividades econômicas a partir da utilização dos recursos locais, sejam eles materiais ou imateriais

1.2.1 - Desenvolvimento endógeno

As ações para o desenvolvimento podem ser construídas de forma exógena ou endógena, sendo exógenas aquelas que são impostas à comunidade, enquanto que as endógenas partem de uma construção onde a comunidade com seus recursos e cultura própria são parte atuante no processo de transformação.

O desenvolvimento endógeno consiste em um enfoque territorial do desenvolvimento e do funcionamento do sistema produtivo. O território é um agente de transformação, não mero suporte dos recursos e atividades econômicas, pois existem interações entre empresas e demais atores que se organizam para desenvolver a economia e a sociedade. Desta forma, o desenvolvimento endógeno visa a atender às necessidades e demandas da população local por meio da participação ativa da comunidade envolvida. Mas do que buscar ganhos no sistema produtivo na divisão do trabalho, o objetivo passa a ser o bem estar social econômico e cultural da comunidade local. (BENI, 2006)

Ao se endogeneizar o papel do território, pretende-se dizer que cada grupo de instituições e de organismos locais é responsável por estas trajetórias de crescimento. Cada arranjo institucional bem sucedido é específico ao território, sendo um produto de seu próprio contexto e o resultado de sua própria construção. (MULS, 2008).

Do ponto de vista regional, o conceito de desenvolvimento endógeno pode ser entendido como um processo que desencadeia uma contínua ampliação da capacidade de agregação de valor sobre a produção, bem como da capacidade de absorção e retenção do excedente econômico gerado pela atividade econômica local, assim como a atração de excedentes provenientes de outras regiões. Este processo resulta em um ambiente propício à ampliação do emprego, do produto interno e da renda local (OLIVEIRA, 2007).

O desenvolvimento endógeno é, portanto, resultante do atendimento às necessidades locais através da participação ativa da comunidade, objetivando a bem estar econômico, social e cultural coletivo. Além de influenciar os aspectos produtivos, a estratégia de desenvolvimento procura atuar sobre as dimensões sociais e culturais que afetam o bem-estar social (BARQUERO, 2002).

Barquero (2002) destaca como uma das raízes teóricas do desenvolvimento endógeno a grande teoria do desenvolvimento e os rendimentos crescentes onde a existência de externalidades é uma condição necessária para o desenvolvimento de uma região assim como também a existência de uma rede de empresas que dá origem a uma multiplicidade de mercados, sendo geradora de economias externas.

O desenvolvimento endógeno está frequentemente associado à existência de potencialidades produtivas, muitas vezes baseadas em atividades artesanais e comerciais, como também na disponibilidade de acúmulos de capital originários do setor primário como atividades agrícolas ou extrativistas. Barquero (2002) reconhece que as forças dinamizadoras

do processo de crescimento e de transformação estrutural das economias locais são os processos de acumulação de capital e a mudança tecnológica.

Desta forma, a formação de um entorno institucional e econômico favorável, proporcionado pela conjugação do aproveitamento dos recursos e dos serviços locais, bem como da cooperação entre os atores estão no bojo do desenvolvimento endógeno. Tal cooperação também significa acúmulo de capital social, significando relações institucionalizadas na forma de redes sociais.

1.2.2 - Redes de Cooperação

A teoria do desenvolvimento local se fundamenta, entre outros, no fato de que as relações entre os atores econômicos possibilitam a formação de um mecanismo de coordenação que proporciona um processo de crescimento e mudança estrutural nas economias locais e regionais, possibilitado haver rendimentos crescentes quando as relações e a interação entre os agentes econômicos resultam em uma redução dos custos de transações.

Percebe-se, portanto, que os mecanismos de desenvolvimento local se iniciam a partir das interações dos atores econômicos locais às quais se pode aplicar a noção de rede. Uma rede, no sentido de interação entre atores econômicos, pode ser definida como um sistema de relações que vinculam meio produtivo, como produtores, empresas e fornecedores, instituições e meios de informação e tecnologia que tornam possível as trocas de bens, serviços e informações que incorporam conhecimentos (BARQUERO, 2002).

As relações entre atores econômicos em um sistema de rede, apresentam: transações em um contexto de reciprocidade, relações de interdependência, sistemas de interconexões múltiplas, acesso à informação, aprendizagem interativa, difusão inovativa e assimetria, elementos fundamentais para o funcionamento da rede.

As redes podem assumir diferentes formas de organização e inter-relações dependendo do grau de complexidade da relação entre seus atores. Relações informais são tácitas e espontâneas, relações formais se caracterizam por serem explícitas, obedecendo a decisões associadas a objetivos estratégicos de seus integrantes. As primeiras apresentam um caráter casual geralmente se baseando em um grau de confiança como a mantida por famílias, vizinhos, companheiros ou antigos empregados, a segunda apresentam relações envolvendo contratos como bancos, empresas e instituições. Em se tratando de empresas e instituições, as redes podem referir-se a transações comerciais como trocas de bens e serviços que permitem uma relação entre fornecedores e clientes, podem ainda reportar-se a relações técnicas

baseadas em intercâmbio de informações referente a aplicações tecnológicas ou inovadoras de produtos, processos, organização e mercado, obedecendo a regras específicas que regem as relações profissionais e pessoais (OLIVEIRA e GUERRINI, 2002).

A formação e expansão de redes de empresas representam um importante papel no processo de desenvolvimento endógeno, uma vez que possibilitam a difusão de inovações e o processo de mudança estrutural. Uma rede de empresas com base na confiança estimula a interação o que permite aflorar as economias externas ocultas. A cooperação entre os atores é o fator preponderante no sucesso de uma rede, através dela, rompem-se a barreira da concorrência e passa a ocorrer uma relação estratégica entre os parceiros.

Oliveira e Guerrini (2002) destacam a necessidade das empresas reagirem aos desafios e mudanças no mercado, sendo a organização em redes um modelo, não tão novo, porém eficiente como forma de sobrevivência no mercado. Os autores citam exemplos de sucesso obtidos em localidades como a Emilia Romana na Itália, o Vale do Silício nos Estados Unidos da América (EUA), na Comunidade Valenciana na Espanha, e Bento Gonçalves (Rio Grande do Sul) no Brasil. Os autores também citam como barreiras a serem transpostas para a organização em rede, a quebra do paradigma da concorrência, a falta de oportunidades de encontro de empresas do mesmo setor e a falta de confiança quanto às atitudes dos atores locais.

1.2.3 - Coordenação, normas e convenções sociais

Um fator importante dentro da dinâmica territorial é a relação entre os agentes econômicos onde, em boa parte fora das relações mercantis; o peso das regras, normas e símbolos da comunidade de origem são elevados.

Douglas North⁵, reconheceu que os custos de transação podem ser reduzidos pelo que chamou de troca pessoal, na medida em que vínculos entre agentes possuam natureza mais pessoal tal como os jogos aplicados ao estudo da interação e cooperação. Verifica-se que em certas condições é possível esperar resultados positivos de ordem espontânea, deixando-se as comunidades, especialmente as pequenas e homogêneas com fortes vínculos de identidade e tradição entre seus indivíduos, ditarem suas próprias normas de cooperação. É o que pode ser verificado em alguns casos de arranjos produtivos e distritos industriais onde as proximidades entre os atores, em geral pequenas e médias empresas, em determinado espaço geográfico proporcionam sinergias capazes de estimular a cooperação a partir de convenções e normas

⁵ Douglas Cecil North, economista britânico, foi agraciado com o Prêmio Nobel de economia em 1992.

espontâneas que surgem devido a fatores que garantem diferenciais competitivos comuns (FIANI, 2011).

Com relação às normas sociais como redutor de conflitos e promoção da cooperação, as condições mais favoráveis parecem ser aquelas observadas igualmente em pequenas e médias comunidades, em que indivíduos se reconhecem mutuamente, sendo necessário um longo período de tempo para que normas surjam e se difundam pelo grupo, com a aplicação, se necessário, de sanções aos não seguidores (FIANI, 2011).

1.2.4 - Território e formas de organização no espaço

O componente fundamental na teoria do desenvolvimento local, como não poderia deixar de ser, é o território como o suporte geográfico (físico) para o desenrolar das relações sociais das comunidades. Conforme Maillat (1995), um território, enquanto espaço econômico, não surge do acaso e sim é construído graças à dinâmica do ambiente, podendo-se considerar que forças coletivas regionais possibilitam a promoção e o início do desenvolvimento territorial real. Seria, portanto, importante investigar a capacidade dos agentes, ao nível territorial, em estimular e promover o desenvolvimento.

Marshall (1985) em seus estudos destacou a organização industrial e investimentos em infraestruturas, criadores de economias externas. A divisão do trabalho possibilitou a geração de economias de escala, e, segundo Marshall (1985), algumas condições podem facilitar o surgimento de economias externas, como por exemplo:

- (1) A concentração de indústrias em um mesmo local, gerada pelas interdependências tecnológicas existentes entre atividades, que permite minimizar custos de transporte de insumos;
- (2) A formação de um mercado de trabalho especializado;
- (3) A troca de ideias entre empresários, que podem se reunir com mais facilidade;
- (4) A melhoria na infraestrutura, efetuadas por particulares ou pelo Estado, beneficiando o conjunto do complexo industrial localizado no mesmo espaço.

As condições que favorecem as economias externas reproduzem economias de escala. Contudo, a aglomeração excessiva de indústrias em um mesmo local pode produzir “deseconomias” externas, como a elevação dos terrenos e salários, devido ao aumento da concorrência.

Marshall popularizou-se também pela introdução da noção de ‘distritos industriais’, o que tem exercido forte influência em muitos dos debates contemporâneos voltados ao estudo de processos localizados de desenvolvimento. A noção de distrito industrial marshalliano faz

referência ao fenômeno, presenciado ainda no século XIX, de concentração de empresas especializadas em um ramo de produção em certas comunidades inglesas, com uma divisão de trabalho entre pequenos produtores baseada em laços de solidariedade.

Segundo Marshall (1985), no entanto, a cooperação econômica explica apenas em parte as vantagens de um distrito industrial e por isso o seu interesse pelos distritos industriais vai além dos aspectos econômicos, reconhecendo que o quadro de análise deve incluir também a dinâmica sociocultural das regiões. Com isso ele chama a atenção para os valores imateriais da localização (as relações sociais, a cultura local) para mostrar que a dinâmica industrial não pode ser reduzida ao seu aspecto mercantil de trocas puras.

Conforme Markusen (1996), a organização econômica das regiões é influenciada por fatores históricos, geográficos, movimentos migratórios e políticas econômicas que proporcionam fatores competitivos que podem explicar o sucesso ou declínio de atividades econômicas em determinados locais em função do tempo e das oportunidades. Entender os fatores que proporcionam os diferenciais competitivos de determinados locais é importante na implantação de políticas públicas de desenvolvimento econômico local, pois possibilitam potencializar fatores que proporcionam vantagens comparativas de regiões com potenciais de desenvolvimento.

Dentre as inúmeras formas de organização econômica no espaço verificadas na literatura resenhada por Markusen (1996) e que está relacionada à dinâmica de construção do espaço econômico, uma chama especial atenção no contexto deste trabalho, são os chamados distritos industriais italianos. Os distritos industriais do tipo italiano chamam a atenção devido às relações de cooperação envolvidas e a natureza das empresas, que são constituídos em sua maioria por médias e pequenas empresas.

Este tipo de aglomerado produtivo se tornou notório devido a sua estrutura que propicia um compartilhamento de riscos entre os agentes econômicos envolvidos, existindo uma preocupação mútua com a estabilização do mercado, uma tendência em valorizar a inovação como forma de competição e a retenção de perspectivas de crescimento econômico de longo prazo.

“Esta forma de organização no espaço geográfico, que leva em conta os fatores regionais, contribui para um desenvolvimento local equilibrado com ganhos sociais através da fixação e especialização da mão de obra local e formação de relações de confiança entre os atores econômicos envolvidos.” (MARKUSEN, 1996).

Conforme Ferreira (2009), para o surgimento desta configuração econômica e social na Terceira Itália, concorreram vários fatores, sobretudo de ordem cultural. Três fatores,

identificados por Boschma (1998) e Bianchi (1998), contribuíram para o surgimento desta configuração: o primeiro foi a tradição de cooperação. Este fator foi crucial para um modelo econômico onde a confiança entre os agentes aumenta a capacidade competitiva das empresas, já que, neste caso, as empresas se especializaram em fases do processo produtivo, e ficaram fortemente dependentes das outras para completar o processo produtivo. O segundo foi a disponibilização da mão-de-obra agrícola a baixo custo. O terceiro fator estava relacionado a independência de recursos externos para o desenvolvimento da indústria, enquanto que a produção não se limitou ao mercado regional, mas alcançou o mercado nacional.

Portanto, as formas de organização no espaço geográfico se beneficiam dos fatores de aglomeração, localização e dos fatores materiais e imateriais (cultura, tradição, história) que são endógenos ao território e que podem potencializar o desenvolvimento local quando devidamente mobilizados.

1.2.5 - A relação entre o território e os produtos locais

As economias locais são influenciadas de múltiplas maneiras, por fatores naturais como a localização do território, acidentes geográficos, fatores geopolíticos, a proximidade e influência dos grandes centros econômicos, fatores históricos e imigratórios entre outros. Alguns territórios se especializam na produção de determinado produto ou prestação de determinados serviços, muito em função das múltiplas influências citadas. Considerando o território o substrato da atividade econômica, observa-se em alguns casos, o fenômeno da ancoragem (vinculação) de um determinado produto ao se território de origem (CHAMPREDONDE, 2012).

Pode-se pensar que o meio de ancoragem dos produtos locais pode ser a cultura ou um território específico em particular. A analogia com o fenômeno físico da ancoragem é útil, pois permite explicar a possível relação íntima entre cultura inserida no território em que o produto é gerado, salientando que tal relação é mutável e temporária. A natureza transitória da ancoragem é devido à evolução do desenvolvimento sociocultural da comunidade que por sua vez varia de acordo com a evolução dos fatores determinantes, ou seja, as transformações ocorridas no território (CHAMPREDONDE, 2012).

Caracterizar a ancoragem de qualquer produto envolve a considerá-lo como o resultado dos seguintes fenômenos:

a) O enraizamento local do grupo humano que o produz e processa, seu mercados e seus consumidores;

- b) A inserção do produto no repertório de elementos da cultura desse grupo;
- c) A capacidade do produto em se tornar uma referência para a identidade do grupo humano. Isto implica também no reconhecimento de agrupamentos humanos externos ao produto que se tornou referência.

Para Frayssignes (2005) a âncora territorial se assemelha a um diálogo entre os atores econômicos e o território, inscritos no tempo, em que os processos se passam em uma relação sistêmica. A relação entre os fatores econômicos e o território favorece a ação de ancoragem. O autor define o estado de “ancoragem” como:

“... estar ancorado a um território implica em que, este esteja mobilizado como uma “matriz” que deforma a racionalidade das lógicas econômicas e que governa em parte as práticas e as representações dos atores. As dinâmicas que participam na produção territorial geram um conjunto de regras e normas que restringem as estratégias. Este caráter de não intencionalidade da ancoragem nos cerca de conceitos de pertencimento da cultura local. Em um sentido inverso, o ator “se ancora” em um território em um processo intencional, mobilizando em suas estratégias elementos territoriais: a âncora equivale então a uma inserção em redes locais de relações (associações, sinergias,...)”
 “..., o ancoramento é percebido como uma implicação intencional de um ator é um fator de construção do território” (FRAYSSIGNES, 2005, p. 96, tradução livre)

1.2.6 - Desenvolvimento local e Propriedade Intelectual

Atualmente a mensuração de desenvolvimento evoluiu para além dos seus resultados econômicos, sendo considerado em um espectro de análise mais amplo, onde fatores como geração de empregos, distribuição de renda, escolaridade, articulação do meio produtivo, incorporação de recursos materiais e imateriais locais nos processos produtivos são indicadores do desenvolvimento vinculado ao espaço geográfico.

Segundo Thaines (2011), o desenvolvimento local reforça as potencialidades de um território mediante ações endógenas, articuladas pela sociedade, pelo Estado e pelo mercado. Para fomentar esse desenvolvimento, alguns mecanismos devem ser criados, tais como: políticas públicas, incentivos e investimentos, bem como legislação específica visando uma proteção jurídica a esses setores.

Ao garantir os direitos sobre a propriedade imaterial, o Estado protege os seus detentores de uma possível concorrência desleal, e também fomenta a geração de riquezas com a criação de novos bens e produtos, além de garantir a criação de inovações, visando melhorar a qualidade de vida da população (BOFF, 2006).

A incorporação de ativos intelectuais de propriedade intelectual coletiva, como marcas coletivas e indicações geográficas, em conjunto com o tipo de organização econômica

encontrado em alguns espaços geográficos, surge como uma forma de diferenciação à produtos e serviços que possibilitam sua penetração em mercados externos ao território, valorizando e distinguindo produtos e serviços locais.

Nesse sentido, a propriedade intelectual - mais especificamente no presente estudo, a indicação geográfica - é considerada um importante instrumento de desenvolvimento. A partir dessa perspectiva não há dúvidas que a propriedade industrial, como marcas, patentes, indicações geográficas, entre outras, é considerada um dos ativos mais valorizados das empresas e de agrupamentos produtivos (LOCATELLI, 2006).

A existência de uma correlação entre a utilização dos ativos da propriedade intelectual e as estratégias de desenvolvimento regional é citada por Locatelli (2006) como uma forma de utilização dos ativos intelectuais em benefício da coletividade. Neste contexto, as indicações geográficas, surgem como uma das poucas modalidades de propriedade industrial coletiva, onde ativos imateriais endógenos a um espaço geográfico podem ser apropriados por agrupamentos produtivos possibilitando sua diferenciação no mercado.

1.3 - INDICAÇÃO GEOGRÁFICA E O DESENVOLVIMENTO LOCAL

Este subtítulo procura mostrar a correlação entre o conceito de indicação geográfica e sua aderência ao tema desenvolvimento local sendo que os capítulos subsequentes se aprofundarão nos conceitos de indicação geográfica e sua evolução histórica.

A literatura sobre o tema tem enfatizado o papel das indicações geográficas como um instrumento coletivo de apropriação de bens imateriais, proteção e promoção comercial de produtos tradicionais vinculados a determinados territórios e uma forma de utilizar vantagens comparativas locais para alavancar o desenvolvimento de regiões. O conceito de indicação geográfica vem se consolidando ao longo do tempo como ferramenta de proteção e valorização de produtos locais que tenham vinculação com os fatores materiais e imateriais atribuídos ao espaço geográfico.

Os esforços de reconhecimento de determinadas localidades como detentoras de produtos/serviços distinguidos por indicação geográfica, induzem uma cooperação entre os atores locais, possibilitando a estruturação de uma governança local, de forma a viabilizar a apropriação dos bens imateriais como a reputação histórica adquirida e/ou fatores naturais e humanos inerentes ao local geográfico. Como consequência destes esforços, uma melhoria

das condições de comercialização e inserção no mercado, pode ser alcançada, o que favorece o desenvolvimento local.

Segundo Nierdele (2009), as indicações de origem geográfica têm obtido um apelo cada vez mais crescente no Brasil e em todo mundo. Simultaneamente com movimentos de globalização e homogeneização dos mercados, um conjunto de transformações nos padrões de consumo tem impulsionado a demanda por produtos localizados, valorizando atributos de qualidade associados à origem e a modos de produção peculiares.

Conforme descrito em ITC (2009), os benefícios advindos do reconhecimento de indicações geográficas, no tange ao desenvolvimento local, têm gerado o aumento do emprego e melhoria na qualidade de vida, principalmente no ambiente rural em alguns casos. As IG(s) podem fornecer a estrutura para garantir e proteger a propriedade intelectual e/ou socioculturais que moldam o conhecimento indígena ou tradicional, bem como habilidades valorizando expressão cultural de uma comunidade em particular. Com relação ao comércio, as IG são orientadas para o mercado. Muitas vezes, se alinham as demandas comerciais emergentes já que essas tendem a aplicar padrões de qualidade, rastreabilidade e segurança alimentar. As IG(s) possuem muitas das características das marcas de reconhecido prestígio. Eles podem ter um impacto sobre toda a cadeia de suprimentos e em outros bens e serviços na região, promovendo assim o agrupamento e a integração rural.

As IG(s) contêm aspectos organolépticos distintos de uma região, ou seja, aqueles que são métodos perceptíveis pelos sentidos, ou do solo derivado do *terroir*⁶ e tradicional produção e processamento associado a esse lugar, podem ser difícil de reproduzir em outras regiões ou países. Esta diferenciação dos produtos pode oferecer uma valiosa vantagem competitiva difícil de perder.

Conforme descrito em ITC (2009) são considerados quatro componentes essenciais para o sucesso de qualquer IG:

1. Estruturas organizacionais e institucionais sólidas para se manter no mercado e controlar as IG(s). O complexo processo de identificação e demarcação de um IG, assim como a organização de práticas e padrões, o estabelecimento de um plano de marketing e a proteção das IG(s), exige a criação de instituições e estruturas locais de gestão que demandam um método de cooperação e de participação de longo prazo;

6 *Terroir* - palavra francesa cuja origem provém do latim: *territorium* (TONIETTO, 2007)

2. Participação igualitária dos produtores da região da indicação geográfica que compartilham não apenas os custos e benefícios, mas também o controle e as decisões sobre seus bens coletivos;

3. Fortes parcerias no mercado que se comprometem a promover e comercializar os produtos de IG. Muitos do sucesso comercial da IG são resultado da promoção e dos esforços consistentes de marketing dos parceiros a longo prazo.

4. Proteção jurídica eficaz, que inclui um forte sistema nacional de proteção das IG. Opções de proteção cuidadosamente escolhidos para permitir um controle eficaz e sua aplicação nos mercados relevantes para reduzir as possibilidades de fraude que comprometa a reputação dos produtos identificados pela IG.

Conforme ITC (2009), um modelo consistente de reconhecimento e valorização de indicações geográficas oferece um mecanismo interessante de desenvolvimento local devido aos benefícios potenciais proporcionados ao local de origem de determinados produtos. Esses benefícios compreendem desde a promoção de novos valores socioculturais, aos bens tradicionais, até os benefícios puramente econômicos como criação de empregos, valorização dos produtos locais melhoria do acesso aos mercados consumidores. Considerando uma visão mais abrangente da economia local, benefícios indiretos como aumento da visibilidade do local, valorizando as atividades de turismo e artesanato, melhora da governança e valorização da terra, abrindo espaço para novas atividades comerciais e de serviços.

As políticas de incentivo a estruturação de indicações geográficas beneficiam produtores e consumidores e a comunidade local. Ao possibilitar a comercialização de produtos locais por um valor *premium*⁷, em função de suas características e qualidades, os produtos distinguidos por uma IG motivam o ingresso de novos produtores na cadeia produtiva e motivam a diversificação da produção, representando uma excelente ferramenta de acesso a mercado. E em contexto global, os consumidores de mercados avançados buscam cada vez mais produtos diferenciados. As IG(s) aumentam a diversidade de produtos no mercado, sendo um contra ponto a cultura da massificação e padronização imposta pela indústria. Desta forma, as IG(s) também preservam produções tradicionais, evitando a concentração da produção na mão da grande indústria alimentícia (ORIGIN, 2014).

⁷ Valor *premium* – relativo a um preço mais alto que o consumidor estaria disposto a pagar, especialmente por conta de uma qualidade extra. www.dicionarioweb.com.br/.

Como um ativo da propriedade intelectual, as IG(s) proporcionam uma exclusividade na utilização da indicação que alcançou um grau de reputação ao longo do tempo ou que designa produto com qualidades e características resultantes da influência de seu lugar de origem, ou seja, é uma propriedade intelectual intrínseca ao meio geográfico, inalienável e intransferível no que se refere ao seu lugar de origem. O direito ao uso de uma IG está limitado ao local demarcado, evitando que competidores externos ao local diluam os ganhos conseguidos ao longo do tempo. Ao se institucionalizar o direito de uma IG a produtores locais através de mecanismos da propriedade intelectual, evita-se a diluição do ativo intelectual e o risco da indicação se tornar genérica para designar produtos. O reconhecimento de uma IG, portanto, diminui os custos de transação para os produtores locais e beneficiam os consumidores ao adquirirem produtos de procedência qualificada (ORIGIN, 2014).

Ao possibilitar uma diferenciação no mercado, as IG(s) proporcionam vantagens comparativas aos pequenos produtores pela assimetria quando comparado a produtos de produção em massa. O efeito é similar às marcas em um mercado, porém o diferencial dos produtos distinguidos por IG é sua origem, não necessariamente de apenas um produtor. O efeito da diferenciação de uma marca atrelada a uma IG se potencializa não sendo ativos intelectuais excludentes (ITC, 2009).

Mas não só vantagens podem ser atribuídas à IG, pois dependendo do caso nem tudo é favorável. O sucesso em grande escala pode levar anos para ser observado e sua aplicação exige paciência e um forte compromisso com a sua implementação. Os custos necessários para a obtenção dos retornos esperados podem ser consideráveis, não só aqueles referentes a estruturas organizacionais e institucionais, mas também em relação às operações necessárias como a observância legal e de qualidade. Em alguns casos, sem um planejamento e gestão adequada, regiões em desenvolvimento podem desperdiçar seus recursos limitados em investimentos para estabelecer IG sem potencial para alcançar êxito e sustentabilidade (ITC, 2009).

A IG nem sempre é uma opção viável em muitas áreas onde a produção carece de características distintivas. Alguns observadores sugerem que o uso de IG como meio de diferenciação pode beneficiar uma ampla gama de consumidores e produtores, mas não necessariamente os produtores de baixa qualidade ou os mais pobres. Alguns estudos têm demonstrado que, em determinadas condições, as IG(s) podem até prejudicar inovação comercial. Na verdade, com uma estrutura deficiente, o IG pode até ser prejudicial para as comunidades tradicionais e o meio ambiente (ITC, 2009).

Nierdele (2009) aborda questões importantes sobre os mecanismos de valorização de produtos regionais como as IG(s). Segundo o autor, embora seja evidente a ligação entre IG(s) e território, o mesmo não acontece em relação aos impactos territoriais desencadeados por projetos específicos deste modo de valorização dos produtos.

Dentre os argumentos frequentemente discriminados sobre o potencial das IG(s) enquanto ferramenta de desenvolvimento territorial rural, Nierdele (2009) cita: estímulo à ação cooperada; valorização dos produtos locais; proteção dos produtores contra competição desleal; agregação de valor e aumento da renda dos produtores; valorização dos conhecimentos tradicionais; competitividade e ampliação dos mercados; valorização econômica das propriedades rurais; preservação da biodiversidade; estímulo a multifuncionalidade do meio rural; transformação das áreas rurais em locais de consumo; crescimento de serviços associados ao turismo entre outros.

Embora muitos destes impactos possuam comprovação empírica, as tentativas de generalização de um território para outro raramente são válidas e, posto que, estas dimensões sejam abordadas de modo fragmentado, ainda não há como demonstrar claramente o papel das IG no desenvolvimento territorial rural (NIERDELE, 2011).

Segundo Nierdele (2011), os ganhos de monopólio coletivo, proporcionados pela delimitação da área geográfica, somente são possíveis pela exclusão da divisão destes ganhos de todos que ficam de fora da área delimitada. Mas, mesmo dentre aqueles que participam das ações relacionadas à IG, há notáveis assimetrias na distribuição dos ganhos, mais precisamente porque nem todos podem arcar com os altos custos de registro e de “exclusão”, isto é, os custos de controle para assegurar que não haja usurpação e uso indevido do sinal distintivo, o que é particularmente problemático quando a inspeção é privada.

O número de consumidores dispostos a pagar um preço prêmio pelos produtos de origem controlada é comparativamente pequeno nos países em desenvolvimento. Ademais, a maioria dos consumidores ainda desconhece o significado de certificações desta natureza.

Conforme Burrone (2008), enquanto nos países desenvolvidos, a origem de produtos reflete uma influência cada vez maior sobre o preço dos produtos, proporcionando um montante significativo de valor agregado decorrente do pagamento de um preço prêmio pelos consumidores, nos países em desenvolvimento uma série de obstáculos dificulta a agregação em níveis similares. De modo geral, o baixo poder aquisitivo dos consumidores é citado como o principal empecilho à obtenção de uma “renda de qualidade” pelos produtores.

Tendo em vista os argumentos expostos acima, parece claro que, se abordamos a questão da agregação de valor e do acesso a mercados em termos setoriais, a baixa participação de certos atores da cadeia produtiva – sobretudo de seus elos mais frágeis como os produtores de matérias-primas – leva a um certo ceticismo com relação à capacidade das IG(s) constituírem uma ferramenta de desenvolvimento territorial. Contudo, esses argumentos não podem ser considerados como regra geral, pois faz-se necessário uma reflexão com relação às especificidades de determinados setores, para somente então se passar para o nível territorial, buscando compreender os efeitos da implementação da IG para além dos atores diretamente envolvidos na cadeia produtiva.

1.3.1 – Estudos sobre a avaliação do impacto socioeconômico das indicações geográficas

A discussão sobre adoção de um sistema de IG e o desenvolvimento local leva a crer a existência de um impacto socioeconômico associado ao reconhecimento de indicações geográficas para determinados produtos vinculados ao território. Deve-se observar, no entanto, a falta de consenso entre os pesquisadores quanto à extensão dos benefícios reais de IG, especialmente no contexto dos países em desenvolvimento, com grande parte dos trabalhos sobre o impacto das IG sendo de natureza conceitual ou com base em evidências, sem fundamento empírico. Segundo Bramley (2011), a falta de evidência empírica é particularmente pronunciada, no caso de IG(s) em países em desenvolvimento.

Enquanto algumas evidências empíricas indicam a possibilidade de ganhar um prêmio, os custos de produção de produtos de IG são frequentemente subestimados, levando-se a uma interpretação enviesada dos benefícios líquidos. Custos relacionados com os métodos tradicionais de produção e com a garantia de qualidade do produto, muitas vezes não são levados em consideração no cálculo do custo total (KERR, 2006).

Grote (2009) *apud* Bramley (2011) salienta a este respeito que os levantamentos relacionados ao custo real das IG(s) são ainda mais escassos do que os benefícios. As dificuldades em medir os custos reais e as implicações e benefícios líquidos de IG influenciam diretamente o bem-estar do produtor e os impactos em torno do desenvolvimento rural, aspectos cruciais para os países em desenvolvimento na tomada de decisão sobre a alocação dos recursos escassos para o desenvolvimento de políticas envolvendo indicações geográficas.

Um vácuo ainda maior sobre o impacto de IG é a falta de estudos empíricos sobre a distribuição de rendas nas cadeias de abastecimento da IG. Enquanto o regulamento da CE

afirma especificamente que o aumento do rendimento agrícola é uma meta, há muito poucos trabalhos empíricos sobre se os agricultores realmente se beneficiam de um ganho prêmio sobre os preços comercializados (REQUILLART, 2007).

Segundo recomendações do relatório de avaliação de medidas da PAC relativas à denominações de origem protegidas (DOP) e indicações geográficas protegidas (IGP):

“A escassez de dados administrativos e estatísticos sobre o regime e os produtos DOP/IGP é uma lacuna que deve ser preenchida, para permitir um acompanhamento adequado do regime e da respectiva aplicação e para criar uma base factual sólida de apoio à formulação da política futura em relação ao regime.” (CE, 2008, p.10)

O relatório ETEPS (2006) *apud* Bramley (2011), fornece alguns dados sobre a questão para o Comte Parmiggiano Reggiano e indústrias de Azeite na França, Itália e Espanha, respectivamente. Embora o estudo indique que os agricultores poderiam, em alguns casos, ganhar um prêmio como resultado do IG, não existem estudos empíricos desta natureza sobre o desenvolvimento destes produtos nestes países.

Jena e Grote (2010) também se referem à falta de evidências empíricas sobre como os aumentos de preços são repassados aos produtores na parte inferior da cadeia de valor. Chatellier *et al.* (2006) e Sckokai *et al.* (2007), *apud* Requillart (2007), comentam sobre a pouca existência de estudos empíricos sobre como as rendas obtidas com a comercialização de produtos de IG são distribuídas para o produtor e processadores nas cadeias de abastecimento de IG.

Hughes (2009) explica que existem basicamente dois métodos para avaliar empiricamente o impacto de uma IG. Em primeiro lugar uma avaliação "diacrônica"⁸ "que implica em uma comparação entre a posição de um produto antes e depois do reconhecimento como IG e/ou reconhecimento da origem para fins de marketing e em segundo lugar uma avaliação "sincrônica"⁹ que compara dois produtos similares, onde um dos produtos é protegido e / ou comercializado como um IG e o outro não é. Esses métodos tem demonstrado as dificuldades em avaliar empiricamente o impacto de uma IG em países onde a proteção a este ativo imaterial foi recentemente introduzida ou na inexistência de proteção. Barjolle *et al.* (2009) explicam que as medições diacrônicas e sincrônicas são medidas objetivas que comparam duas situações. Eles vão mais longe ao dizer que há também medidas subjetivas que medem opiniões sobre o impacto das IG. Estes métodos, segundo os autores incluem o uso de pesquisas qualitativas entre os membros das cadeias de produção.

⁸ Avaliação diacrônica: quando se trabalha com a sucessão dos acontecimentos

⁹ Avaliação sincrônica: quando comparamos épocas ou avaliamos as práticas culturais, sem colocar em primeiro plano os aspectos da cronologia ou da evolução delas

Estes métodos empíricos são complicados por fatores que restringem a avaliação das IG, incluindo a falta de dados principalmente em países de pouca tradição na proteção às IG ou com legislações muito recentes (OCDE, 2005), bem como a dificuldade de definir um ponto de referência e um conjunto relevante de indicadores (BARJOLLE *et al.*, 2009).

Outra dificuldade é separar o impacto das IG de outros fatores, como os avanços tecnológicos, controle de qualidade, a publicidade e as dinâmicas políticas e locais. Jena e Grote (2010) listam, como consideração importante na mensuração dos impactos de uma IG, a escolha do produto como um fator crucial. Eles se referem à diversidade de produtos de IG(s) e seu alcance de mercado, o que dificulta uma generalização nos estudos de impacto socioeconômicos e advertem que, somente se os produtos escolhido atendem a alguns atributos importantes de uma IG, é possível alguma forma de generalização para os casos pesquisados.

Apesar das dificuldades em medir empiricamente o impacto econômico, social e ambiental das IG, os argumentos em favor de esquemas de marketing relacionados à origem têm suporte em estudos significativos, especialmente em países europeus, que concluíram que, na maioria dos casos é possível medir um impacto positivo a partir da utilização de rotulagem da IG (BRAMLEY, 2011).

Segundo CE (2008), na maior parte dos estudos de casos já realizados na CE, a maior parte dos produtores de produtos identificados por indicações geográficas considera que os produtos são de melhor qualidade que os produtos genéricos no mercado. Percepção compartilhada pelas associações de consumidores que consideram que os produtos sinalizados por indicações geográficas têm uma boa relação qualidade/preço.

Ainda segundo o relatório CE (2008), apenas o registro de uma denominação ao abrigo do regime de proteção às indicações geográficas na comunidade europeia não garante, por si só, um aumento da quota de mercado, no mercado interno ou em mercados externos:

“A quota de mercado só aumentará se estiverem também presentes vários outros fatores, tais como a adoção pelos produtores, a nível individual e coletivo, de uma abordagem ativa de expansão do mercado, o interesse dos consumidores, a utilização combinada de uma marca e a existência de nichos de mercados.” (CE 2008, p.9)

Olhando a pouca pesquisa empírica disponível sobre o desenvolvimento de indicações geográficas, Bramley (2011), citando o estudo de Bowen e Valenzuels (2009), observa que, apesar de ter sido verificado um aumento no volume de vendas, a introdução da IG mexicana “Tequila” não tem beneficiado significativamente a comunidade local ou o ambiente. Em contraste, Jena e Grote (2010) concluem, com algumas ressalvas, que, depois de testar

empiricamente o efeito renda da IG arroz Basmati da Índia, a adoção de uma IG melhorou o bem-estar das famílias envolvidas.

Considerações finais

Conforme a literatura pesquisada, a noção de desenvolvimento vai além da percepção do crescimento econômico. Fatores como articulação do meio produtivo, formação de redes de cooperação, o estabelecimento de normas e convenções e a utilização dos fatores materiais e imateriais do território, incorporados aos bens e serviços, são medidas do grau de desenvolvimento que podem ser atribuídos ao local geográfico enquanto suporte das relações econômicas e sociais que ali se desenrolam.

A existência de ambiente institucional que garanta os direitos de propriedade aos ativos intangíveis locais são importantes fatores para a garantia dos investimentos necessários a utilização de bens imateriais quando incorporados a produtos e serviços.

Portanto, o desenvolvimento local pode ser favorecido pela existência de um ambiente institucional apropriado e a forma como os atores locais se coordenam e utilizam os ativos intelectuais do meio geográfico, incluindo, neste caso, os fatores naturais em interação com os fatores humanos, o que possibilita a melhoria das condições de vida das populações por intermédio da oferta de melhores empregos, educação e bem estar.

A relação entre IG e desenvolvimento local parece ser direta, mas, por outro lado, fatores como a existência de políticas públicas relacionadas ao reconhecimento de IG(s), maturidade do sistema, percepção do consumidor e coordenação entre os atores econômicos se apresentam como condições essenciais para o sucesso ou fracasso das experiências relacionadas às indicações geográficas no mundo.

A mensuração dos impactos socioeconômicos relacionados ao reconhecimento de indicações geográficas no mundo, é objeto de estudos empíricos nos quais nem sempre os resultados relatados na literatura são possíveis de verificação empírica. Condições como cultura de propriedade intelectual, reconhecimento do sinal distintivo por parte do consumidor e iniciativas por parte dos produtores para aumento do alcance mercadológico dos produtos, são fatores importantes para a observação empírica dos benefícios relacionados ao reconhecimento de IG(s).

Capítulo 2 – PROPRIEDADE INTELECTUAL E AS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS

Este Capítulo se divide em quatro seções, a primeira seção é dedicada a apresentação dos conceitos básicos sobre o direito de propriedade coletiva e a propriedade intelectual. A segunda seção, e a mais extensa, refere-se à evolução histórica das indicações geográficas e a proteção legal no nível internacional. Na terceira seção, será apresentado um resumo da experiência da Comunidade Europeia (CE) no uso de IG como modelo de desenvolvimento e como a Política Agrícola Comunitária (PAC) utiliza a IG como ferramenta de desenvolvimento rural. A quarta e última etapa aborda a internalização do conceito de indicação geográfica no Brasil e a legislação brasileira pertinente ao tema.

2.1 – O DIREITO DE PROPRIEDADE E O DIREITO DE PROPRIEDADE COMUM

Do ponto de vista econômico e na abordagem do desenvolvimento, o direito à propriedade proporciona o surgimento de um ambiente institucional que possibilita a apropriação de bens, diminuindo os custos de transação favorecendo o aparecimento de novos mercados pela introdução de inovações.

Segundo Coase (1960), a boa definição e garantias dos direitos de propriedade, seriam condições essenciais ao desenvolvimento, pois reduziriam os custos de transação. Coase discutiu os efeitos da definição e alocação dos direitos de propriedade como solução ao problema das externalidades. Segundo o autor, a atribuição do direito de propriedade leva a uma diminuição dos custos de transação, pois leva a uma alocação mais eficiente dos recursos.

Para De Alessi (1990), direitos de propriedade são direitos de indivíduos à utilização, à renda e a possibilidade de transferir recursos, ou seja, possui um direito de propriedade pleno sobre recursos econômicos quem pode usá-lo da forma que desejar, empregá-lo para obter uma renda, ou ainda vende-lo, transferindo-o a outra pessoa.

O grau de incerteza sobre a propriedade de determinado ativo econômico eleva os custos de transação na medida em que aumenta os riscos no investimento de recursos visando os retornos associados a este direito. Portanto, o grau em que os direitos de propriedade estão definidos e seguros determina os incentivos para que os indivíduos empreguem os recursos econômicos produtivamente.

Acemoglu e Robinson (2010) fornecem exemplos de análises baseadas na tese da proteção dos direitos de propriedade como chave para o desenvolvimento. Citam as

experiências da Austrália, Canadá, Nova Zelândia e Estados Unidos, onde, segundo os autores, os direitos de propriedade garantidos a amplos segmentos da sociedade, especialmente pequenos proprietários, mercadores e empreendedores, proporcionaram maior desenvolvimento econômico nestes países quando comparados a outras experiências coloniais na África, América Central e Ásia que não tiveram a mesma política.

Ao se aborda com mais cuidado a análise moderna dos direitos de propriedade, surge um problema para essa interpretação do papel da segurança dos direitos de propriedade no plano legal, isto é, os direitos de propriedade que os agentes possuem de acordo com as normas legais vigentes e os direitos que eles efetivamente possuem nas atividades econômicas de troca e produção. A presença de um direito legal não é necessária para que o indivíduo tenha um direito econômico. Mesmo na ausência de direitos legais, seus direitos de propriedade podem estar garantidos pelos hábitos e costumes cristalizados na sociedade. Por outro lado, a posse de um direito legal não significa que o direito econômico será respeitado, especialmente nos casos em que o Estado ou a sociedade não dispõe de força ou de motivação necessárias para fazer valer o direito legal (FIANI 2011). Tal comentário se torna pertinente ao se analisar o direito de propriedade comum pois nem sempre é possível fazer valer os direitos de propriedade quando o detentores do direito não são claramente identificáveis.

2.1.1 - Direito de propriedade relacionada a bens comuns

Conforme comentado acima, o direito de propriedade constitui uma condição necessária ao desenvolvimento, na medida em que possibilita a redução dos custos de transação (COASE, 1960). Contudo, quando o direito de propriedade constitui-se em um direito coletivo, a incerteza sobre a titularidade do direito aumenta podendo acarretar a elevação destes custos.

No caso de recursos imateriais intrínsecos ao território, o direito de propriedade passa a ter uma abordagem relacionada ao bem coletivo e suas implicações. A noção de bem coletivo, e as questões relativas à titularidade do direito, remetem a estudos relacionados ao direito de propriedade comum, como abordado nos trabalhos de Elinor Ostrom¹⁰.

Segundo Ostrom (2000), o conceito de direito de propriedade relacionada a bens comuns, como por exemplo os recursos naturais, tem amplo impacto na sociedade moderna. A teoria apresentada pela autora em “*Common Pool Resource*” fornece elementos de prova sobre regras e mecanismos de aplicação que disciplinam a exploração do conjunto de recursos

¹⁰ Elinor Ostrom, agraciada com o Prêmio Nobel da Economia em 2009, juntamente com Oliver Williamson, fruto da investigação e estudo da teoria da Governança Econômica dos Bens Comuns.

naturais comuns por parte de grupos de utilizadores. A autora baseou-se em inúmeros estudos empíricos com populações que realizaram, com sucesso, a própria gestão de recursos comuns, como é o caso dos estoques de peixes, pastos, bosques, lagos e bacias hidrográficas, entre outros.

Os estudos de Elinor Ostrom revelam que desde que o conjunto de princípios e de regras de propriedade coletiva esteja bem definido, seja aceito e respeitado por todos, consegue-se evitar a sobre-exploração dos bens comuns. Trata-se assim de um regresso às origens da gestão comunitária e do ideal de cooperação. Esta abordagem reforça a cooperação, evita o individualismo e procura o bem-estar social da comunidade. A contribuição de Ostrom é no domínio da equidade, da cooperação e da governança (SIMÕES *et al*, 2011).

Schlager e Ostrom (1992) identificaram cinco direitos de propriedade que são mais relevantes para o uso dos recursos comuns, definido como:

- Acesso: O direito de entrar em uma área física definida e desfrutar dos benefícios (por exemplo, caminhada, canoagem, sentar ao sol);
- Retirada: o direito de obter as unidades de recursos ou produtos de um recurso sistema (por exemplo, pescar, desviar a água);
- Gestão: o direito de regular os padrões de uso interno e transformar os recursos por meio de melhorias;
- Exclusão: O direito ao acesso e o direito de exclusão, e como esses direitos podem ser transferidos.
- Alienação: O direito de vender ou alugar direitos de gestão e exclusão.

Uma das principais contribuições da teoria de Ostrom, no que se refere à organização e gestão de recursos comuns, foi a identificação dos princípios que devem reger um sistema de gestão de bens comuns por parte de uma comunidade de utilizadores.

De acordo com Ostrom (1990), existem oito princípios necessários para garantir a boa gestão de recursos comuns:

1. Demarcação clara das fronteiras dos recursos de bem comum e dos seus utilizadores;
2. As regras definidas têm de ser adequadas às condições locais (época, espaço, tecnologias disponíveis, quantidades de recursos disponíveis...);

3. Os utilizadores participam na definição/adaptação das próprias regras – acordos coletivos;
4. Os fluxos de benefícios proporcionados pela gestão comum são proporcionais aos custos de utilização;
5. Há um reconhecimento das regras da comunidade pelas autoridades externas;
6. É realizada a monitorização e são respeitadas as regras por parte dos utilizadores, com penalizações para os transgressores;
7. É garantido o fácil acesso a meios de resolução de conflitos bem como a custos reduzidos;
8. Há uma ligação na gestão de recursos de menor escala com os de maior escala, partindo do particular para o geral.

A observação de Ostrom evidenciou que a elaboração das regras tem maior sucesso se for combinada de uma forma cooperativa entre os utilizadores. Um aspecto relevante no estudo é o de que estes princípios devem ser apenas inspiradores para as comunidades que pretendam gerir os seus recursos, de forma cooperativa e sustentável, no entanto devem ser sempre ajustados a cada realidade (SIMÕES *et al*, 2011).

As noções de Ostrom para bens coletivos se pactuam com os conceitos de desenvolvimento local e indicações geográficas na medida em que os ativos intangíveis relacionados ao território compõem um bem comum que podem ser utilizado pelo setor produtivo como forma de diferenciação no mercado, tendo como contra partida o desenvolvimento em benefício da coletividade. O empoderamento social¹¹ e o fortalecimento da instituição da propriedade intelectual coletiva, a exemplo dos direitos aos conhecimentos tradicionais e indicações geográficas, possibilitam a apropriação destes ativos intangíveis no caso da incorporação destes a bens e serviços de importância econômica.

2.1.2 – A Propriedade Intelectual Coletiva

Segundo WIPO (2013), os direitos da Propriedade Intelectual - PI são direitos concedidos a indivíduos ou organizações sobre trabalhos criativos, tais como: invenções,

¹¹ Empoderamento social - [...] refere-se em geral a ação coletiva desenvolvida pelos indivíduos quando participam de espaços privilegiados de decisões, de consciência social dos direitos sociais. Essa consciência ultrapassa a tomada de iniciativa individual de conhecimento e superação de uma situação particular (realidade) em que se encontra, até atingir a compreensão de teias complexas de relações sociais que informam contextos econômicos e políticos mais abrangentes. O empoderamento possibilita tanto a aquisição da emancipação individual, quanto a consciência coletiva necessária para a superação da dependência social e dominação política. (BENKENSTEIN, 2010, p. 3378)

literatura, trabalhos artísticos, e símbolos, nomes, imagens e desenhos usados no comércio. Eles proporcionam ao criador o direito de impedir o uso não autorizado da sua propriedade, por um período limitado de tempo. A PI pode ser categorizada em Propriedade Industrial e em Propriedade Artística e Literária, a primeira referindo-se às inovações de caráter funcional ou comercial, e a segunda às criações culturais.

A Propriedade Industrial inclui as Patentes, as Marcas, os Desenhos Industriais, as Indicações Geográficas e os Segredos Comerciais. A Propriedade Artística e Literária refere-se ao Direito Autoral (*copyright*) sobre trabalhos originais literários, científicos e artísticos. Como os programas de computador (*software*) são escritos e codificados, eles são considerados expressões literárias e protegidos por direito autoral.

Além destas categorias de proteção, surgiram sistemas *sui generis* de PI tais como os dos Circuitos Integrados de Computador, dos Direitos de Variedade de Plantas, e da Proteção de Base de Dados, para proteger outras formas de criação não previstas nos modos convencionais (WIPO, 2013).

Adicionalmente, os países desenvolvidos têm procurado aprimorar e estender o nível de proteção em áreas críticas, com alto valor econômico e mais sujeitas à cópia, imitação ou pirataria generalizada, e, além disso, como no caso dos EUA, proteger áreas ou matérias até então excluídas de proteção, como os métodos de negócios e os conhecimentos científicos, ou estender o regime das patentes para o *software*.

Já os Europeus, com forte tradição na produção de vinhos, destilados e mais recentemente de bens agroalimentares, pressionam o comércio internacional a proteger ativos intelectuais com forte reputação e diferenciação, como os produtos de origem identificados por indicações geográficas e denominações de origem. Esses ativos intelectuais se tornaram uma importante fonte de receita para países como a França, Itália, Portugal e Espanha e são objeto de acordos e disputas comerciais envolvendo os países do velho mundo e os do novo mundo.

Em geral, a propriedade industrial pressupõe a existência de um detentor do direito de propriedade quando muito um pequeno grupo de detentores. Apenas alguns mecanismos de proteção da propriedade industrial preveem o direito coletivo de um ativo intelectual. As formas de apropriação coletiva, previstas na propriedade industrial, aparecem na forma de marcas coletivas e indicações geográficas (DUTFIELD, 2006).

As marcas coletivas podem ser aplicadas a produtos e serviços de entidades representativas de produtores ou prestadores de serviços como associações e cooperativas. As marcas coletivas identificam os produtos e serviços destes agrupamentos organizados que devem estabelecer regras para a utilização do sinal distintivo entre seus componentes. Alguns críticos não consideram as marcas coletivas como um ativo intelectual coletivo pelo fato da titularidade ser atribuída a uma pessoa jurídica, no caso, a entidade representativa dos produtores ou prestadores de serviços. No entanto, seus defensores argumentam que as marcas coletivas se apresentam como uma forma de organização de grupo de produtores ou prestadores de serviços em torno de regras e normas pré-estabelecidas comunitariamente.

As indicações geográficas, no conceito mais amplo da propriedade intelectual, se apresentam como um sinal distintivo de cunho coletivo que tem como objetivo identificar a origem dos produtos ou serviços, incorporando a estes, ativos imateriais do espaço geográfico como reputação e características distintivas que podem ser atribuídas ao seu local de origem. Em geral beneficiam as comunidades locais de produtores e prestadores de serviços que ao longo do tempo desenvolveram processos e saberes, aliados às especificidades do meio geográfico, sendo considerado um bem coletivo.

Conforme OriGIN (2014), indicações geográficas representam um caso específico dos direitos de propriedade intelectual. Indicações geográficas não conferem direitos individuais (como no caso de patentes ou marcas registradas); ao contrário, conferem "direitos coletivos". Neste caso, o direito sobre o nome geográfico não pertence a uma única empresa, mas todos os produtores de uma determinada área geográfica que atendem a determinadas condições. Esse tipo de direito se encaixa muito bem nas estruturas dos países em desenvolvimento, onde a comunidade muitas vezes desempenha um papel essencial e tem um enorme potencial em termos de distribuição de renda.

2.2 - INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS E SUA EVOLUÇÃO HISTÓRICA

Para Nierdele (2014), a IG pode ser entendida como uma instituição onde pode ser conformado um sistema de regras formais e informais, negociado entre os diferentes atores, que uma vez definida, condiciona a ação dos membros através de condutas que potencializam a ação destes atores em torno de práticas de produção e comercialização. Tais condutas podem favorecer o aparecimento de inovações organizacionais e técnicas como também limitar a introdução de novas práticas. A IG atua como mecanismo de identificação de produtos que reduzem as assimetrias de informação entre produtores e consumidores.

Constituem o resultado do engajamento moral dos atores envolvidos, os quais definem regras com base em acordos que se sustentam em valores compartilhados que são respeitados em virtude da coerção social que desaprova comportamentos oportunistas.

A pesquisa histórica aponta a utilização de indicações de origem como requisito distintivo para vinhos já na antiguidade. Pode-se perfeitamente considerar que a indicação da origem de determinados produtos na antiguidade, consistisse em um sistema rudimentar de diferenciação de produtos (como o encontrado em um sistema de marcas atualmente), porém visando distinguir a origem e não o fabricante. Daí a vinculação como sinal de distinção.

Segundo Brush (2011), as indicações geográficas surgiram da necessidade de se distinguir a origem de um produto. Já na Antiguidade verifica-se a utilização de designações de origem sendo citadas nas obras de Homero e Horácio na antiguidade. O Antigo testamento da Bíblia é prodigo em referências a produtos de origem como vinhos de “Samaria”, “Carmelo”, “Helbon”¹².

Na evolução histórica da indicação geográfica, a preocupação em protegê-la surgiu quando se observou que certos produtos, que demonstravam características peculiares que podiam ser atribuídas a sua região de origem, estavam sendo designados pelo nome da região de que provinham. Tal fato, e considerando a qualidade e tipicidade desses produtos, deu margem ao surgimento de falsificações, ou seja, da utilização desses nomes em produtos que não tinham tal procedência.

Os primeiros produtos a se beneficiarem do instituto de proteção às indicações geográficas foram sem dúvida os vinhos, mais tarde passando às bebidas destiladas ou espirituosas, chegando a outros produtos alimentícios em tempos mais recentes.

Conforme descrito em Calliari (2010), o desenvolvimento mais significativo, da cultura e regulamentação técnica e legal das indicações geográficas procedem, indiscutivelmente, da Europa. O queijo Roquefort, por exemplo, adquiriu sua notoriedade sob o nome de seu local de origem, desde o século XIV. Em Portugal, no ano de 1381, o vinho Moscatel de Setúbal já era exportado em grande quantidade para a Inglaterra. O vinho do Porto, no século XVIII, era praticamente sinônimo de vinho para os ingleses, graças em grande parte ao Tratado de Methuen¹³, assinado entre Portugal e a Grã-Bretanha em 1703, e que beneficiava este vinho com taxas aduaneiras especiais. Na Espanha, desde o século XVI,

¹²Ezequiel 27:18

¹³ O Tratado de Methuen, também referido como Tratado dos Panos e Vinhos foi um tratado assinado entre a Inglaterra e Portugal, em 27 de Dezembro de 1703.

já havia a preocupação em se proteger os vinhos produzidos na Galícia, especificamente na Comarca do Ribeiro. Em 1756 o Marquês de Pombal definia a Região Demarcada do Douro para proteger e promover ainda mais a produção do vinho do Porto.

Conforme visto em Barbosa (2011), em 1756 produtores do Vinho do Porto, em Portugal, procuraram o então Primeiro Ministro do Reino, Marquês de Pombal solicitando ajuda com relação a outros produtores que estavam indevidamente utilizando a denominação “do Porto” o que causava concorrência ao vinho legítimo. Nesta época o Marquês criou a Companhia dos Vinhos do Porto para concentrar os produtores, mandou fazer a delimitação da área de produção e mandou estudar, definir e fixar as características do Vinho do Porto e suas regras de produção. Após, registrou legalmente através de decreto o nome Porto para vinhos, criando, assim a primeira Denominação de Origem Protegida. Em 1907/1908, iniciou-se o processo de regulamentação oficial de várias outras denominações de origem portuguesa. Para além da região produtora de Vinho do Porto e dos vinhos de mesa Douro, demarcavam-se as regiões de produção de alguns vinhos, já então famosos, como é o caso dos vinhos da Madeira, Moscatel de Setúbal, Carcavelos, Dão, Colares e Vinho Verde.

A França surge como o país com maior tradição em denominações de origem, que é considerada parte do patrimônio nacional. A primeira Lei para a proteção às indicações geográficas na França data de 1924. Esta Lei impunha penalidades criminais àqueles que designassem falsamente o lugar de origem do produto. Em 1935 surgiu a primeira apelação de origem francesa para *Chateaubouff-du-Pape*, tendo sido criado, neste mesmo ano, o *Institute National de las Appellations de Origine* (INAO), vinculado ao Ministério da Agricultura francês (INAO, 2014).

A partir, principalmente dos anos de 1970, a então Comunidade Europeia - CE implementou, baseado no modelo francês de apelações de origem, sistema de denominação de origem com o objetivo de sistematizar, organizar, padronizar, comercializar e promover os vinhos produzidos em regiões conhecidas da Europa como aquelas do Porto e de Dão (Portugal), de Bordeaux, Provença e da *Champagne* (França – *appellation d’origine contrôlée*), de La Rioja, Ribera Del Douro, Ribeiro (Espanha – *denominación de origen*), do Sarre, da Mosela e Franken (Alemanha – *Gebiet*), da Sicília, Puglia, Toscana (Itália – *denominazione controllata*) entre outras (CALLIARI, 2010).

Segundo Caldas (2004), a classificação do território como um sistema de denominações de origem foi bastante incentivado e desenvolvido na Europa a partir dos anos 1970 quando a Comunidade Europeia generalizou um sistema de qualificação e etiquetagem

de seus territórios, visando relacionar o produto à sua região de produção, assim como aos produtores responsáveis, identificada por características semelhantes utilizadas em seus processos de produção.

Em Portugal, com a criação do Instituto da Vinha e do Vinho (IVV), em 1986, organismo adaptado às estruturas impostas pela nova política de mercado decorrente da adesão de Portugal à União Europeia, surge nova perspectiva para a viticultura, e o conceito de denominação de origem foi harmonizado com a legislação comunitária e foi criada a classificação de "Vinho Regional", para os vinhos de mesa com indicação geográfica, reforçando-se a política de qualidade dos vinhos portugueses (CALLIARI, 2010).

Com a intensificação das trocas comerciais a partir dos anos 1980 e o início das negociações no âmbito da OMC para regular o comércio internacional, a proteção às IG(s) foi objeto de negociação muito por pressão dos países europeus, o que resultou em um aumento dos níveis de proteção para este ativo da propriedade intelectual, em especial para vinhos, através do acordo de TRIPS (do inglês Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights, Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio).

Atualmente o comércio envolvendo produtos identificados por IG, concentra-se em países de economia avançada como os EUA, e países da Europa. Estima-se que o valor das vendas de produtos de IG em todo mundo, tenha superado em 2009, 50 bilhões de Euros. A maior parte dos produtos comercializados de IG corresponde a vinhos e bebidas destiladas (ITC, 2009).

Conforme ITC (2009), estima-se que existem no mundo, milhares de produtos que podem ser distinguidos por indicações geográficas, porém somente uma pequena parcela destes produtos encontra-se protegidos por leis. A maior parte dos produtos com alguma proteção jurídica, em sua maioria, vinhos e destilados, estão em países da OCDE¹⁴. Porém, um número expressivo de produtos distintivos procedentes de países em desenvolvimento ainda não se beneficiam do reconhecimento como IG.

Considerando dados de 2009, de todas as indicações geográficas reconhecidas no mundo, algo em torno de 85%, se encontram protegidas em países desenvolvidos e apenas 15% em países em desenvolvimento, conforme representado no Gráfico 01. Tal proporção

¹⁴OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico, congrega 34 países que aceitam os princípios da democracia representativa e da economia de livre mercado.

evidencia a grande importância deste ativo econômico nos países de economias mais avançadas onde um maior número de consumidores identificam produtos com diferenciais de origem (ITC, 2009).

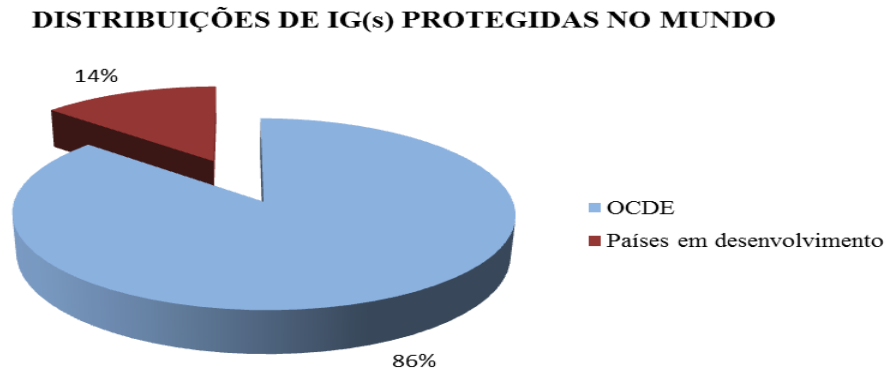


Gráfico 01: Distribuição de IG(s) protegidas entre países da OCDE e países em desenvolvimento
 Fonte: Adaptado do Guia de Indicações Geográficas – ITC 2009

2.2.1 – Evolução da Legislação Internacional sobre Indicações Geográficas

A proteção às indicações geográficas remonta os primeiros tratados internacionais sobre propriedade intelectual, primeiramente sob a forma de repressão às falsas indicações de procedência. Conforme descrito no relatório da EC (2005), as indicações geográficas eram inicialmente protegidas em cada país segundo suas respectivas legislações nacionais. Porém, as leis nacionais apresentam um alcance limitado no que se refere as trocas comerciais entre os países, se fazendo valer apenas dentro do próprio território nacional. Com a expansão do comércio internacional, sobretudo no século XIX, leis nacionais não mais atendiam a necessidade de proteção aos ativos de propriedade intelectual incorporados a certos produtos, haja visto o aumento das imitações e utilização de procedência enganosa no comércio internacional, sobretudo para vinhos. Desta forma, os então países líderes no comércio da época pressionaram a comunidade internacional a adotar um acordo de cooperação que pudesse garantir uma proteção internacional aos ativos de propriedade intelectual, entre vários aspectos deste acordo estava a repressão às falsas indicações de procedência, de forma recíproca entre os Estados.

2.2.1.1- Convenção da União de Paris

A Convenção da União de Paris (CUP) para a Propriedade Industrial de 20 de março de 1883, a qual o Brasil foi membro fundador, foi o primeiro acordo multilateral a observar a necessidade em combater as falsas indicações de procedências. Em seu artigo 1º(2), estabelece:

“A proteção da propriedade industrial tem por objeto as patentes de invenção, os modelos de utilidade, os desenhos ou modelos industriais, as marcas de serviço, o nome comercial e as indicações de procedência ou denominações de origem, bem como a repressão da concorrência desleal.”

A CUP admitia a indicação geográfica como um direito de propriedade intelectual apesar de não definir seu conceito de maneira clara.

Em sua 3ª revisão – Estocolmo 1967 – no que se refere à repressão às falsas indicações de procedência. Em seu art. 10º, a Convenção estabelece:

“(1) As disposições do artigo precedente (referente à apreensão no ato de importação) serão aplicáveis em caso de utilização direta ou indireta de uma falsa indicação relativa à procedência do produto ou à identidade do produtor, fabricante ou comerciante.”

“(2) Será, em qualquer caso reconhecido como parte interessada, quer seja pessoa física ou jurídica, o produtor, fabricante ou comerciante empenhado na produção, fabricação ou comércio desse produto e estabelecido quer na localidade falsamente indicada como lugar de procedência, quer na região em que essa localidade estiver situada, quer no país falsamente indicado ou no país em que se fizer uso da falsa indicação de procedência.”

O art. 10º da CUP fornece certo remédio para o uso indevido de indicação de procedência (ou fonte) para produtos, ao definir como contrafação a utilização de indicação de procedência para uma área geográfica que não aquela que o produto em questão era originário.

A Convenção de Paris no artigo 19 permite às partes contratantes o direito de fazer entre si acordos particulares para a proteção da propriedade industrial. Desta forma, dois acordos multilaterais relevantes para IG foram efetuados, em 1891 o Acordo de Madrid e em 1958 o Acordo de Lisboa (BARBOSA, 2011).

2.2.1.2- Acordo de Madri

O Acordo de Madri de 1891, relativo à repressão às indicações de proveniências falsas ou falaciosas sobre produtos, do qual o Brasil também foi um dos primeiros signatários, prevê a interposição direta e indireta sobre produto que induza ao erro sobre sua verdadeira origem. Segundo o art. 1º do referido Acordo:

“1- Qualquer produto que contenha uma falsa indicação pela qual um dos países a que se aplica o presente Acordo, ou um lugar situado em qualquer deles, seja direta ou indiretamente indicado como país de lugar de origem será apreendido no ato da importação em cada um dos ditos países.”

O Acordo de Madri pode ser considerado o primeiro acordo multilateral específico para a repressão às falsas e falaciosas indicações de procedência (ou proveniência).

2.2.1.3- Acordo de Lisboa

O Acordo de Lisboa refere-se ao acordo multilateral administrado pela OMPI que tem por objetivo a proteção das denominações de origem e seu registro internacional. Foi concebido em resposta a necessidade de um sistema internacional que facilitasse o reconhecimento e a proteção das denominações de origem no âmbito internacional. As denominações de origem constituem uma espécie particular de indicação geográfica onde o nome do local passa a designar produtos cujas características e qualidades podem ser atribuídas a sua origem geográfica, incluindo os fatores naturais e humanos ali existentes (WIPO, 2013).

Denominações como Champagne, Cognac, Porto, Chianti, Tequila, Darjeeling, constituem exemplos de denominações de origem famosas, que associam determinadas características e qualidades de produtos que são atribuídas a sua origem geográfica. Estas denominações se constituem em importantes ativos intelectuais de grande valor econômico para seus países de origem, pois representam uma importante porcentagem de suas exportações, sendo, por conseguinte, objetos de proteção da propriedade intelectual contra a apropriação indevida (WIPO, 2013).

O Acordo de Lisboa foi adotado em 1958 por um grupo de oito (08) países, sendo revisado em 1967 e emendado em 1979. Apesar de sua concepção datar de 1958, o Acordo entrou em vigor somente em 25 de setembro de 1966, sendo sua administração atribuída a Organização Mundial da Propriedade Industrial – OMPI, que mantém o Registro Internacional de Denominações de Origem, publicando periodicamente o boletim das Denominações de Origem - DO dos membros do Acordo. Em sua versão modificada de 1979, o Acordo define DO em seu art. 2º:

“1. Entende-se como denominação de origem, no sentido do presente Acordo, as denominações de geográfica de um país, de uma região ou uma localidade que serve para designar um produto dele originário cuja qualidade ou característica são devidas exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluindo os fatores naturais e humanos.”

Conforme WIPO (2013), o Acordo de Lisboa ampliou a proteção às denominações de origem, em seu art. 6º a:

"Qualquer usurpação ou imitação, ainda que a verdadeira origem do produto seja indicada ou que a denominação seja usada em tradução ou acompanhada de termos como "gênero", "tipo", "fazer", "imitação" ou semelhantes"

O Acordo prevê proteção para as denominações de origem através de sistema internacional de registro, sendo necessária a proteção prévia em seu país de origem para que se possa pleitear junto à administração do Acordo, o reconhecimento nos outros países

membros. Após a solicitação de registro, os países membros têm 12 meses para analisar e, se for o caso, negar a proteção em seu território com base no regulamento previsto no Acordo. Após este prazo, caso não haja impedimentos, a denominação de origem é automaticamente considerada protegida nos países membros.

Outro detalhe importante do Acordo está em seu artigo 3º que estabelece a proibição do uso enganoso da denominação de origem protegida, usurpação ou imitação ainda que ressalvada a origem do produto, acompanhada de termos retificativos como “tipo”, “estilo”, “imitação” ou similares para os diversos produtos distinguidos pela denominação de origem, e não somente aos vinhos como previsto no acordo de TRIPS da OMC.

Segundo WIPO (2013), os países membros do Acordo são livres para adotar o seu próprio sistema para designar denominações, quer por decisão judicial ou administrativa, ou ambos. Uma vez cadastrada, a indicação geográfica poderá ser protegida em outros Estados-Membros.

As Partes Contratantes devem proteger a denominação de origem na qual a proteção internacional foi solicitada, salvo se uma das partes contratantes declara, num prazo de um ano, que não pode assegurar a proteção para uma determinada aplicação. O Acordo prevê motivos específicos para a recusa de nomes no Acordo.

A duração da proteção conferida pelo registro internacional é coincidente com a proteção como uma denominação de origem no país de origem.

O Acordo teve o mérito de internacionalizar o conceito de denominação de origem, mas, apesar de ser o instrumento jurídico internacional que maior proteção confere a este ativo da propriedade intelectual, reúne ainda um número pouco expressivo de participantes. Contam-se apenas 28 os países que aderiram ao Acordo de Lisboa até o ano de 2014.

2.2.1.4- Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio (ADIPIC ou TRIPS em inglês)

Mais recentemente, no âmbito da OMC, o acordo de TRIPS (ou ADIPIC) de 1994 – que trata de aspectos da proteção internacional da propriedade intelectual – decorrente da Rodada do Uruguai, em sua Seção 3, dispõe a respeito das indicações geográficas, estabelecendo em seu artigo 22 a proteção das indicações geográficas a qual está definida como sendo:

“Indicações Geográficas são, (...) indicações que identifiquem um produto como originário do território de um Membro, ou região ou localidade deste território, quando determinada qualidade, reputação ou outra característica do produto seja essencialmente atribuída à sua origem geográfica.”

TRIPS pode ser considerado o primeiro tratado multilateral a definir o conceito *strictu*¹⁵ de indicação geográfica. Segundo o relatório EC (2005), a definição de IG em TRIPS expande o conceito de denominação de origem previsto no Acordo de Lisboa ao proteger bens cuja reputação seja atribuída a sua origem geográfica sem a necessidade de comprovação do vínculo entre as qualidades ou características e o meio geográfico. Para ser protegida, segundo TRIPS, uma indicação geográfica precisa ser "uma indicação que identifique um produto como originário de um território (...)", e não necessariamente, o nome de um local geográfico.

Segundo EC (2005), o Acordo TRIPS contém três distinções no nível de proteção:

1. Para as indicações geográficas relativas a todos os produtos,
2. Para vinhos e bebidas espirituosas¹⁶, e
3. Apenas para os vinhos.

1- Um padrão mínimo de proteção para todas as indicações geográficas, seja qual for a natureza do bem ao qual é aplicada, é estabelecida pelo artigo 22 do Acordo. O escopo de proteção é limitado à proibição do uso da IG por produtores não localizados na região designada como indicação geográfica.

2- A proteção adicional pra vinhos e bebidas espirituosas inclui três elementos:

- A provisão dos meios legais para que os interessados evitem o uso de uma indicação geográfica que identifique vinhos e bebidas espirituosas, não originárias do local indicado pela indicação geográfica;
- a possibilidade de recusar ou invalidar o registro de uma marca para vinhos ou destilados que contenha ou consista em uma indicação geográfica para identificação de vinhos ou bebidas espirituosas, a pedido de uma das partes interessadas;
- a chamada para futuras negociações com vista a aumentar a proteção para indicações geográficas para vinhos e bebidas espirituosas.

3- Acordo TRIPS estabelece uma proteção distinta para os vinhos em relação a outros produtos ao enfatizar a necessidade de conceder proteção para cada indicação geográfica de vinhos em caso de indicações homônimas e o estabelecimento de um sistema multilateral de notificação e registro de indicações geográficas para vinhos passíveis de proteção na esfera jurídica dos Membros da OMC participantes no sistema.

¹⁵ Em seu conceito *strictu*, a indicação geográfica não apenas indica a origem de determinado produto como também imputa a este, reputação ou outra característica que pode ser atribuída a sua origem geográfica.

¹⁶ Bebida espirituosa é o termo utilizado no Acordo de TRIPS para designar bebidas destiladas.

2.1.2.5 - Acordos regionais e bilaterais em matéria de IG

Os acordos regionais e bilaterais envolvendo blocos comerciais e países vêm complementar as deficiências dos acordos internacionais referentes à IG muito em razão das assimetrias em relação às definições encontradas nas diversas legislações dos países. Tais diferenças se tonam barreiras para a proteção às IG(s) internacionalmente, o que acaba levando a inclusão do tema nos acordos comerciais entre blocos e países.

Acordos bilaterais da CE

Segundo pesquisado no relatório da EC (2005) e demonstrado no Quadro 01, a CE, como a detentora do maior número de indicações geográficas renomadas no mundo, é também a mais atuante no que se refere à proteção a este ativo de propriedade intelectual por meio de acordos bilaterais.

Quadro 01: Principais acordos bilaterais da CE

| Acordos bilaterais da CE | Ano | Principais pontos do acordo |
|-----------------------------|-------------|---|
| Acordo Wine Australia – CE. | 1994 | O Acordo fornece uma definição de indicações geográficas e limita o âmbito da proteção de nomes especificados no Acordo. Uma condição importante para a proteção ao abrigo do Acordo é o reconhecimento de indicações geográficas no âmbito das leis das partes contratantes. Além disso, o acordo contém disposições relativas ao reconhecimento mútuo de expressões tradicionais. |
| Acordo México - CE | 1997 | Acordo sobre denominações de bebidas espirituosas sob o qual ambas as partes concordaram em conceder proteção às denominações de origem como Tequila e Mezcal, Whisky, Grappa e Conhaque. Os nomes protegidos são especificados nos dois anexos do Acordo. |
| Acordos África do Sul - CE | 1999 e 2002 | No Acordo de Comércio, Desenvolvimento e Cooperação da República da África do Sul prevê proteção aos nomes "port" e "sherry". Em 2002, CE e a África do Sul assinaram dois contratos específicos para a proteção das indicações geográficas para vinhos e destilados. |
| Acordos Chile - CE | 2002 | O Acordo refere-se ao Comércio de Vinhos e ao Acordo sobre o Comércio de Bebidas Espirituosas e bebidas aromatizadas. Ambos contêm disposições em relação às IG e especificam os nomes para a proteção. |
| Acordo Canadá - CE | 2003 | Sobre o comércio de vinhos e bebidas espirituosas. Foi acordado para acabar com a classificação "genérica" no Canadá, de 21 de Denominações de vinhos europeus. Em troca, a CE irá proteger entre outros nomes "Canadian Rye Whisky" como um produto típico do Canadá. |
| EUA - CE | 2006 | O acordo prevê que os EUA modificará sua legislação para limitar o uso de 16 nomes semi-genéricos (Anexo II do Acordo: Borgonha, Chablis, Champagne, Chianti, Claret, Haut Sauterne, Hock, Madeira, Málaga, Marsala, Moselle, Porto, Retsina, Rhine, Sauterne, Sherry e Tokay). O acordo contém listas de nomes de vinhos de qualidade produzidos em especificadas regiões da UE e do EUA, que podem ser usadas como nomes de origem para vinhos apenas para designar os produtos com a origem indicada por cada um desses nomes (Artigo 7º do Acordo). |

Fonte: EC (2005)

Organização Africana da Propriedade Intelectual - OAPI

A Organização Africana da Propriedade Intelectual (OAPI) é parte integrante tanto da Convenção de Paris como de TRIPS. Burkina Faso, Congo, Gabão e Togo também são partes do Acordo de Lisboa.

Comunidade Andina

Na América do Sul, o Tratado de Livre Comércio da Comunidade Andina que congrega os países: Bolívia, Colômbia, Equador, Peru e Venezuela, prevê a proteção às IG(s) na norma 486 de 01/12/2000. A norma da Comunidade Andina refere-se ao regime comum sobre propriedade industrial e em seu título XII dispõe sobre a proteção às Indicações Geográficas, estabelecendo definição para as denominações de origem e indicações de procedência. O Peru é o único representante da Comunidade Andina (e também da América do Sul) a participar do Acordo de Lisboa para a proteção às denominações de origem. (WIPO, 2013)

Acordo do Mercosul

Um Acordo de especial relevância para o caso brasileiro foi o Acordo do Mercosul que em seu Protocolo de Harmonização de Normas sobre Propriedade Intelectual, em matéria de Marcas, Indicações de Procedência - IP e Denominações de Origem – DO. Assinado em 05 de agosto de 1995, o protocolo define os conceitos da propriedade industrial no mercado comum, e a obrigação em se proteger as Indicações de Procedência e as Denominações de Origem. Conforme o art. 19 do Protocolo:

“1) Os Estados Partes comprometem-se a proteger reciprocamente suas indicações de procedência e suas denominações de origem.”

“2) Considera-se indicação de procedência o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que seja conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço.”

“3) Considera-se denominação de origem o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produtos ou serviços cujas qualidades ou características devam-se exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais ou humanos.”

O Acordo do Mercosul merece uma atenção especial devido ao fato de ter influenciado o texto da LPI/96 no que se refere ao seu título IV referente às Indicações Geográficas.

O protocolo previa a harmonização das definições e obrigações referentes à proteção da propriedade intelectual no bloco baseada nas normas e princípios da Convenção de Paris

para a Proteção da Propriedade Industrial (Ata de Estocolmo de 1967) e o Acordo sobre os Aspectos da Propriedade Intelectual relacionados com o Comércio (1994).

Em suas disposições gerais, os Estados Partes garantiriam uma proteção efetiva à propriedade intelectual em matéria de marcas, indicações de procedência e denominações de origem, assegurando, no mínimo, a proteção derivada dos princípios e normas enunciados no Protocolo, podendo, no entanto, cada país membro conceder proteção mais ampla, desde que não seja incompatível com as normas e princípios dos Tratados mencionados no referido Protocolo. Observa-se nas definições de IP e DO do Protocolo de Harmonização do MERCOSUL¹⁷ uma extensão da proteção às atividades de serviços, o que confere ao protocolo uma ampliação a ramos de atividades não previsto no Acordo de TRIPS que prevê apenas a proteção à produtos.

Acordos de Livre Comércio

Além disso, tornou-se comum a incorporação de disposições para a proteção de IG em acordos de livre comércio. Exemplos incluem o Livre Comércio da América do Norte, Acordo entre Estados Unidos, Canadá e México (1992), Acordo de Livre Comércio entre México e Chile (1998), o Acordo de Livre Comércio entre os Estados Unidos e Jordânia (2001), entre a Bolívia e México (1994), entre o Canadá e Chile (1996), entre a UE e México (1995), entre a UE e África do Sul, entre o Canadá e Chile (2001) e entre UE e Chile (2002). EC (2005)

2.3 – INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS NO ÂMBITO DA COMUNIDADE EUROPEIA

Sem dúvida a Europa, como precursora do conceito de indicação geográfica, apresenta o modelo de proteção e valorização de IG(s) considerado mais avançado do mundo, o que torna a legislação da CE sobre o assunto interessante em termos comparativos.

Conforme Locatelli (2008), inicialmente, muitos Estados Membros da CE, conscientes dos benefícios econômicos advindos da proteção às indicações geográficas, constituíram unilateralmente regulamentos protegendo suas IG(s), o que levou à restrições a estrada de produtos de outros Estados Membros. De forma a solucionar as controvérsias existentes entre as diferentes legislações nacionais, o Tribunal de Justiça da Comunidade Europeia começou a se manifestar acerca da proteção jurídica comunitária das indicações geográficas dos países

¹⁷ A Argentina em 2006 e o Paraguai em 2013, modificaram suas legislações internas visando adequá-las ao acordo de TRIPS no que se refere a definição de indicação geográfica (no sentido *stricto* de TRIPS).

membros. Neste contexto, surgem as primeiras regulamentações no nível comunitário referente à proteção e valorização das indicações geográficas dentro CE.

No que tange a proteção às IG(s) na CE, Locatelli (2008) observa que o objeto da proteção tem no consumidor seu maior beneficiário ao proteger a informação veraz quanto à origem e a qualidade implícita aos produtos originários de certas regiões, assim como a proteção aos direitos dos titulares das indicações geográficas ao uso exclusivo do sinal distintivo aos que fizerem por merecer.

Conforme Locatelli (2008), as normativas da CE atuam como um sistema uniforme, com a finalidade de substituir as normativas nacionais buscando facilitar e favorecer a livre circulação de mercadorias no bloco. Desde 1992, nomes geográficos relacionados a produtos agrícolas podem ser objeto de proteção por indicações geográficas dentro da CE. (GONÇALVES, 2008)

2.3.1 - Os registros de DOP e IGP para produtos agroalimentares

Segundo EC (2005), dois regulamentos foram adotados na CE em 1992, nomeados como Regulamento (CEE) n°2081/92 relativo às indicações geográficas protegidas (IGP) e as denominações de origem protegidas (DOP) dos produtos agrícolas e gêneros alimentícios, e o Regulamento (CEE) n ° 2082/92 relativo aos certificados de especificidade dos produtos agrícolas e alimentos, refletindo a necessidade de se adaptar às mudanças de atitude dos produtores e dos consumidores.

O objetivo do Regulamento (CEE) n ° 2081/92 é a proteção dos nomes, enquanto o objetivo do Regulamento (CEE) n ° 2082/92 é a proteção de receitas tradicionais. As duas proteções visam beneficiar o produtor com a possibilidade de individualizar produtos, o consumidor com a proteção contra o uso indevido de nomes, as localidades com o aumento da diversificação da produção agrícola e o desenvolvimento das zonas rurais.

O Regulamento (CEE) n ° 2081/92 estabelecia uma distinção entre duas categorias de nomes protegidos: denominações de origem e indicações geográficas. A distinção entre as duas categorias depende de quão perto o produto está ligado à área geográfica que tem o nome. O regulamento também define o conceito de nomes genéricos, que não podem ser protegidos.

Segundo o regulamento (CEE) n° 2081/92, a denominação de origem protegida é para produtos estritamente associados ao nome da área que o designam. Para poder beneficiar-se de uma denominação de origem protegida (DOP), um produto deve atender a duas condições:

- a qualidade ou características do produto deve ser essencial ou exclusivamente, ao determinado ambiente geográfico do lugar de origem; o meio geográfico é levado para incluir fatores naturais e humanos, como o clima, qualidade do solo, e know-how local;

- a produção e processamento de matérias-primas, até à fase de produto acabado, devem ter lugar na área geográfica cujo nome é utilizado nos produtos.

Deve, portanto, haver uma relação objetiva e muito estreita entre as características do produto e a sua origem geográfica.

A indicação geográfica protegida (IGP), conforme Regulamento (CEE) n° 2081/92, também designa os produtos ligados à região, cujo nome é utilizado por estes produtos; mas a ligação entre o produto e a sua área geográfica de origem é de uma natureza diferente da encontrada em um produto com DOP. Para poder se beneficiar de uma indicação geográfica protegida um produto deve atender a duas condições:

- deve ter sido produzido na área geográfica que tem o nome. Ao contrário da denominação de origem protegida, basta que uma das fases de produção ocorreu na área definida. Por exemplo, as matérias-primas usadas na produção podem ter vindo de uma outra região;

- deve haver também uma relação entre o produto e a área que dá seu nome. No entanto, esta função não necessita de ser, como no caso da designação de origem, essencial ou exclusiva protegida, mas permite uma ligação objetiva mais flexível. É suficiente que uma determinada qualidade, reputação ou outra característica ser atribuída à sua origem geográfica.

Sob as regras para indicações geográficas protegidas, a ligação pode consistir simplesmente na reputação do produto, se deve a sua reputação à sua origem geográfica. Neste caso, as características reais do produto não é o fator determinante para o registro; é suficiente para que o nome do produto para desfrutar de uma reputação individual com base especificamente sobre a sua origem no momento em que o pedido de registo é apresentado.

Essas regras são baseadas na ideia de que uma indicação geográfica merece proteção, ainda que não se possa provar que o produto deve as suas características especiais para a sua região de origem. A indicação pode ser considerada como um fator vital na criação e manutenção de uma relação entre os clientes e os fornecedores.

O regulamento faz menção a nomes genéricos como nomes que não são passíveis de proteção como IGP ou DOP por se constituírem em nomes que não mais identificam seu lugar de origem pois perderam tal distintividade tornando-se nomes comuns para designar produtos.

Em 2006, a CE realizou uma alteração na definição de toda a estrutura das indicações geográficas comunitárias, e especialidades tradicionais muito em função da necessidade de adequação às definições do acordo de TRIPS da OMC. No caso das especialidades tradicionais garantidas dos produtos agrícolas e dos gêneros alimentícios – ETG, passou-se a vigorar o regulamento (CE) 509/2006 de 20/03/2006 do Conselho. No caso das indicações geográficas passou a vigorar o Regulamento do Conselho n. 510/2006.

Primeiramente, no caso das IG(s), a legislação foi estabelecida para contemplar os produtos agroalimentares, por meio do Regulamento do Conselho n. 510/2006 e do Regulamento da Comissão n.1898/2006. Em um segundo momento, essa lógica foi estendida para bebidas espirituosas, por meio do Regulamento do Parlamento e do Conselho nº 110/2008 e, para vinhos, no âmbito do Regulamento do Conselho nº 479/2008 e do Regulamento da Comissão n. 607/2009. O objetivo era construir um reconhecimento comunitário das indicações geográficas, por meio de um registro comunitário na Comissão de Agricultura, no que se refere a produtos agroalimentares, vinhos e destilados. Os produtos não agrícolas não tiveram, até o presente momento, uma regulamentação comunitária como essa. Assim, no âmbito europeu, consolidou-se a IGP (Indicação Geográfica Protegida) e a DOP (Denominação de Origem Protegida) para vinhos, produtos agrícolas e alimentos, sendo que, para bebidas espirituosas, apenas IGP (BRUCH, 2011).

O regulamento CE nº 510/2006, dispõe sobre a proteção às indicações geográficas e denominações de origem de produtos agrícolas e dos gêneros alimentícios na CE. Abaixo, são apresentadas as definições para às IGP e DOP segundo o regulamento CE 510/2006:

a) Denominação de Origem Protegida - DOP: refere-se ao nome de uma região, de um local determinado ou, em casos excepcionais, de um país, que serve para designar um produto agrícola ou um gênero alimentício:

- originário dessa região, desse local determinado ou desse país,
- cuja qualidade ou características se devem essencial ou exclusivamente a um meio geográfico específico, incluindo os fatores naturais e humanos, e
- cuja produção, transformação e elaboração ocorrem na
- área geográfica delimitada;

b) Indicação geográfica protegida - IGP: refere-se ao nome de uma região, de um local determinado ou, em casos excepcionais, de um país, que serve para designar um produto agrícola ou um gênero alimentício:

- originário dessa região, desse local determinado ou desse país, e

- que possui determinada qualidade, reputação ou outras características que podem ser atribuídas a essa origem geográfica, e
- cuja produção e/ou transformação e/ou elaboração ocorrem na área geográfica delimitada.

São igualmente consideradas denominações de origem ou indicações geográficas as denominações tradicionais, geográficas ou não, que designem um produto agrícola ou um género alimentício que satisfaçam as condições previstas no regulamento CE510/2006.

O Gráfico 02 representa a distribuição dos registos de indicações geográficas na CE que perfazem um total de 1201 registos computados até novembro de 2014.

Verifica-se que os países líderes no registo de indicações geográficas (DOP mais IGP) para produtos agroalimentares são os países latinos europeus: Itália, França, Espanha e Portugal, seguidos por Grécia, Alemanha e Reino Unido. O percentual referente a “outros” está pulverizado em 19 países incluindo 4 países não europeus (China, Colômbia, Índia, Vietnã)

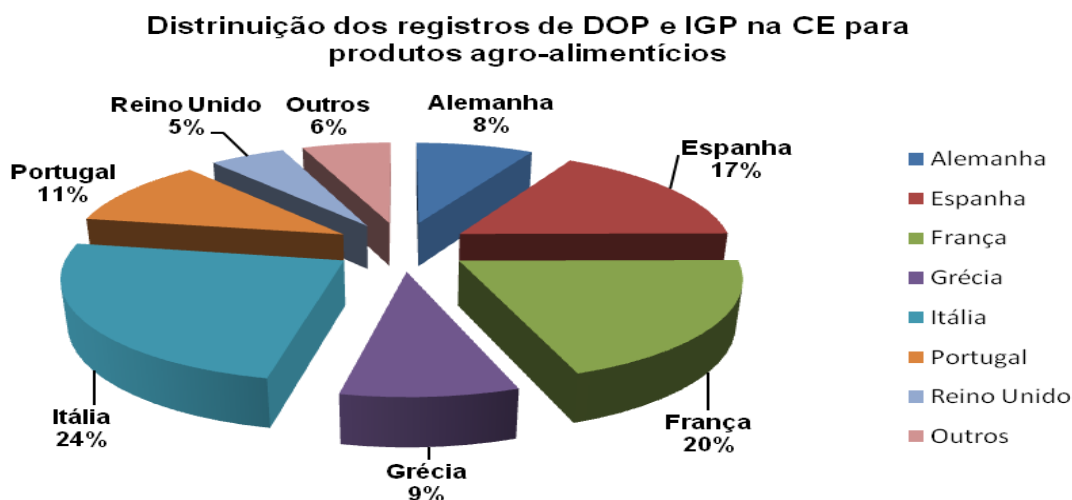


Gráfico 02: Distribuição dos registos de DOP e IGP para produtos agroalimentares na CE (2014)
 Fonte: Database of Origin and Registration - DOOR (2014)

As solicitações de registo para DOP, IGP, assim como para ETG, são efetuadas na comissão de agricultura da CE após terem sido submetidas às autoridades nacionais competentes. No nível comunitário, as solicitações são examinadas, publicadas para manifestação de interessados e em caso de aceitação a solicitação é aprovada e registrada na CE. Para os casos de oposição, são considerados os argumentos das partes antes da decisão da

Comissão competente. A Figura 01 esquematiza os procedimentos de registro de IGP, DOP e ETG na CE.

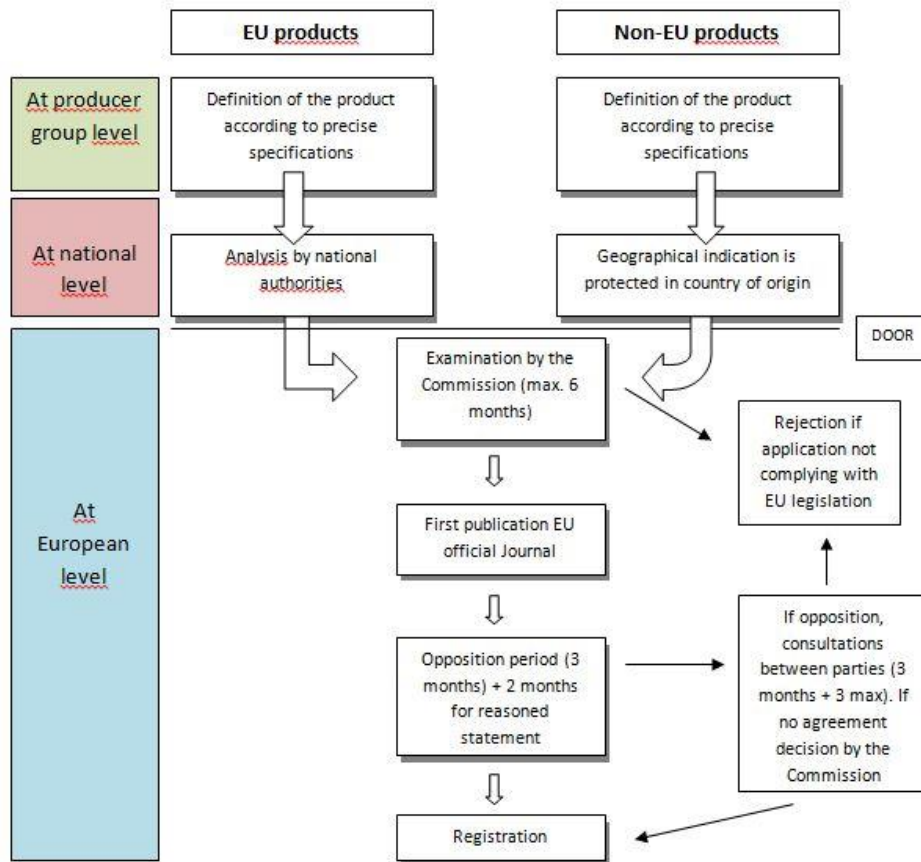


Figura 01: Fluxograma dos procedimentos de registros DOP, IGP e ETG na CE
Fonte: Database of Origin and Registration - DOOR (2014)

2.3.2- A proteção às IG(s) para vinhos e bebidas espirituosas

Segundo IPR2 (2011), o setor vinícola na Europa, devido a sua importância e tradição, apresenta uma legislação distinta dos produtos agroalimentares. No caso de produtos vinícolas, vários regulamentos foram criados no intuito de regulamentar a produção e a comercialização deste produto no âmbito comunitário entre outras sobre as indicações geográficas de produtos vinícolas.

Conforme IPR2 (2011), vários atos que regulam as designações de produtos para os vinhos e aguardentes foram adotadas ao longo dos anos no nível da CE. Por exemplo, os Regulamentos do Conselho 817/70, 338/79, 823/87, 1493/1999 e do Regulamento 1607/2000 estabeleceram regras e normas para "Vinhos de qualidade produzidos em regiões determinadas". A Comissão de Regulação 2133/74, 2392/89, 3201/1990, 881/98 e 753/2002

tratava do uso de nomes geográficos para vinhos e o Regulamento 1576/89 lista os nomes geográficos permitidas para bebidas espirituosas¹⁸.

Antes de 2008 não havia disposições legais especiais na UE em relação as IG(s) para vinhos ou aguardentes. Várias leis nacionais regulamentavam esta área. No entanto, semelhante ao sistema de registro e proteção das IGP e DOP para os produtos agrícolas e alimentos, regras específicas sobre o registro de indicações geográficas para vinhos e bebidas espirituosas na União Europeia foram estabelecidas através dos Regulamento 479/2008 de 29 de Abril de 2008 e do Regulamento 110/2008 do Parlamento Europeu e do Conselho relativo à definição, designação, apresentação, rotulagem e a proteção das indicações geográficas das bebidas espirituosas.

Em 2007, uma nova regulamentação da CE foi introduzida, substituindo todos os 21 regulamentos existentes em separados, estabelecendo organizações comuns de mercados para diferentes produtos agrícolas (incluindo vinho). O regulamento 1234/2007 entrou em vigor em 01 de Janeiro de 2008 (o chamado Regulamento comunitário único).

As disposições sobre o IGP e DOP tiveram que ser incorporadas ao Regulamento comunitário. Como consequência desta reforma legal, o Regulamento 479/2008 de 29 de abril de 2008, foi revogado pelo Regulamento 491/2009 de 25 de Maio de 2009 que altera o Regulamento 1234/2007 que estabelece uma organização comum dos mercados agrícolas e disposições específicas para certos produtos agrícolas.

O regulamento 753/2002 de 29 de Abril de 2002, relativo à designação, denominação e proteção de determinados produtos vitivinícolas, continua a aplicar e regular as questões de apresentação dos vinhos de IG(s).

O regulamento 110/2008 do Parlamento Europeu e do Conselho relativo à definição, designação, apresentação, rotulagem e proteção das indicações geográficas das bebidas espirituosas fornece procedimento de registro específico para a proteção das indicações geográficas para os espíritos e, portanto, é fundamental para o sector das bebidas espirituosas.

O Capítulo III do Regulamento 110/2006 particularmente lida com indicações geográficas. As bebidas espirituosas são classificadas de acordo com as definições

¹⁸ Segundo a Federação espanhola de Bebidas Espirituosas (FEBE) são consideradas “bebidas espirituosas” as bebidas alcoólicas produzidas pela destilação de matérias-primas agrícolas (uvas, cereais, nozes, beterraba, cana de açúcar, frutas, etc.). Trata-se, portanto, de produtos, como conhaque, uísque, rum, gin, vodka, licor, entre outros. O termo “espirituosas”, ao contrário da crença popular que remete ao fato da bebida elevar e alegrar o espírito, vem da palavra "espírito" que se refere ao "vapor que exala do vinho e bebidas alcoólica ". A causa deste vapor é o etanol, a "alma" de bebidas alcoólicas.

estabelecidas no anexo II do regulamento (como rum, uísque, conhaque, vodka, licor, aguardente de frutos e outros; existem 46 categorias no total). A utilização dos nomes é restrito às bebidas especificadas, tal como definido no mesmo anexo. As bebidas espirituosas que não cumpram as especificações estabelecidas para os produtos definidos no anexo citado, não podem exibir os nomes atribuídos a esses produtos, e devem ostentar a denominação de venda "bebida espirituosa". A Autoridade Competente na CE é a Comissão das Comunidades Europeias situadas em Bruxelas.

O procedimento de registo para as IGP e DOP de vinhos e bebidas espirituosas é idêntico ao procedimento delineado para os produtos agrícolas e dos géneros alimentícios. A única diferença são os documentos a serem apresentados para exame, visto que os requisitos para vinhos e bebidas espirituosas são diferentes e incluem especificação técnicas (com uma descrição do vinho, demarcação da área geográfica, o rendimento máximo por hectare, a indicação da casta ou castas do vinho).

Todos os produtos vitivinícolas de IG e espirituosos registrados estão sujeitos a controles para garantir que os requisitos do caderno de especificações registado sejam atendidos.

O regulamento europeu sobre Denominação de Origem Protegida e Indicação Geográfica Protegida prevê que a verificação da conformidade com as especificações, antes de colocar o produto no mercado, é garantida por um organismo que pode ser um organismo público ou um organismo privado (organismos de controle privados são obrigados a se credenciar na Norma Europeia EN45011).

Segundo dados do banco de dados da Comissão de Agricultura e Desenvolvimento Rural, E-BACCHUS em 2014, estavam registrados um total de 2883 nomes de indicações geográficas para vinhos na CE. Conforme distribuição esquematizada no Gráfico 03, deste total, 1750 são referentes a registros de indicações geográficas de países membros da CE, sendo 1290 DOP e 459 IGP. Países terceiros à CE possuem 1133 registros para vinhos sendo 696 como nomes de origem, 435 como indicação geográfica e 02 como denominação de origem protegida (Brasil e EUA possuem um registro cada).

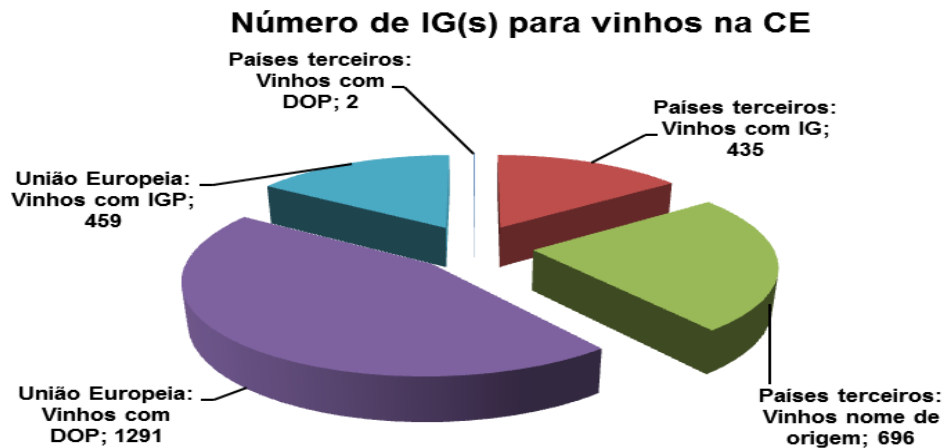


Gráfico 03: Distribuição dos registros de indicações geográficas na CE para vinhos
 Fonte: Adaptado de CE- Agricultura e Desenvolvimento Rural - E-BACCHUS (2014)

2.3.3 – A Política Agrícola Comum da CE e as IG(s)

O caso europeu é exemplar com relação aos benefícios advindos de uma política de promoção das indicações geográficas. Possuindo a maior parte das indicações geográficas protegidas no mundo e sendo defensora desse modelo, a CE estabeleceu programas que incluem ações de informação e promoção de indicações geográficas no mercado interno e em países terceiros. O êxito desses programas tem se refletido num maior valor agregado a produtos de indicações geográficas dos países-membros, no mercado doméstico e no internacional (MASCARENHAS; WILKINSON, 2014).

No âmbito dos países de economia avançada, principalmente na CE, a promoção às IG(s) é justificada tanto como política pública de apoio à agricultura, quanto como estratégia de penetração em novos mercados. As políticas públicas que envolvem a promoção das IGs na UE se baseiam na premissa de que há uma relação simbiótica entre proteção de origem e promoção do desenvolvimento local no contexto de um crescente interesse dos consumidores pelos aspectos qualitativos dos alimentos (MASCARENHAS; WILKINSON, 2014).

Após a segunda grande guerra, os Estados europeus em um esforço de recuperação de suas economias, viam na união entre seus Estados, uma forma de iniciar uma reestruturação visando retomada do desenvolvimento da região.

Para garantir uma independência alimentar em face do mercado externo, assegurando preços razoáveis para os produtores e os consumidores, era preciso estabelecer um modelo comum baseado em três elementos: um regime de preços comuns, mecanismos de sustentação

de preços no mercado e um sistema de proteção desse mercado comum em face dos países terceiros.

Dessa forma, em 1958, elabora-se a Política Agrícola Comum (PAC), a primeira política construída no âmbito da Comunidade Europeia (CE). A PAC entra em vigor em julho de 1962. Seu objetivo principal é financiar a produção agrícola, para garantir o abastecimento e a autossuficiência de alimentos e garantir a continuidade da agricultura na Europa. Para uma melhor regulação do sistema agrícola, foram criadas Organizações Comuns de Mercado (OCM) para os principais produtos, como leite, carne e cereais, com a finalidade de auxiliar na reconstrução da cadeia produtiva e na distribuição dos recursos financeiros (BRUCH, 2011). O Quadro 02 apresenta os principais marcos da Política Agrícola Comunitária até 2013.

Quadro 02 – Marcos da política agrícola europeia

| Ano | História da política agrícola europeia |
|------|---|
| 1957 | O Tratado de Roma institui a Comunidade Econômica Europeia (precursora da atual UE) entre seis países da Europa Ocidental. |
| 1962 | Início da política agrícola comum. A PAC é concebida como uma política comum, com o objetivo de assegurar a produção de alimentos a preços acessíveis aos cidadãos da UE e um nível de vida justo aos agricultores. |
| 1984 | A PAC é vítima do seu próprio êxito. As explorações agrícolas tornam-se tão produtivas que produzem mais alimentos do que os necessários. Os excedentes são armazenados e geram «montanhas» de alimentos. São introduzidas medidas destinadas a aproximar mais os níveis de produção às necessidades do mercado. |
| 1992 | O âmbito da PAC passa do apoio ao mercado para o apoio aos produtores. O apoio aos preços diminui e é substituído por ajudas diretas aos agricultores, que são incentivados a adotar métodos respeitadores do ambiente. Esta reforma coincide com a Cimeira da Terra de 1992, realizada no Rio de Janeiro, que introduz o princípio do desenvolvimento sustentável. |
| 2003 | A PAC apoia o rendimento. Uma nova reforma da PAC põe termo à correlação entre subvenções e produção. Os agricultores passam a receber um apoio ao rendimento, desde que cuidem das terras agrícolas e preencham determinados requisitos em matéria de ambiente, bem-estar animal e segurança dos alimentos. |
| 2013 | A PAC sofre uma reforma que visa reforçar a competitividade do setor, fomentar a agricultura sustentável e a inovação e apoiar o crescimento e o emprego nas zonas rurais. |

Fonte: Adaptado de CE (2014, p.5)

Conforme CE (2014), a PAC tem como principais objetivos, melhorar a produtividade agrícola, para que seus consumidores disponham de um abastecimento estável de alimentos a preços acessíveis e garantir um nível de vida razoável aos agricultores da UE. Nos 28 Estados-Membros os setores agrícola e alimentar fornecem 7% do emprego e geram 6% do produto interno bruto da UE.

Em algumas regiões da Europa, onde a agricultura é especialmente difícil (zonas montanhosas, com relevo acidentado e/ou zonas remotas) é importante manter vivas as comunidades locais. A PAC disponibiliza fundos para garantir que as comunidades rurais das

zonas vulneráveis se mantêm em boas condições econômicas e não desaparecem gradualmente. (CE, 2014)

No âmbito dos programas de desenvolvimento rural, a chamada “abordagem LEADER¹⁹” incentiva as populações a dar resposta aos desafios impostos à agricultura local.

Contribui-se, deste modo, para evitar o êxodo rural devido à escassez de emprego e às elevadas taxas de desemprego. Mantêm-se e melhoram-se serviços públicos, como as escolas e os centros de saúde, dando às pessoas boas razões para continuarem a viver no campo e aí criarem os seus filhos.

A PAC procura, cada vez mais, ajudar os agricultores a reforçar a sua posição negocial face aos outros intervenientes na cadeia do setor alimentar. A UE ajuda os agricultores incentivando a constituição de organizações de produtores, que permitem aos agricultores agruparem-se de modo a poderem vender os seus produtos em conjunto e adquirirem, assim, maior poder comercial na cadeia do setor alimentar;

Segundo Anjos *et al* (2013), antes da década de 80, o desenvolvimento agrícola e rural na Europa ocorreu visando exclusivamente o incremento na produtividade, o que conduziria, inevitavelmente, à melhoria das rendas agrárias e, conseqüentemente, ao bem-estar do conjunto dos agricultores e das pessoas residentes nos espaços rurais. Porém, o resultado mais evidente consistiu no aumento das desigualdades socioeconômicas entre os países e, inclusive, dentro dos próprios países. Somente a partir da segunda metade dos anos 1990 que se começa a avançar na consolidação de uma política europeia de desenvolvimento, por meio da criação dos Programas LEADER e PRODER²⁰. Assim, se a etapa anterior esteve associada ao paradigma da modernização agrária e da centralidade da agricultura enquanto objeto do financiamento comunitário, a etapa posterior é marcada pelo paradigma da multifuncionalidade, no qual se passa a considerar que o espaço rural deve incorporar outros papéis (turismo, proteção à biodiversidade etc.) (ANJOS *et al*, 2013).

A ideia da diversificação supõe o incentivo às atividades não agrícolas e a pluriatividade dos estabelecimentos, ao turismo rural e à criação de pequenas empresas. A geração de empregos, o incentivo à inovação e o resgate de saberes figuram como elementos de destaque no balanço sobre os êxitos das iniciativas LEADER.

¹⁹ LEADER - Ligações entre Ações para o Desenvolvimento da Economia Rural - constitui uma das quatro iniciativas financiadas pelos Fundos Estruturais da UE e tem em vista ajudar os agentes do mundo rural a considerar as potencialidades a longo prazo das respectivas regiões.

²⁰ PRODER – Programa de Desenvolvimento Rural na UE

É justamente nesse contexto que ganha relevo a estratégia de fortalecimento aos produtos com identidade cultural, como é precisamente o caso das indicações geográficas em toda sua riqueza e diversidade. Nesse contexto, a agregação de valor aos produtos é vista como uma via capaz de resgatar os vínculos com o território e fortalecer a identidade sociocultural dos grupos envolvidos (ANJOS *et al.*, 2013).

2.3.3.1 – Signos de propriedade intelectual no PAC

Os signos de propriedade intelectual coletiva, representados na Figura 02, compõem uma importante ferramenta de política de desenvolvimento rural dentro do PAC. De forma a garantir a qualidade e sinalizar ao consumidor os valores do território, a CE estabeleceu um sistema de selos utilizados na rotulagem de produtos de origem protegidos.



Figura 02 - Sistema europeu de qualidade para designar produtos com características específicas, especialmente para os produtos ligados a uma área geográfica, existem duas menções: denominação de origem protegida (DOP) e indicação geográfica protegida (IGP).

Fonte: EC – Agriculture and Rural Development (2014).

Conforme CE (2014), os seguintes sistemas comunitários incentivam a produção agrícola diversificada, protegem os nomes de produtos do uso indevido e sua imitação e dando informações relativas às características específicas dos produtos:

- Denominação de Origem Protegida - DOP: abrange produtos agrícolas e dos gêneros alimentícios que são produzidos, processados e industrializados em uma área geográfica delimitada com reconhecido know-how.
- Indicação Geográfica Protegida - IGP: abrange os produtos agrícolas e gêneros alimentícios estreitamente ligados à área geográfica. Pelo menos uma das etapas de produção, processamento ou preparação tem lugar na área.
- Especialidade Tradicional Garantida²¹ - TSG: destaca o caráter tradicional, quer na composição ou meios de produção.

²¹ A Especialidade Tradicional Garantida - TSG não é considerada indicação geográfica por não ser obrigatório o vínculo com a área geográfica.

A Denominação de Origem Protegida designa produtos alimentares inteiramente produzidos numa região determinada, graças a um saber reconhecido e com ingredientes da região, e cujas características estão ligadas à sua origem geográfica. Entre eles contam-se muitos queijos (como o «*Queso Manchego*» ou o «*Feta*»), produtos de charcutaria («*Prosciutto di S. Daniele*»), azeite («*Umbria*», «*Kalamata*», «*Montoro-Adamuz*»), frutos e produtos hortícolas e, naturalmente, muitos vinhos.

A Indicação Geográfica Protegida designa produtos alimentares cuja qualidade ou reputação está ligada a uma região, na qual se efetua, pelo menos, uma fase de produção. Entre eles contam-se cervejas («*Münchener Bier*», «*Ceskobudejovické Pivo*», etc.), carnes («*Scotch Beef*», muitas aves de capoeira francesas, etc.), produtos de padaria ou da pesca (nomeadamente, o «*Scottish Farmed Salmon*»).

As Especialidades Tradicionais Garantidas referem-se a receitas e modo de preparo de alimentos tradicionais, não sendo considerada indicação geográfica por não estar, necessariamente, vinculada a um território em particular.

Esses signos coletivos fazem parte da política de incentivos e proteção a produção de produtos agroalimentares assim como a produção e comercialização de vinhos e bebidas espirituosas além de proporcionar ao consumidor qualidade de informação acerca da origem dos produtos comercializados na CE.

O regime DOP/IGP no PAC

Conforme CE (2008), a regulamentação comunitária relativa às DOP/IGP prevê a proteção no nível da CE das denominações dos produtos agrícolas e dos gêneros alimentícios que têm uma relação estreita com a sua região geográfica de produção. Conforme o relatório de avaliação de medidas da PAC relativas à DOP e IGP:

“Um pedido de registo de um produto DOP ou IGP deve incluir um caderno de especificações contendo pelo menos a descrição do produto, a descrição do método de produção e a delimitação da área geográfica onde é produzido. Além disso, devem ser apresentados no pedido os elementos que justificam que determinada qualidade, a reputação ou outra característica associada ao produto está relacionada com a região de produção. Após o registo de uma denominação, todos os produtores que cumpram as especificações do produto e que sejam controlados por um organismo de controle ou pelas autoridades nacionais podem usar essa denominação.” (CE, p.2, 2008)

Organismos administrativos dos Estados-Membros zelam pelo cumprimento do estabelecido nos cadernos de especificações e pela proteção das denominações e dos direitos exclusivos de utilização pelos produtores que cumprem os compromissos estabelecidos. Para tanto, cada membro da CE dispõe em sua legislação nacional de mecanismos necessários à

proteção às IGP e DOP. Na maioria dos casos, os países membros elaboraram dispositivos de proteção *sui generis*²² complementados por registros de propriedade industrial. Países como Portugal²³ e França²⁴, por exemplo, possuem legislação específica no nível de seus ministérios afins aos produtos no que se refere ao controle e fiscalização das condições estabelecidas para a produção e comercialização de produtos distinguidos por IG, complementados por legislação de propriedade industrial que visa proteger as denominações dos locais ou denominações tradicionais, através de registro específico. Outros países não possuem legislação específica e protegem as denominações através de legislações que preveem a repressão as falsas indicações e a concorrência desleal como é o caso da Alemanha, do Reino Unido entre outros (IPR2, 2011).

2.4 – LEGISLAÇÃO BRASILEIRA EM MATÉRIA DE INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS

O Brasil, tradicionalmente, sempre esteve presente entre os primeiros países participantes de acordos internacionais relativos à proteção à propriedade intelectual. Foi um dos doze países a celebrar a Convenção da União de Paris e um dos primeiros a aderir ao Acordo de Madri em 1861, assim como, em tempos mais recentes, internalizou o acordo de TRIPS da OMC.

Desde os primeiros acordos internacionais referentes à propriedade intelectual, observa-se, por parte do legislador nacional, a preocupação com a repressão às falsas indicações de procedência (ou proveniência), principalmente por pressão de países produtores tradicionais de vinhos e destilados. A repressão às falsas indicações de procedência (ou proveniência) pode ser considerada como uma forma inicial de proteção ao que hoje se convencionou chamar de indicações geográficas.

Para corroborar com a afirmação acima, verifica-se que, no decreto nº 16.254 em 1923, baseado no Acordo e Madri, foram tomadas, entre outras medidas de proteção à propriedade industrial, a repressão às falsas “indicações de proveniência”.

²² Cujas proteção não pode ser considerada como direito de autor nem propriedade industrial. Geralmente a proteção ocorre por intermédio de lei específica. Ver mais em: www.inovacao.ufpr.br

²³ O código de propriedade industrial Português prevê a proteção das IGP e DPO em seu Decreto-Lei nº 36/2003 e alterações. Disponível em www.inpi.pt

²⁴ Na França, a legislação prevê a proteção às *indications géographiques* pelo registro no INPI francês. Ver mais em: <http://www.inpi.fr/fr/indications-geographiques.html>

O decreto nº 24.507 criou no Brasil, em 1934, o Departamento de Propriedade Industrial que passou a considerar, entre outras medidas, a repressão às falsas indicações de procedência como uma das formas de combate à concorrência desleal.

O decreto-lei nº 7.903 publicado em 1945 estabeleceu o Código de Propriedade Industrial (CPI) abordando, entre outras questões, o requisito de notoriedade do conhecimento do lugar para efeito de definição para indicação de proveniência. O art. 100 da seção IV da CPI definiu como indicação de proveniência a 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. Tal definição tinha como propósito evitar a concessão de marcas para tais indicações.

A Lei nº 5772 de 21 de dezembro de 1971 instituiu o Código da Propriedade Industrial - CPI/71 e criou o Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI. A seção VI “Das Indicações de Procedência” traz a definição de lugar de procedência em seu art. 70:

“art. 70 - Para efeito deste Código, considera-se lugar de procedência o nome de localidade, cidade, região ou país, que seja notoriamente conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinada mercadoria ou produto, ressalvando o disposto no art.71.”

O inciso 9 do art. 65 da CPI/71, dispõe sobre a proibição do registro como marca do nome ou indicação de lugar de procedência:

“Art.65 – Não são registráveis como marca:
9) nome ou indicação de lugar de procedência, bem como a imitação suscetível de confusão;”

Verifica-se portanto que o conceito de indicação de procedência ou proveniência já estava incorporado a legislação nacional desde do início do século XX.

A fim de conformar a legislação brasileira às disposições do Acordo TRIPs, foi elaborado um novo marco jurídico interno, a Lei de Propriedade Industrial nº 9.279/96 (LPI/96) que, dentre outros temas, passou a definir e prever o registro de indicações geográficas nas condições estabelecidas pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial.

2.4.1 - Lei 9279 de 14 de maio de 1996 – LPI/96

A Lei da Propriedade Industrial, consequência da adesão do país ao acordo de TRIPS de 1994, estabeleceu em seu artigo 2º que a proteção dos direitos relativos a propriedade industrial, considerando o seu interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País, efetua-se mediante a concessão de patentes de invenção e modelos de utilidade,

concessão de registros de desenhos industriais, concessão de registro de marcas, repressão às falsas indicações geográficas e repressão à concorrência desleal.

Desta forma, o título IV da LPI/96 introduz o conceito de indicações geográficas de forma ampla, estabelecendo no parágrafo único do art. 182 a possibilidade de registro de nomes geográficos de forma a proporcionar um instrumento legal à repressão às falsas indicações geográficas, até então, inexistente nas leis anteriores.

A LPI/96, em seu artigo 176, estabeleceu como indicações geográficas a indicação de procedência ou a denominação de origem.

Segundo a LPI/96, o art. 177 define indicação de procedência da seguinte forma:

“Considera-se como 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.”

O art. 178 define denominação de origem:

“Considera-se como denominação de origem, o nome geográfico de um país, região ou uma 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.”

Os art. 179 a 181 define os limites da proteção do nome geográfico:

“Art. 179. A proteção estender-se-á à representação gráfica ou figurativa da indicação geográfica, bem como à representação geográfica de país, cidade, região ou localidade de seu território cujo nome seja indicação geográfica.”

“Art. 180. Quando o nome geográfico se houver tornado de uso comum, designando produto ou serviço, não será considerado indicação geográfica.”

“Art. 181. 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.”

O art. 182 estabelece os beneficiários e as condições para o uso da IG:

“O uso da indicação geográfica é restrito aos produtores e prestadores de serviços estabelecidos no local, exigindo-se ainda, em relação às denominações de origem, o atendimento de requisitos de qualidade.”

Em seu parágrafo único, o mesmo artigo da LPI/96 determina que:

“O INPI estabelecerá as condições de registro das indicações geográficas.”

Uma comparação entre a legislação adotada no Brasil para as indicações geográficas e a definição encontrada no art. 22 de TRIPS (acordo que a princípio nortearia às legislações dos países membros da OMC) expõe diferentes abordagens para o assunto. Enquanto TRIPS estabelece uma definição para indicações geográficas em sentido *strictu* em seu art. 22:

“(…) indicações que identifiquem um produto como originário do território de um Membro, (...), quando determinada qualidade, reputação ou outra característica do produto seja essencialmente atribuída à sua origem geográfica”.

a Lei brasileira considera a indicação geográfica em seu sentido *lato*, ou seja, indicar a origem geográfica de determinado produto ou serviço. A LPI/96 define IG na forma de duas espécies, o que, segundo BARBOSA (2003), implica em um tratamento das duas espécies como sendo paralelas e com definições distintas, a IP está relacionada ao local que se tornou conhecido e a DO relacionada ao produto designado pelo nome do local cujas características ou qualidades se devem ao meio geográfico.

A indicação de procedência (IP), conforme definida na LPI/96, remete aos primeiros acordos sobre o assunto, como visto anteriormente, conceituando indicação de procedência como o verificado nas legislações nacionais anteriores à TRIPS, ou seja: o nome do local que se tornou notório ou conhecido. O objeto da proteção neste caso é o nome do local que, ao longo do tempo, angariou certa reputação na extração, produção ou fabricação de determinado bem ou prestação de determinado serviço. O que significa na prática, uma forma de excluir o uso por parte de terceiros do nome do “lugar” que se tornou reputável. Apesar de não haver um compromisso explícito com qualidades ou características diferenciadas de determinado produto ou prestação de serviço nas áreas reconhecidas como IP, a coletividade de produtores/prestadores de serviços que se beneficiam do uso exclusivo da IG, auferem vantagens ao agregar boas práticas ao saber fazer local no intuito de preservar a reconhecimento alcançado.

No caso das denominações de origem (DO), a definição é muito próxima da encontrada no Acordo de Lisboa (também anterior a TRIPS) e do regulamento europeu CE510/2006²⁵, onde define como DO o nome geográfico que designa produtos cujas características ou qualidades podem ser atribuídas a sua origem. Neste caso o objeto da proteção é o produto que passa a ser designado pelo nome do local de origem e cujas características e qualidades são imputáveis ao meio geográfico, incluindo neste caso os fatores naturais e humanos existentes no local. No caso da DO, os requisitos qualitativos distintivos devem ser identificados, caracterizados e comprovados, sendo necessária a descrição dos processos e controles que garantirão a manutenção destes requisitos ao longo do tempo. Por isso a necessidade de comprovações específicas quanto à influência do meio e do saber fazer na caracterização dos produtos de DO, que devem ser comprovados através de evidências

²⁵ O regulamento CE 510/2006 permite o registro de nomes tradicionais, desde que, estes identifiquem a origem geográfica do produto.

além da necessidade da codificação das especificações e normas de produção. O Quadro 03 correlaciona as diferentes definições encontradas na LPI/96, Acordo de Lisboa, TRIPS e CE para IP, IG e DO.

Quadro 03 - Comparação entre as definições da LPI/96, Acordo de Lisboa, TRIPS e regulamento CE 510/2006 referentes a indicações geográficas.

| LPI/96 | Acordo de Lisboa | TRIPS | CE 510/2006 |
|--|--|--|--|
| Indicação de procedência: refere-se ao nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tornou conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou prestação de determinado serviço. | | Indicação geográfica: Indicações Geográficas são, (...) indicações que identifiquem um produto como originário do território de um Membro, ou região ou localidade deste território, quando determinada qualidade, reputação ou outra característica do produto seja essencialmente atribuída à sua origem geográfica. | Indicação geográfica protegida: nome de uma região, de um local determinado ou, em casos excepcionais, de um país, que serve para designar um produto agrícola ou um gênero alimentício originário dessa região, desse local determinado ou desse país, e que possui determinada qualidade, reputação ou outras características que podem ser atribuídas a essa origem geográfica, e cuja produção e/ou transformação e/ou elaboração ocorrem na área geográfica delimitada. |
| Denominação de origem: nome de local que designa produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusivamente ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos | Denominação de Origem: Entende-se como denominação de origem, (...), as denominações de geográfica de um país, de uma região ou uma localidade que serve para designar um produto dele originário cuja qualidade ou característica são devidas exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluindo os fatores naturais e humanos.” | | Denominação de origem protegida: o nome de uma região, de um local determinado ou, em casos excepcionais, de um país, que serve para designar um produto agrícola ou um gênero alimentício originário dessa região, desse local determinado ou desse país, cuja qualidade ou características se devem essencial ou exclusivamente a um meio geográfico específico, incluindo os fatores naturais e humanos, e cuja produção, transformação e elaboração ocorrem na área geográfica delimitada. |

Fonte: INPI (2014), WIPO 2014, e CE (2014), organizado pelo autor.

Comparativamente à definição de IG encontrada no acordo de TRIPS - que a princípio balizaria as legislações nacionais como condições mínimas de proteção à propriedade intelectual nos países membros da OMC - as duas definições, referentes às espécies de IG encontradas na LPI/96 (IP e DO), se apresentam como mais restritivas do que aquela encontrada no Acordo da OMC, no que se refere à restrição aos nomes geográficos²⁶. Enquanto TRIPS não discrimina o tipo de indicação, por exemplo: segundo TRIPS seria possível registrar nomes tradicionais de produtos que sejam reconhecíveis por sua origem

²⁶ Nome geográfico ou topônimos: é o nome ou expressão usada para nomear um lugar.

como por exemplo: Cachaça (aguardente de cana fabricada no Brasil) Feta (tipo especial de queijo fabricado na Grécia) entre outros.

Por outro lado, a legislação nacional se torna mais abrangente que TRIPS ao permitir a proteção como IG de nome de local de prestação de determinados serviços, desde que atenda às definições de indicações geográficas da LPI/96. Tal possibilidade pode ser considerada como uma extensão aos limites de proteção prevista no acordo da OMC que se restringem apenas a produtos.

Com relação ao escopo da proteção às IG(s), definida no art. 179:

“Art. 179 - 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.”

Uma pesquisa nos documentos referentes a pedidos de registro de IG no INPI revela que muitos requerimentos de registro apresentam representações figurativas (também denominadas de selos) contendo o nome geográfico que se deseja proteger. No entanto, surge a controvérsia quanto ao alcance da proteção da Lei para os sinais figurativos de natureza constitutiva²⁷ para o caso do registro de IG, haja vista ser a indicação geográfica no Brasil um ativo intelectual cujo registro é de natureza declaratória²⁸, conforme explicitado nas instruções normativas do INPI. O que se observa na prática, é que a maioria das representações figurativas apresentadas junto com os requerimentos de registros de nomes geográficos carece de um reconhecimento prévio que identifique o nome geográfico como é o caso das representações geográficas (mapas) citadas no artigo da Lei ou como é o caso de símbolos já consagrados que identificam países, estados ou territórios como as bandeiras e brasões. Desta forma, a proteção à parte figurativa, muitas vezes denominadas “selos de origem”, “selos de identificação”, entre outros, parece não ter embasamento no conceito da indicação geográfica nem no entendimento mais minucioso da LPI/96.

O art. 180 da LPI/96 refere-se ao impedimento do registro como IG para nomes geográficos que se tornaram de uso comum para designar produtos ou serviços, não mais referenciando a sua origem, passando a constituir uma designação genérica.

“Art. 180 - Quando o nome geográfico se houver tornado de uso comum, designando produto ou serviço, não será considerado indicação geográfica”

Segundo Gonçalves (2007), legalmente, um dos principais efeitos do reconhecimento de uma indicação geográfica pelo INPI é a não diluição do nome geográfico, de forma a

²⁷ Registro de natureza constitutiva – o direito é adquirido a partir da concessão do registro.

²⁸ Registro de natureza declaratória – o direito é pré-existente à concessão do registro.

impedir o seu uso por terceiros, como marca ou expressão de propaganda, bem como impedir que o mesmo se nome comum e designativo da própria coisa. O fenômeno da diluição pode ser observado no caso do queijo minas, produto com nome evocativo do estado de Minas Gerais, mas que é hoje produzido em todo o Brasil, consistindo em uma designação genérica de um tipo queijo do tipo fresco, o que vem a incidir nas restrições ao registro conforme previsto no art. 180 da LPI/96.

A possibilidade de utilização de nomes geográficos que não se constituem em IG, como elementos de marca, conforme previsto no art. 181 da LPI/96, é outro importante argumento para o incentivo ao registro de indicações geográficas.

“Art. 181 - 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 a falsa procedência”

No Brasil, onde o conceito de IG é recente e ainda pouco conhecido, é frequente verificar a apropriação de nomes geográficos que se tornaram referência para produtos e serviços, como elementos de marcas. Uma pesquisa no banco de dados do INPI revelou um grande número de registro de marcas referenciando nome de locais tradicionalmente conhecidos pela produção de determinados produtos como é o caso de Paraty e Salinas para cachaça, Pelotas para doces, Cerrado para café, Canastra para queijo, entre outros.

No que se refere à titularidade da IG, o art. 182 define:

“Art. 182 - O uso da indicação geográfica é restrito aos produtores e prestadores de serviços estabelecidos no local, exigindo-se ainda, em relação as denominações de origem, o atendimento de requisitos de qualidade.”

Verifica-se, portanto, que o uso das indicações geográficas é exclusivo ao coletivo de produtores/prestadores de serviços que estão no local exercendo a atividade produtiva, adicionando-se, no caso da DO, os atributos qualitativos atribuídos à influência do meio geográfico às características e qualidades do produto/serviço.

Conforme Barbosa (2014, p.1):

“Pelo desenho da lei brasileira, as indicações geográficas previstas no art. 182 do Código da Propriedade Industrial de 1996 constituem direito de uso restrito, conferido a todos seus titulares, independentemente da formação ou manutenção de associação dos mesmos titulares. É direito singular e individual, não obstante a frequente – mas não indispensável – multiplicidade de titulares.”

A titularidade das IG(s), por seu caráter coletivo, não cria um direito real com os atributos clássicos de uma propriedade industrial, pois o direito não é transferível. Mesmo vendendo a terra ou cedendo o estabelecimento, não ocorrerá necessariamente a transferência da titularidade da indicação geográfica. No caso da DO, à vinculação ao território se soma aos requisitos qualitativos da influência do meio geográfico (BARBOSA, 2014).

Para fazer valer o direito ao uso exclusivo, cada um dos titulares da IG não carece dos demais para usar do poder de exclusão perante terceiros, e nem mesmo a totalidade dos titulares, menos um, poderá excluir esse um do exercício dos poderes, regulares e sem abuso, que lhe foram atribuídos pelo ordenamento (BARBOSA, 2014).

Para Porto (2007), no caso das indicações de procedência, as condições de uso do nome do local que ficou conhecido por extrair, produzir ou fabricar determinado produto ou prestar determinado serviço, estão condicionadas apenas a obrigatoriedade dos produtores/prestadores de serviços estarem exercendo a atividade produtiva no local, não havendo neste caso um vínculo qualitativo do produto com o meio geográfico, bastando apenas estarem exercendo a atividade produtiva nos limites reconhecidos.

Já no caso das denominações de origem, os produtores/prestadores de serviços, além de atenderem ao requisito da atividade produtiva local, devem também observar os critérios qualitativos que imputam ao produto qualidades e características que possam ser atribuídas ao meio geográfico, incluindo fatores naturais e humanos. Deste modo, a coletividade que faz jus ao uso da denominação de origem, deve garantir ao consumidor que o bem ou serviço distinguido e designado pelo nome do local, mantenha suas qualidades distintivas no processo produtivo ao longo do tempo.

Segundo Barbosa (2014, p.15) as denominações de origem se tutelam, também, por uma qualidade específica:

“(…) o queijo tal tem tais e tais características, e se não tiver, viola a norma legal”.
Nelas, se terá garantia de origem, stricto sensu: “que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos.”

Desta forma, a utilização do nome geográfico como DO implica nas condições de obtenção e preparo que resultam em produto e serviço que guarde as características e qualidades que o distinguem dos demais. Neste caso, além do requisito de estarem no local efetivamente exercendo a atividade econômica, os produtores devem garantir os requisitos qualitativos para poderem utilizar o nome geográfico que designa o produto ou serviço.

2.4.1.1- Condições de registro e as normativas estabelecidas pelo INPI

O parágrafo único do art. 182 da LPI/96, delega ao INPI o estabelecimento das condições de registros das indicações geográficas:

“Art. 182, Parágrafo único. O INPI estabelecerá as condições de registro das indicações geográficas.”

De forma a atender a determinação da LPI/96, o INPI instituiu, ao longo do tempo, uma série de instruções normativas que visavam estabelecer as condições de registro na Autarquia para as indicações geográficas:

- O ato normativo 134 de 15/04/97 dispôs sobre a instituição de formulários para apresentação de requerimento de registro de Indicações Geográficas, petição e fotocópias.
- O ato normativo 143 de 31/08/98, instituiu normas de procedimentos sobre registro das Indicações Geográficas revogado pela resolução INPI 75 de 08 de novembro de 2000.
- A resolução 75/00, substituída pela Instrução Normativa nº 12 de 18 de março de 2013, estabelecia as condições de registro das indicações geográficas no INPI;
- A Instrução Normativa 25 de 21 de outubro de 2013 – IN25/2013 veio corrigir a IN12/2013 e estabelecer os novos formulários de requerimento e petições referentes ao pedido de registro de IG.

A IN25/2013 é a normativa vigente que define as condições de registro de indicações geográficas no INPI.

2.4.1.2- Instrução Normativa INPI 25/2013 – IN 25/2013

Conforme Anexo 1, em seu artigo 1º, a IN25/2013 reafirma o caráter declaratório do registro de indicação geográfica, reconhecendo as indicações geográficas mediante ao atendimento das condições de registro estabelecidas pelo INPI.

As condições para registro estabelecidas pelo INPI visam proporcionar:

- Adequada proteção às indicações geográficas;
- Instituir a figura de um substituto processual da coletividade de forma a possibilitar a solicitação da proteção do nome geográfico que reúne ativos intelectuais coletivos como a reputação e os fatores naturais e humanos que distinguem os produtos originários de determinada região ou localidade;
 - Agregação de valor aos produtos e serviços distinguidos pela indicação geográfica;
 - Estabelecimento de regulamento e condições de uso do nome geográfico por parte dos produtores que efetivamente estejam produzindo ou prestando serviços na região delimitada;

- Definir uma delimitação da área geográfica por intermédio de documento oficial expedido por órgão competente do estado ou da união federal;
- Propiciar um sinal distintivo para que os consumidores possam identificar produtos originários de regiões devidamente reconhecidas oficialmente como indicações geográficas.

Portanto, solicitação do registro da indicação geográfica no INPI demanda a organização dos produtores/prestadores de serviços locais, e o estabelecimento de regras e controles mínimos para a utilização do sinal de distintivo.

Segundo Barbosa (2014), não é o registro que constitui a indicação geográfica, ele apenas a aparelha de certos remédios legais, inclusive dos efeitos penais, e demarca oficialmente o espaço em relação ao qual a restrição de uso da designação se aplica.

Documento oficial que delimita a área geográfica do local - de modo a atender o caput do art. 182 da LPI/96 no que se refere a definição de local, o INPI, através das condições de registro da IN25/2013, estabeleceu a necessidade da definição de uma delimitação geográfica que possa caracterizar o local onde os produtores estabelecidos fazem jus ao uso da indicação geográfica. Conforme já discutido nas definições de nome geográfico e local na primeira parte deste trabalho, a delimitação da área geográfica define os limites do direito ao uso do nome geográfico por parte daqueles de direito. Em seu art. 7º, a IN25/2013 determina que o documento que delimita a área geográfica seja expedida por um órgão oficial do Estado, sendo, no caso brasileiro, competentes para este fim os ministérios e as secretarias de estado afins aos produtos ou serviços em questão.

Requerente do pedido de registro - conforme estabelecido na IN 25/2013 em seu art. 5º, o requerimento do registro do reconhecimento da indicação geográfica pode ser requerido, na qualidade de substitutos processuais, por associações, institutos e pessoas jurídicas representativas da coletividade legitimada ao uso exclusivo do nome geográfico desde que estabelecidas no território cujo nome é objeto do registro. Desta forma, verifica-se que o requerente passa a atuar em nome da coletividade de produtores locais e não apenas de seus componentes no caso de associações ou outra agremiação.

Tal entendimento tem acarretado questões quanto à responsabilidade pelos atos como também quanto às ações repressivas ao uso do nome geográfico tendo em vista a instituição de regras e controles por parte dos requerentes do pedido de reconhecimento.

Segundo Barbosa (2014, p.25),

“Legitimadas a requerer, as associações não tem poder de exercer. A declaração é solicitada através de tais entidades, e não para elas. Como diz o ato normativo, são elas representativas da coletividade legitimada ao uso exclusivo do nome geográfico, estabelecidas no respectivo território.”

Na visão de Barbosa (2014), as associações têm óbvias vantagens para congregar interesses convergentes, aumentando a capacidade estratégica dos associados, e diminuindo custos de transação e outros ônus. Mas são facultativas (a não ser para postulação do registro, segundo norma de cunho administrativo) e a tentativa de impor associação como requisito de exercício dos direitos pode, e segundo certos observadores, *está* tendo consequências sensíveis no campo do direito da concorrência.

Procedimento administrativo para o registro de IG - conforme descrito na IN25/2013, o requerente do pedido, comprovado o real direito e real interesse no reconhecimento, deverá apresentar os documentos definidos na instrução normativa assim como as comprovações definidas em função da espécie de indicação geográfica a ser reconhecida.

O pedido de registro de indicação geográfica, estrangeiras devidamente reconhecida em seu país de origem, poderá ser objeto de pedido de registro no INPI, sendo necessária a apresentação dos documentos em língua portuguesa, estar adaptado às condições estipuladas na LPI/96 e nas condições da IN 25/2013.

No caso dos pedidos de registro de indicação procedência - IP, além dos documentos relacionados no art. 6º²⁹ da IN25/2013, se faz necessária a apresentação de elementos de convicção com relação à comprovação de que o nome geográfico tenha se tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou da prestação de determinado serviço, a existência de uma estrutura de controle sobre o produto ou serviço distinguido pela IP assim como comprovação de estarem os produtores ou prestadores de serviços estabelecidos na área delimitada pelo documento oficial.

Art. 6º. O pedido de registro de Indicação Geográfica deverá referir-se a um único nome geográfico e nas condições estabelecidas em ato próprio do INPI, conterá:

I – requerimento (modelo I), no qual conste:

a) o nome geográfico;

b) a descrição do produto ou serviço;

II – instrumento hábil a comprovar a legitimidade do requerente, na forma do art. 5º;

III – regulamento de uso do nome geográfico.

IV – instrumento oficial que delimita a área geográfica;

V – etiquetas, quando se tratar de representação gráfica ou figurativa da Indicação Geográfica ou de representação de país, cidade, região ou localidade do território, bem como sua versão em arquivo eletrônico de imagem;

VI – procuração se for o caso, observando o disposto nos art. 20 e 21;

VII – comprovante do pagamento da retribuição correspondente.

No caso de denominações de origem, se faz necessário à apresentação de comprovações relativas à influência do meio geográfico na qualidade ou característica do produto ou serviço que se deva essencialmente ou exclusivamente ao meio geográfico, incluindo fatores naturais e humanos, a descrição pormenorizada do processo ou método de obtenção do produto ou serviço que devem ser locais, leais e constantes, assim como a comprovação de estarem os produtores exercendo suas atividades no local e a existência de uma estrutura de controle.

O pedido é submetido a um exame formal, onde caso não esteja conforme é solicitado a cumprir as exigências e uma vez conforme, o mesmo é publicado para manifestação de terceiros no prazo de 60 dias.

Decorrido o prazo estipulado, não havendo manifestação contrária, o pedido é decidido podendo ser deferido e concedido ou indeferido.

Caso tenha havido manifestações, o requerente é solicitado a apresentar contestação no prazo de 60 dias. Findo os prazos, o pedido retorna ao exame quando então é decidido.

As decisões são passíveis de recursos nos prazos e condições estabelecidos no art. 212 e seguintes da LPI/96

O registro de reconhecimento de uma indicação geográfica é válido enquanto os elementos comprovados para a respectiva espécie de IG estiverem presente.

A Figura 03 apresenta, na forma de fluxograma, os procedimentos administrativos para o exame e registro de pedidos de indicações geográficas no INPI.

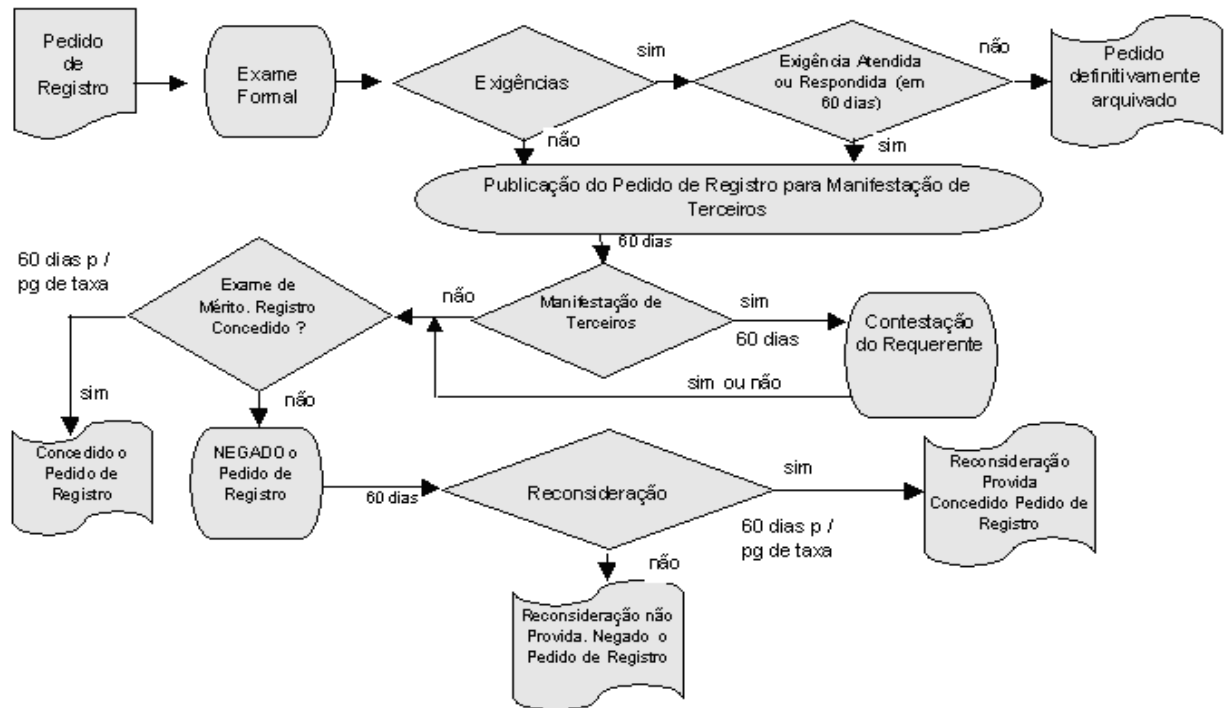


Figura 03: Fluxograma do procedimento administrativo de registro de IG no INPI.
 Fonte: Procedimentos administrativos constantes na IN 25/2013 - organização do autor

2.4.1.3- A proteção conferida pelo registro das IG no Brasil

Conforme estabelecido no parágrafo único do art. 1º da IN 25/2013, o registro de indicação geográfica no INPI é de natureza declaratória e implica no reconhecimento da indicação geográfica. Portanto, segundo Barbosa (2014), trata-se do reconhecimento de um direito pré-existente que possibilita aos titulares o poder de excluir terceiros do uso do sinal distintivo:

“Uma vez conferido aos titulares do direito restrito o poder de excluir terceiros do uso da indicação geográfica; um efeito essencial é de afetar a capacidade de competição de todos aqueles que, antes, já podiam usar de um topônimo, sem violar direito. (...)”

Aqueles que antes podiam, sem violar as normas de concorrência desleal, indicar a origem de seus produtos e serviços, não mais o podem, se não estiverem na região agora demarcada, ou não satisfizerem os requisitos da concessão. Assim, há uma restrição concorrencial não só prospectiva, mas potencialmente atual.” (BARBOSA, 2014, p.25)

A LPI/96 regula a proteção dos direitos à propriedade industrial e, no que se refere às indicações geográficas, a Lei prevê em seu art. 2º, a repressão às falsas indicações geográficas. De forma a viabilizar esta previsão, a LPI/96 dispõe em seus artigos de diversas formas de proteção a este ativo da propriedade industrial.

No que se refere aos sinais não registráveis como marca, os incisos IX e X do art. 124 da LPI/96 determina que não são registráveis:

“IX- indicação geográfica, sua imitação suscetível de causar confusão ou sinal que possa falsamente induzir indicação geográfica.”

“X- sinal que induza a falsa indicação quanto a origem, procedência, natureza ou utilidade do produto ou serviço a que a marca se destina;”

A relação marcas x indicações geográficas talvez seja um dos principais motivos a demandar o registro de indicações geográficas por parte dos produtores/prestadores de serviços de determinados locais que se enquadram nas definições de IG da LPI/96. A partir da concessão do registro de IG, o examinador de marcas passa a contar com um argumento administrativo para negar solicitações de registro de marcas relacionadas a topônimos reconhecidos como IG, mesmo àqueles requerentes que estejam na região referenciada.

No título IV da LPI/96, relacionado aos crimes contra a propriedade industrial, o Capítulo V refere-se aos crimes contra as indicações geográficas e demais indicações. Fica estabelecido que é proibido:

”Art. 192- Fabricar, importar, exportar, vender, expor ou oferecer à venda ou ter em estoque produto que apresente falsa indicação geográfica”.

Pena - detenção, de 1 (um) a 3 (três) meses, ou multa.”

”Art. 193 - 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 ressaltando a verdadeira procedência do produto.

Pena - detenção, de 1 (um) a 3 (três) meses, ou multa.”

“Art. 194- Usar marca, nome comercial, título de estabelecimento, insígnia, expressão ou sinal de propaganda ou qualquer outra forma que indique procedência que não a verdadeira, ou vender ou expor à venda produto com esses sinais.

Pena - detenção, de 1 (um) a 3 (três) meses, ou multa.”

Desta forma, o registro de IG instrumentaliza os titulares de indicações geográficas a agir legalmente de forma a excluir quaisquer terceiros dos atos de “fabricar, importar, exportar, vender, expor ou oferecer à venda ou ter em estoque produto que apresente falsa indicação geográfica”.

2.4.2- Lei 4.602 de 21 de dezembro de 2001

Devido à limitação da LPI/96 ao registro, como indicação geográfica, apenas aos nomes geográficos (ou topônimos), um grupo de produtores de aguardente-de-cana, tradicionalmente denominada “Cachaça”, solicitou em 2001, junto a presidência da república, a publicação do decreto 4,602, definindo as expressões: “Cachaça”, “Brasil” e “Cachaça do Brasil” como indicação geográfica brasileira.

Tal solicitação tinha como objetivo coibir a utilização indevida destas expressões no mercado internacional, garantindo aos produtores nacionais a exclusividade da denominação “Cachaça” para o destilado do mosto fermentado da cana-de-açúcar fabricado no Brasil dentro das especificações definidas pela legislação pertinente (LOCATELLI, 2008).

Considerações finais

As indicações geográficas podem ser entendidas como um ativo intelectual de cunho coletivo onde a incorporação deste ativo a produtos e serviços proporciona distinção e vantagens comparativas no mercado. Os benefícios advindos do reconhecimento das indicações geográficas por grupo de produtores podem se reverter a favor da comunidade local na forma de geração de empregos, melhoria da renda, e desenvolvimento de atividades complementares.

Verificou-se na pesquisa bibliográfica, que o conceito de IG se desenvolveu primeiramente na Europa, a partir do setor vinícola, se expandindo para outros setores como os de produtos agroalimentares. Os acordos multilaterais e bilaterais procuram garantir o direito de uso dos sinais distintivos proporcionados pelas IG(s) no comércio internacional. As IG(s) são mais valorizadas nos países de economia avançada onde o consumidor valoriza a qualidade da informação acerca da origem e características e qualidades dos produtos a serem consumidos.

Na CE as IG(s) estão relacionadas a produtos vinícolas e agroalimentares existindo duas formas de proteção, uma abrangendo a definição de TRIPS, refere-se a produtos cuja reputação qualidades ou características se devam a sua origem geográfica, as IGP(s) e outra, mais restrita, se refere a indicações que designam produtos cujas qualidades ou características se devem exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, as DOP.

O conceito de IG se consolidou na legislação nacional a partir da LPI/96, resultado da internalização do Acordo de TRIPS no Brasil. Apesar do compromisso assumido com a adesão do país ao acordo da OMC, a legislação nacional não internalizou a definição de TRIPS na sua integralidade, restringindo a proteção apenas aos nomes geográficos conforme definidos no Capítulo IV da LPI/96. Por outro lado, a LPI/96 estende a possibilidade de registro a nomes geográficos relacionados a serviços, o que pode ser entendido como uma extensão aos limites de proteção definidos em TRIPS.

Considerando as condições estabelecidas pelo INPI para o registro de uma IG, pressupõe-se a existência prévia de uma relação de coordenação entre os principais atores do setor produtivo local, assim como o estabelecimento de normas e especificações na produção/prestação de serviços distinguidos pelo sinal distintivo. A exclusividade na utilização da IG passa a ser um elemento de valorização do produto/serviço que apresente as condições estabelecidas no ato do registro. A falta de órgão garantidor do efetivo cumprimento das regras estabelecidas no ato do registro, talvez seja um dos pontos fracos do atual sistema de IG no Brasil.

O que se tem observado na prática é a vinculação de regulamentos e controles ao uso da identificação da IG (representação gráfica ou figurativa na forma de selo), de cunho constitutivo das associações (ou outra agremiação requerente do registro de IG), para aqueles integrantes que se submetem ao chamado regulamento de uso do nome geográfico. Tal artifício vem a preencher a lacuna deixada pela legislação que é silente com relação às condições de controle e fiscalização dos produtos da IG.

Conforme comentado em Barbosa (2014), a obtenção de registro não instrumentaliza a requerente (que age como substituto processual da coletividade) a exercer um papel de tutela quanto ao cumprimento dos requisitos de registro estabelecidos pelo INPI, principalmente àqueles referentes ao regulamento de uso do nome geográfico e a comprovação de estruturas de controle³⁰ sobre o produto/serviços assim como aos produtores/prestadores de serviços estabelecidos no local e legitimados ao uso da IG.

Comparativamente com as definições encontradas na legislação da CE, que permitem uma evolução de uma IGP para DOP - pois as duas definições estão relacionadas ao produto (cuja reputação ou características e qualidades são imputadas a sua origem geográfica) - no caso brasileiro as comprovações para cada espécie definida na LPI/96 são distintas, o que dificulta um tratamento administrativo que permita uma evolução (ou involução) entre as duas espécies, pois, uma refere-se ao local que se tornou conhecido (por produzir, extrair ...) enquanto a outra se refere ao produto (cujas qualidades e características se devem ao meio geográfico ...) designado pelo nome geográfico. O que se verifica na prática, é que, uma vez reconhecido o nome geográfico como IP, para que o mesmo nome seja objeto de reconhecimento como DO, novas evidências devem ser apresentadas para que o nome

³⁰ Referente à alínea (b) do art. 8º e alínea (c) do art. 9º da IN25/2013

geográfico possa ser reconhecido como designação para produtos ou serviços, criando nesse caso uma sobreposição de registros no INPI.

A LPI/96 ao definir IG através duas espécies paralelas, acaba dificultando estratégias de evolução dos produtos distinguidos por IG. A IP refere-se ao local que se tornou conhecido enquanto a DO refere-se ao nome do local que designa produto/serviço cujas qualidades ou características se devem ao meio geográfico. Ao se reconhecer um nome geográfico como IP, não é possível, dentro do mesmo contexto, evoluir para uma DO pois os objetos de proteção são distintos. A solução seria adotar a definição de IG conforme TRIPS mantendo-se a definição de DO, da mesma forma como fizeram a Argentina³¹ e o Paraguai³², países pertencentes ao MERCOSUL também signatários do Protocolo de Harmonização de Normas sobre Propriedade Intelectual, que alteraram suas respectivas legislações no intuito de adequá-las ao acordo da OMC. As duas definições passariam a se referir a produto/serviço cuja origem imputaria reputação, qualidades ou características distintivas a estes. Desta forma, se poderia migrar as atuais IP(s) para a nova definição de IG ou manter os atuais registros de IP(s), criando-se um registro de IG (no sentido estrito de TRIPS) mantendo-se a atual definição de DO.

Na Comunidade Europeia observa-se a vinculação entre a política de valorização da produção rural e vinícola e a utilização do conceito de indicação geográfica como forma de proteção e valorização dos produtos locais de modo a possibilitar a manutenção do homem no campo e aumentar da qualidade de vida no meio rural, o que contribui para a diminuição da pressão migratória para os grandes centros urbanos.

Portanto, a exemplo do sistema da CE, fica claro que não basta apenas a instituição de uma legislação que se limita à proteção ao aspecto do uso da propriedade industrial, fatores como grau de organização e articulação entre os atores locais, o comprometimento de instituições de apoio, uma política de valorização e acesso a mercado são fatores essenciais para aumentar a possibilidade de sucesso de um processo de reconhecimento de uma indicação geográfica com fins de desenvolvimento local.

³¹ Ley 25.966 que alterou a Ley 25.380, substituindo o texto que definia indicação de procedência pela definição de indicação geográfica conforme TRIPS (*Legislación Nacional de Argentina en Materia de IG*).

³² O decreto n° 6.329/11 criou as *Indicaciones Geográficas Identificadas – SIG* que mais tarde foi consolidada na Ley 4.923/13 que definiu as *Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen*. (<http://www.pj.gov.py/ebook/monografias/nacional/marcas/Fabrizio-Modica-Ley-sobre-Indicaciones-Geogr%C3%A1ficas-y-Denominaciones-de-Origen.pdf>)

PARTE II – CONTEXTO DA PESQUISA E A METODOLOGIA DE ESTUDO DE CASOS

Capítulo 3- INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS NO BRASIL

Este Capítulo visa apresentar uma contextualização das indicações geográficas reconhecidas no Brasil por intermédio de um levantamento dos pedidos de registro de indicações geográficas solicitados no INPI até o ano de 2013, procurando identificar os principais atores atuantes no tema no Brasil. Em seguida é apresentada uma revisão bibliográfica dos autores mais atuantes nos assuntos indicação geográfica e desenvolvimento local e territorial no Brasil de forma a traçar um quadro atual das discussões do tema no país.

3.1 – PEDIDOS DE REGISTRO DE INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS NO INPI

Conforme visto anteriormente, o conceito de indicação geográfica foi internalizado na legislação nacional como um ativo de propriedade industrial através da LPI/96, possibilitando aos produtores/prestadores de serviços locais o registro, para uso exclusivo, dos nomes geográficos reconhecidos como indicações geográficas, desde que se enquadrem nas definições estabelecidas no Capítulo IV da LPI/96 e satisfaçam as condições de registro estabelecidas pelo INPI.

Considerando o ano de 2013, 16 anos haviam se passado desde a internalização do conceito de IG pela LPI/96. Neste período de abrangência da pesquisa, que vai de 1997 (quando a LPI/96 entrou em vigor) até 2013, observa-se que apenas em anos recentes passou haver um maior interesse por este registro no Brasil. Em parte, tal movimento pode ser explicado pelo aumento de iniciativas de disseminação e fomento ao registro de indicações geográficas como forma de agregação de valor a produtos e serviços locais, por parte de instituições de apoio à produtores/prestadores de serviços, como é o caso dos projetos pioneiros da EMBRAPA Uva e Vinho no sul no país, as ações de apoio às entidades representativas de micro e pequenos produtores realizadas pelo SEBRAE e as iniciativas do MAPA e das Secretarias de Agricultura de alguns estados.

Com a entrada em vigor da LPI/96 em 1997, os primeiros pedidos de registros de IG foram, em sua maioria, solicitados por estrangeiros com interesse na proteção de suas indicações geográficas no Brasil. O número de pedidos de registros de IG(s) nacionais começa a se intensificar de forma consistente a partir de 2007, como pode ser observado no Gráfico 04.

Pedidos de registro de IG no INPI

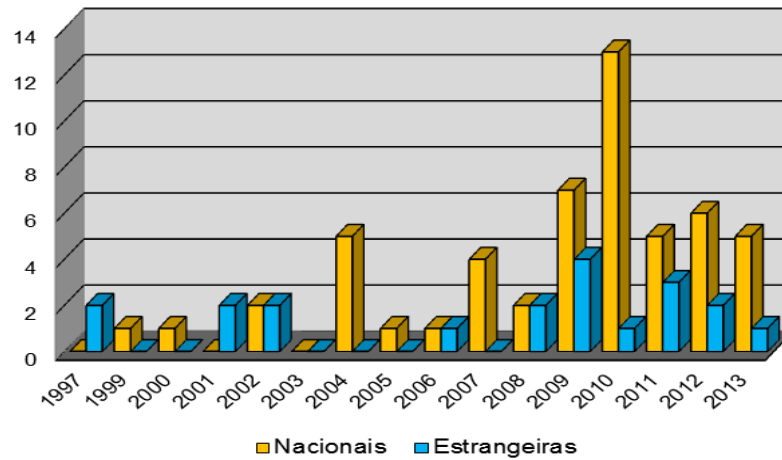


Gráfico 04 – Pedidos de registro de indicações geográficas de 1997 a 2013
Fonte: Organização do autor a partir de dados do INPI (2014)

Conforme dados do INPI, até dezembro de 2013 haviam sido solicitados 79 pedidos de registro de IG na autarquia. Deste total, 23 eram de pedidos estrangeiros e 56 referentes a solicitações de nacionais. Os pedidos de registros de IG(s) estrangeiras concentram-se em indicações geográficas relacionadas a vinhos e produtos agropecuários, seguindo a tendência mundial, conforme Gráfico 05.

Pedidos Estrangeiros

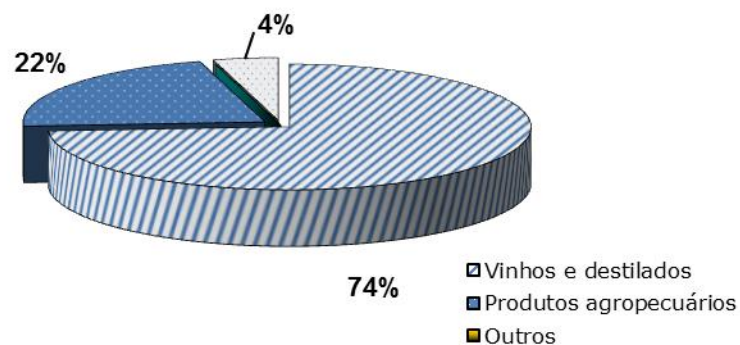


Gráfico 05: Distribuição dos pedidos registro de IG estrangeiras por categoria de produtos/serviços no período de 1997 a 2013.

Fonte: Organização do autor a partir de dados do INPI (2014)

Já os pedidos de registros de nacionais apresentam uma grande variedade de indicações geográficas relacionadas a produtos e serviços diversos, conforme observado no Gráfico 06. Além dos produtos tradicionais para este tipo de registro, como vinhos e produtos agrícolas que perfazem mais de 50%, observa-se pedidos para artesanato, minerais e para serviço. Essa variedade de pedidos relacionados a ramos de atividades diversas se deve a

flexibilidade da legislação nacional que não discrimina a atividade econômica vinculada a este tipo de registro, diferentemente do observado na Comunidade Europeia onde este tipo de registro se aplica apenas à indicações geográficas para produtos vinícolas e agroalimentares.



Gráfico 06: Distribuição dos pedidos de registro de nacionais por categoria de produtos/serviços no período de 1997 a 2013.

Fonte: Organização do autor a partir de dados do INPI (2014)

Conforme expresso no Gráfico 07, obtido a partir de dados do INPI (2014), no caso dos pedidos de registro de nacionais, verifica-se uma maior incidência de solicitações na espécie Indicações de Procedência (43 pedidos), enquanto apenas 13 referem-se a pedidos de registro para DO. Ou seja, a maioria dos pedidos de nacionais estavam relacionados a locais que se tornaram conhecidos na extração, produção ou fabricação de determinados produtos, com destaque para as solicitações relacionadas a produção de vinhos, aguardente de cana e café (INPI, 2014). Na categoria de serviços, houve apenas um pedido solicitado, e já concedido, referente a serviços de tecnologia da informação do Porto Digital em Recife, não havendo outras solicitações para esse ramo de atividade econômica.



Gráfico 07: Distribuição dos pedidos de IG de nacionais entre IP e DO no período de 1997 a 2013.

Fonte: Organização do autor a partir de dados do INPI (2014)

A concessão de registros por parte do INPI, somente se intensificou a partir de 2010, como demonstrado no Gráfico 08. Tal aumento se explica devido ao melhor aparelhamento da Autarquia no final de 2010, no que se diz respeito a recursos administrativos e humanos, o que possibilitou o processamento de vários pedidos de registro então pendentes.

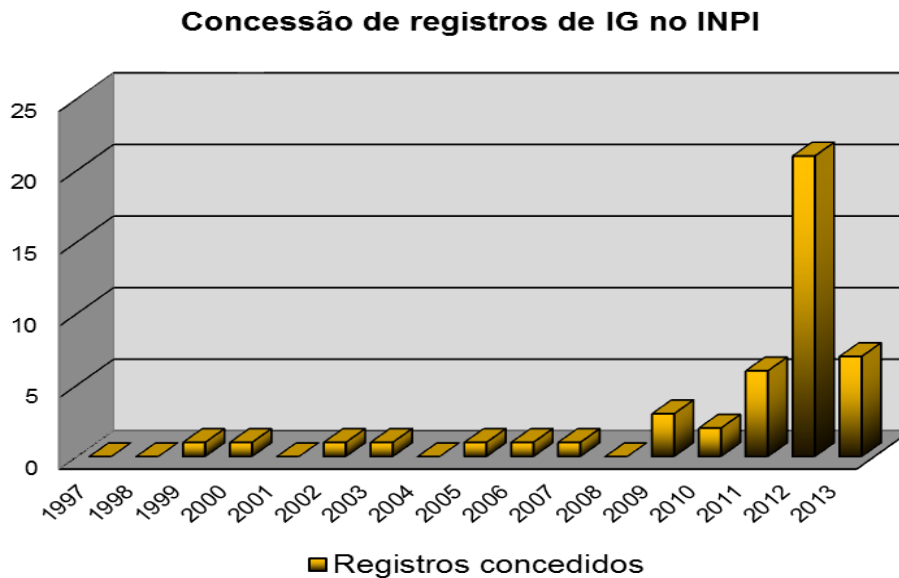


Gráfico 08 – Registros concedidos pelo INPI de 1997 a 2013
Fonte: INPI (2014)

Conforme Quadro 04, até dezembro de 2013, 46 indicações geográficas encontravam-se registradas no INPI, sendo 38 nacionais e 08 estrangeiras. Do total de IG(s) nacionais registradas, 30 eram indicações de procedência e apenas 08 eram na espécie denominação de origem.

Quadro 04: Indicações geográficas registradas no INPI no período de 1997 a 2013.

| Nº IG | Nome | Espécie | País/UF | Produto | Ano de registro |
|--|--------------------------------------|---------|---------|------------------------------------|-----------------|
| IG970002 | Região dos Vinhos Verdes | DO | PT | Vinhos | 1999 |
| IG980001 | Cognac | DO | FR | Destilado Vínico | 2000 |
| IG200002* | Vale dos Vinhedos | IP | BR/RS | Vinhos e espumantes | 2002 |
| IG200101 | Franciacorta | DO | IT | Vinhos, espumantes e bebidas ... | 2003 |
| IG980003* | Região do Cerrado Mineiro | IP | BR/MG | Café | 2005 |
| IG200501 | Pampa Gaúcho da Campanha Merid. | IP | BR/RS | Carne bovina e derivados | 2006 |
| IG200602 | Paraty | IP | BR/RJ | Aguard. tipo cachaça e composta | 2007 |
| IG980003 | San Daniele | DO | IT | Presunto defumado cru | 2009 |
| IG200701 | Vale do Submédio S. Francisco | IP | BR/ | Uvas de mesa e mangas | 2009 |
| IG200702 | Vale dos Sinos | IP | BR/RS | Couro acabado | 2009 |
| IG200802 | Litoral Norte Gaúcho | DO | BR/RS | Arroz | 2010 |
| IG200803 | Pinto Bandeira | IP | BR/RS | Vinhos e espumantes | 2010 |
| IG200704 | Serra da Mantiqueira de Minas Gerais | IP | BR/MG | Café | 2011 |
| IG200902 | Região do Jalapão do Estado do TO | IP | BR/TO | Artesanato em capim dourado | 2011 |
| IG201003 | Goiabeiras | IP | BR/ES | Artesanato em panelas de barro | 2011 |
| IG200907 | Costa Negra | DO | BR/CE | Camarão | 2011 |
| IG200901 | Pelotas | IP | BR/RS | Doces Tradic. e confeitaria/frutas | 2011 |
| IG201001 | Serro | IP | BR/MG | Queijo Minas Artesanal do Serro | 2011 |
| IG201009 | Vales da Uva Goethe | IP | BR/SC | Vinhos de uva Goethe | 2012 |
| IG201010 | São João del-Rei | IP | BR/MG | Peças Artesanais em Estanho | 2012 |
| IG201002 | Canastra | IP | BR/MG | Queijo canastra | 2012 |
| IG201012 | Franca | IP | BR/SP | Calçados | 2012 |
| IG201013 | Porto) | DO | PT | Vinho generoso (vinho licoroso) | 2012 |
| IG201014 | Pedro II | IP | BR/PI | Opalas preciosas e jóias artesan. | 2012 |
| IG201004 | Região Pedra Carijó RJ | DO | BR/RJ | Gnaisse fitado milonítico branco | 2012 |
| IG201005 | Reg. Pedra Madeira RJ | DO | BR/RJ | Gnaisse fitado milonítico claro | 2012 |
| IG201006 | Região Pedra Cinza RJ | DO | BR/RJ | Gnaisse fitado milonítico cinza | 2012 |
| IG201007 | Cachoeiro de Itapemirim | IP | BR/ES | Mármore | 2012 |
| IG200909 | Linhares | IP | BR/ES | Cacau em amêndoas | 2012 |
| IG201101 | Manguezais de Alagoas | DO | BR/AL | Própolis Vermelha | 2012 |
| IG201106 | Napa Valley | DO | US | Vinhos | 2012 |
| IG201008* | Vale dos Vinhedos | DO | BR/RS | Vinhos tinto, branco e espumante | 2012 |
| IG200903 | Norte Pioneiro do Paraná | IP | BR/PR | Café | 2012 |
| IG200904 | Paraíba | IP | BR/PB | Têxteis de algodão colorido | 2012 |
| IG200908 | Região de Salinas | IP | BR/MG | Aguardente de cana tipo cachaça | 2012 |
| IG201107 | Divina Pastora | IP | BR/SE | Renda de agulha em lacê | 2012 |
| IG201103 | Porto Digital | IP | BR/PE | Serviços de TI | 2012 |
| BR402012000002-0 | Altos Montes | IP | BR/RS | Vinhos e espumantes | 2012 |
| IG201108 | Champagne | DO | FR | Vinhos espumantes | 2012 |
| IG200102 | Roquefort | DO | FR | Queijo | 2013 |
| IG201104 | São Tiago | IP | BR/MG | Biscoito | 2013 |
| IG200703 | Alta Mogiana | IP | BR/SP | Café | 2013 |
| IG201101 | Mossoró | IP | BR/RN | Melão | 2013 |
| BR402012000005-5 | Cariri Paraibano | IP | BR/PB | Renda renascença | 2013 |
| BR402012000006-3 | Monte Belo | IP | BR/RS | Vinhos e espumantes | 2013 |
| IG201011* | Região do Cerrado Mineiro | DO | BR/MG | Café verde em grão e industr. | 2013 |
| Total de registros concedidos– 46 (8 estrangeiras e 38 nacionais) | | | | | |

*Nome geográfico que possui os dois registros.

Fonte: INPI 2014

Do total de pedidos nacionais registrados, trinta (30) foram concedidos entre os anos de 2011 e 2013. Considerando a data de dezembro de 2013, do total de registros nacionais, apenas dois foram concedidos há pelo menos oito anos, dois há pelo menos seis anos, dois há pelo menos quatro anos e todos os restantes há menos de três anos, o que evidencia o pouco

tempo da experiência no país com relação à observação do desenvolvimento das indicações geográficas.

3.2 - PRINCIPAIS ATORES ATUANTES NO FOMENTO E APOIO ÀS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS NO BRASIL

Ao longo da pequena experiência do caso brasileiro, algumas poucas instituições despontaram como atores institucionais relevantes no fomento e apoio às iniciativas de reconhecimento de indicações geográficas no país. Citam-se os trabalhos relevantes de fomento do SEBRAE através de sua unidade nacional, o MAPA através da Coordenação de Incentivo à Indicação Geográfica de Produtos Agropecuários (CIG) e suas unidades regionais, a EMBRAPA, com destaque para a unidade de uvas e vinhos em Bento Gonçalves e o próprio INPI que vem se esforçando nos últimos anos para disseminar a cultura da propriedade industrial no país.

Abaixo uma síntese das principais instituições de fomento e apoio às indicações geográficas no Brasil.

3.2.1 - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE

O SEBRAE é uma entidade civil sem fins lucrativos e opera como um serviço social autônomo, que visa a capacitação e promoção do desenvolvimento. É uma instituição técnica voltada para o fomento e difusão de programas que têm como objetivos o fortalecimento e a promoção de micro e pequenas empresas (MPEs). No SEBRAE o governo e a iniciativa privada atuam em parceria SEBRAE (2014).

O sistema SEBRAE é composto por uma unidade central coordenadora e por 27 unidades e o distrito federal, que têm autonomia administrativa.

O SEBRAE vem atuando no apoio aos agrupamentos de produtores interessados em solicitar o registro de indicações geográficas no INPI desde 2005 por intermédio da Unidade de Acesso à Inovação Tecnológica e suas regionais espalhadas pelo território nacional. O SEBRAE participa de projetos de incentivos ao registro de IG fornecendo consultores e apoiando as entidades representativas de produtores na obtenção da documentação necessária ao atendimento das condições estabelecidas pelo INPI. O SEBRAE tem atuado na produção de material informativo e apoiando eventos de divulgação do registro de IG nos meios de comunicação e em entidades representativas de produtores.

3.2.2 - Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento - MAPA

O Ministério da Agricultura é uma das instâncias de fomento às atividades e ações para o registro de indicação geográfica 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), (MAPA, 2014).

O MAPA apoia projetos para o registro de potenciais IG(s) assim como para outros sinais distintivos coletivos. Apoia também IG já registradas, por meio de convênio ou termo de cooperação.

Com um cenário nacional e internacional cada vez mais promissor para formas de agregação de valor, a reforma administrativa do MAPA efetuada através do Decreto nº 5.351, de 21/01/05, oportunizou a integração do tema Indicação Geográfica no Programa de Gestão Estratégica do Ministério, como uma importante ferramenta de agregação de valor.

A atuação do MAPA no tema foi oficializada por meio da criação da Coordenação de Incentivo à Indicação Geográfica de Produtos Agropecuários - CIG, subordinada ao Departamento de Propriedade Intelectual e Tecnologia da Agropecuária, da Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo - DEPTA/SDC. Desta forma, o MAPA passou a ser a instância superior e central no planejamento, fomento, coordenação, supervisão e avaliação das atividades, programas e ações de indicação geográfica de produtos agropecuários no Brasil (CIG/DEPTA/SDC/MAPA, 2009).

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 – SEPDA.

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 agropecuários (CIG/DEPTA/SDC/MAPA, 2009).

3.2.3 - Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - EMBRAPA

A EMBRAPA foi criada em 26 de abril de 1973 e é vinculada ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa). Desde a nossa criação, assumimos um desafio de desenvolver, em conjunto com o Sistema Nacional de Pesquisa Agropecuária (SNPA), um modelo de agricultura e pecuária tropical genuinamente brasileiro, superando as barreiras que

limitavam a produção de alimentos, fibras e energia no nosso País. É uma empresa de inovação tecnológica focada na geração de conhecimento e tecnologia para agropecuária brasileira.

A EMBRAPA conta atualmente com 17 unidades centrais localizadas em Brasília, 46 unidades descentralizadas em todas as regiões do país, 4 laboratórios virtuais nos EUA, Europa, China e Coreia do Sul e três escritórios internacionais na América Latina e África (EMBRAPA, 2014).

A EMBRAPA apoia iniciativas de reconhecimento de indicações geográficas no setor agropecuário tendo importante papel nos projetos de valorização da produção do setor. A EMBRAPA tem relevante papel no desenvolvimento de indicações geográficas para vinhos através de seu Centro Nacional de Pesquisa em Uvas e Vinhos (CNPUV).

No início dos anos 1990, a EMBRAPA – CNPUV, também conhecida como EMBRAPA Uva e Vinho, foi pioneira no tema das indicações geográficas (I.G.) no Brasil, ao estimular o seu desenvolvimento em vinhos. Em 1995, teve início o primeiro projeto para atender a demanda dos produtores da região do Vale dos Vinhedos, que viria a ser a primeira I.G. brasileira. Hoje o Brasil já conta com um conjunto de I.G. de vinhos finos reconhecidas ou em desenvolvimento, conforme pode ser observado na Figura 04 (EMBRAPA, 2014).

O mapa da Figura 05 indica as áreas produtoras de vinhos no Brasil, reconhecidas ou em processo de reconhecimento, objeto dos projetos da EMBRAPA - Uva e Vinho para o desenvolvimento de indicações geográficas para vinhos finos.

Indicações Geográficas reconhecidas fomentadas pela EMBRAPA - Uva e Vinho

- Indicação de Procedência Pinto Bandeira/RS
- Indicação de Procedência Altos Montes/RS
- Indicação de Procedência Região de Monte Belo/RS
- Denominação de Origem Vale dos Vinhedos/RS

IG(s) em desenvolvimento

- Indicação de Procedência Farroupilha/RS
- Indicação de Procedência Campanha/RS
- Indicação de Procedência Vale do Submédio São Francisco/BA

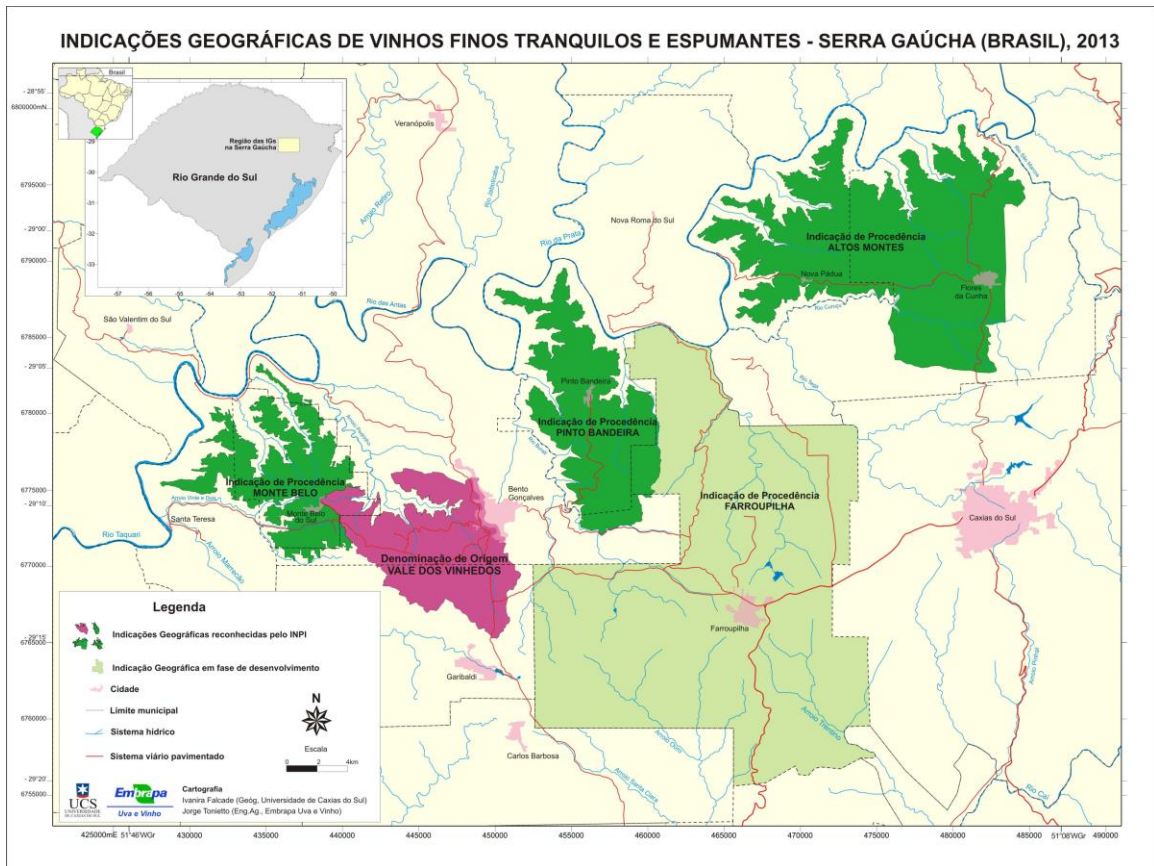


Figura 04: Mapa das indicações geográficas para vinhos da Serra Gaúcha
Fonte: EMBRAPA Uva e Vinho (2014)

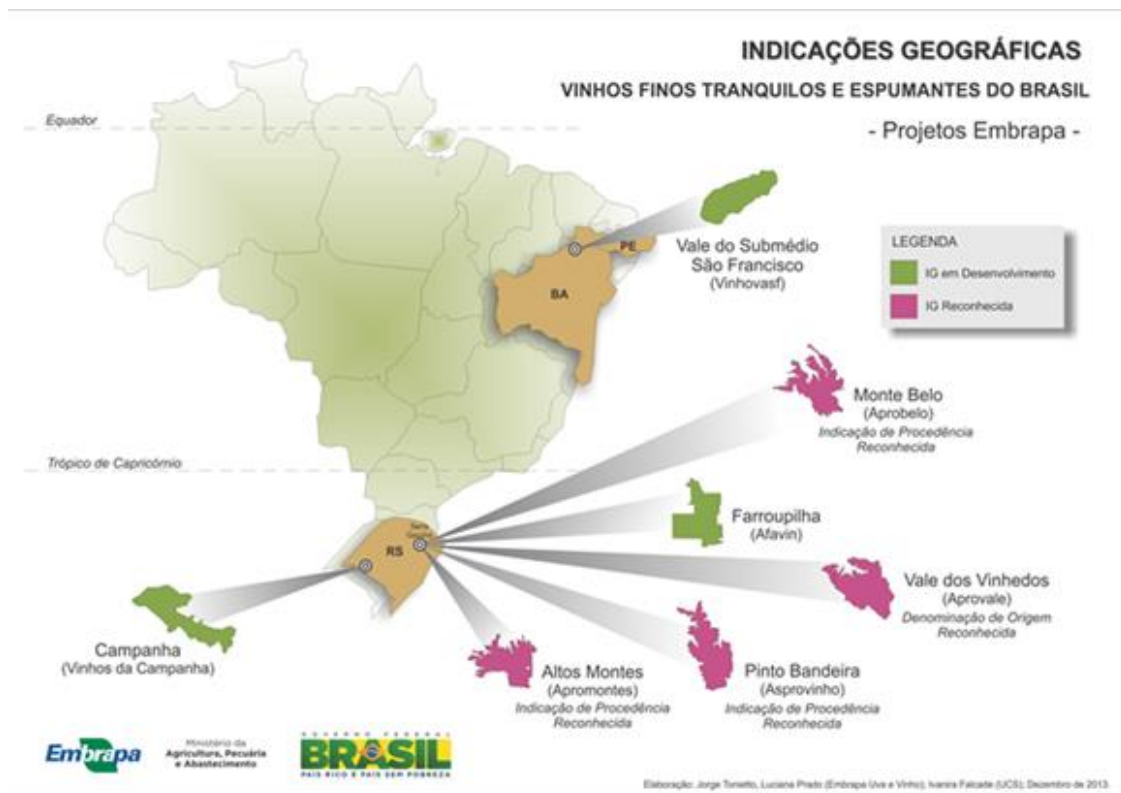


Figura 05 – Mapa com IG(s) reconhecidas e em desenvolvimento com o apoio da EMBRAPA CNPUV
Fonte: EMBRAPA Uva e Vinho (2014)

3.2.4 - Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI

Criado em 1970, o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) é uma autarquia federal vinculada ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), responsável pelo aperfeiçoamento, disseminação e gestão do sistema brasileiro de concessão e garantia de direitos de propriedade intelectual para a indústria INPI (2014).

Entre os serviços do INPI, estão os registros de marcas, desenhos industriais, indicações geográficas, programas de computador e topografias de circuitos, as concessões de patentes e as averbações de contratos de franquia e das distintas modalidades de transferência de tecnologia.

O INPI também vem atuando intensamente na disseminação da cultura da propriedade industrial como forma de aumentar a proteção aos ativos de propriedade industrial no Brasil e no que se refere às indicações geográficas, é responsável pelo estabelecimento das condições de registro das indicações geográficas no Brasil com base no parágrafo único do art. 182 da LPI/96 e seu registro propriamente dito.

A partir da criação da Coordenação de Fomento e Registro de Indicações Geográficas – COIND, vinculada à Diretoria de Contratos, Indicações Geográficas e Registros DICIG, em 2011, vem contribuindo para a consolidação do conceito de indicações geográficas na Brasil, participando em conjunto com outras instituições de apoio e fomento ao registro de indicações geográficas, assim como participação em eventos, exposições e palestras referentes ao tema em todo país.

O INPI através da COIND se empenha em consolidar parcerias com instituições como IBGE, MAPA, SEBRAE, INMETRO, EMBRAPA, IPHAN para disseminar informações técnicas junto aos órgãos de apoio e fomento como também às entidades representativas de produtores/prestadores de serviços no intuito de possibilitar uma melhor compreensão sobre os conceitos da propriedade industrial assim como a agregação de valor proporcionado pela organização das cadeias produtivas a partir do associativismo, da proteção aos bens culturais, da cooperação e estruturas de controle.

3.3 – INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS E DESENVOLVIMENTO LOCAL NO BRASIL

Atualmente existe certo entendimento entre os atores envolvidos com o fomento de indicações geográficas no Brasil sobre o papel crítico da cooperação na implementação dos

projetos de fomento e estruturação de indicações geográficas brasileiras. Por um lado, o Estado ainda possui um papel diminuto no desenvolvimento das IG(s), o que pode ser explicado devido a premência dos interesses do setor agroindustrial exportador que considera as estratégias de IG como uma espécie de barreira à entrada dos produtos brasileiros (basicamente *commodities*) no mercado europeu (BLUME; PEDROZO, 2008; DIAS, 2005).

Um fato que chama a atenção para o caso brasileiro, é a ausência de uma política, seja ela rural, vinícola ou em outros setores, que utilize o reconhecimento de indicações geográficas como ferramenta de desenvolvimento a exemplo do que é encontrado no PAC na CE ou até mesmo como observado em alguns países próximos como Chile³³, Peru³⁴ e Colômbia³⁵.

No caso do Brasil, e de outros países em desenvolvimento, o conceito de indicações geográficas é pouco conhecido e a implementação desses signos distintivos é recente e configura-se em um desafio a promoção do conceito e dos produtos distinguidos, seja devido a baixa quantidade e escala dos produtos já reconhecidos, seja pelo quase total desconhecimento do conceito no mercado doméstico por parte dos consumidores (MASCARENHAS; WILKINSON, 2014).

Alguns críticos das poucas experiências recentes no Brasil, afirmam que as IG(s) constituem um mecanismo excludente em virtude das condições de obtenção de seu reconhecimento pelo INPI e do tipo de mercado que permitem acessar. Argumentam que essas iniciativas estariam quase inerentemente voltadas a determinados grupos do setor de agronegócio ou, quando muito, à chamada agricultura familiar capitalizada (NIERDELE 2011).

Dentre os principais problemas observados nas indicações geográficas no Brasil, cita-se o baixo grau de organização dos produtores, as assimetrias na distribuição de renda e valor agregado ao longo da cadeia produtiva, o baixo protagonismo dos produtores de matéria-prima, os estabelecimentos de processamento, a excessiva restrição estabelecida por determinados regulamentos³⁶, as dificuldades de adequação dos produtores familiares à

³³ O Chile se destaca pelos acordos bilaterais envolvendo IG(s) para vinhos.

³⁴ O Peru faz parte do Acordo de Lisboa e as indicações geográficas são propriedade do Estado que pode licenciar os produtores interessados que se conformarem as condições estabelecidas nas especificações oficiais. Conta atualmente com forte incentivo governamental tendo registrado 08 IG(s) entre produtos agrícolas e artesanatos. (INDECOPI, 2014).

³⁵ A Colômbia se destaca por seus programas de proteção e incentivo ao registro de indicações geográficas e marcas coletivas para artesanatos conforme visto em Rocha e Mello (2012).

³⁶ Refere-se ao regulamento do uso do nome geográfico aplicado ao produto e/ou produtores das áreas de produção de indicações geográficas (inciso III do art, 6º da IN25/2013 INPI).

legislação, o baixo grau de elaboração dos produtos e a falta de canais de comercialização para os produtos identificados pelo sinal distintivo (NIERDELE 2011).

Outro argumento muito utilizado para o não investimento em políticas de valorização de indicações geográficas diz respeito ao baixo poder aquisitivo dos consumidores de países em desenvolvimento (ITC, 2009). No entanto, Nierdele (2009) argumenta que existe atualmente no Brasil uma parcela significativa de consumidores dispostos a consumir produtos diferenciados mas que direcionam seu consumo à produtos importados, em uma clara imitação dos consumidores de países mais desenvolvidos. Uma grande parcela destes consumidores ainda não reconhece nos produtos de origem nacional os mesmos atributos conferidos aos produtos importados de luxo. Isso se deve, em grande parte, a timidez como os atributos dos produtos locais são divulgados e o forte apelo comercial das IG(s) estrangeiras.

Uma questão relevante no caso brasileiro é o alcance de mercado. A literatura frequentemente cita como benefícios advindos do reconhecimento de indicações geográficas a melhoria de acesso aos mercados, principalmente naqueles nichos que valorizam os produtos de origem. Contudo, no caso brasileiro, ainda não se observou uma estratégia articulada que envolva a distribuição e oferta nos grandes mercados dos produtos distinguidos por esse signo distintivo. Conforme exemplificado por Nierdele (2009) *apud* Cerdan et al., (2008), a IG Pampa Gaúcho da Campanha Meridional para carne bovina e derivados, só atende poucas lojas especializadas em Porto Alegre da mesma forma como outros exemplos, também do sul do país, ainda não são ofertados nos mercados consumidores como a DO arroz do Litoral Norte Gaúcho ou produtos que utilizam o couro da IG Vale dos Sinos.

Um exemplo positivo da percepção de produto local frente ao consumidor é a do mercado de cachaça de alambique. Antes, tida como produtor inferior, a Cachaça vem alcançando a reputação de bebida diferenciada, a exemplo da produzida em Paraty que hoje é praticamente toda vendida localmente a turistas que visitam o balneário do Sul Fluminense. Entretanto, apesar do status alcançado, a divulgação da cachaça produzida em Paraty é feita praticamente de boca em boca, não existindo, ainda, uma forma articulada de divulgação e venda para fora do município, considerando, é claro, as limitações de escala de produção (MASCARENHAS, 2008).

Tendo em vista os argumentos expostos acima, parece claro que, a abordagem da questão da agregação de valor e do acesso a mercados em termos setoriais, a baixa participação de certos atores da cadeia produtiva – sobretudo de seus elos mais frágeis, os produtores de matérias-primas – leva a certo ceticismo em relação à capacidade das IG

constituírem uma ferramenta de desenvolvimento territorial. Contudo, corroborando com Nierdele (2011), não se pode considerar esses argumentos como uma regra geral, pois se faz necessário uma reflexão com relação às especificidades de determinados setores, para somente então se extrapolar para o nível territorial, buscando compreender os efeitos da implementação da IG para além dos atores diretamente envolvidos na cadeia produtiva.

Considerações finais

Através da pesquisa estatística dos pedidos/registros de IG no INPI, fica evidente a imaturidade do sistema no Brasil, tendo em vista o pouco tempo entre a internalização do conceito na legislação brasileira e os registros concedidos até o momento.

A experiência aparentemente mais consolidada refere-se à IG Vale dos Vinhedos reconhecida em 2002. Somente a partir de 2007 observa-se um aumento no número de solicitações, sendo que, o número de registros concedidos aumenta significativamente a partir de 2011 com um melhor andamento das solicitações por parte do INPI.

Poucos atores relevantes surgiram até o momento como apoiadores às ações de reconhecimento de IG no Brasil. Os projetos incentivados pela EMBRAPA Uva e Vinho e mais recentemente as ações realizadas pelo SEBRAE e MAPA constituem as iniciativas mais relevantes no que se refere ao apoio e fomento ao reconhecimento de indicações geográficas no Brasil.

A obtenção da concessão do registro de IG no INPI tornou-se o ponto de convergência entre as instituições oficiais no que se refere à condução das políticas de reconhecimento de indicações geográficas. Atualmente, o Ministério da Agricultura desempenha um papel importante na indução do reconhecimento de indicações geográficas no âmbito federal como forma de valorização de produtos agropecuários. No âmbito estadual, verifica-se ainda o pouco conhecimento dos órgãos estaduais com relação aos conceitos de IG, com exceções observadas em alguns estados.

Conforme verificado na pesquisa bibliográfica, o reconhecimento oficial proporcionado pelo registro da indicação geográfica no INPI, para determinado nome geográfico, apesar de sua importância como mecanismo legal de proteção, não é, sozinho, suficiente para criar as condições necessárias ao desenvolvimento das atividades econômicas relacionada à IG. Fatores como grau de organização e articulação entre os principais atores locais, o comprometimento de instituições de apoio e uma política de financiamento e acesso

a mercado, são fatores essenciais para aumentar a possibilidade de sucesso de um processo de reconhecimento de indicação geográfica para determinado produto ou serviço.

Portanto, o que se observa no atual estágio de desenvolvimento das IG(s) no Brasil são esparsas iniciativas de algumas instituições que utilizam o conceito de IG para incentivar a organização de alguns setores produtivos localizados, o que não chega a constituir uma política coordenada que sustente o reconhecimento de indicações geográficas como uma ferramenta de desenvolvimento.

A falta de estudos empíricos mais aprofundados sobre uma diversidade maior de IG(s) limita as conclusões definitivas sobre o impacto socioeconômico das IG no desenvolvimento local para o caso brasileiro.

Capítulo 4 – ESTUDO DE CASOS

Este Capítulo detalha a proposta de estudo de casos, como já mencionado inicialmente na metodologia da pesquisa de tese. No estudo de caso, a exemplo do proposto por Yin (2001), procura-se compreender os fenômenos sociais complexos existentes na sociedade a partir da investigação dos eventos da vida real, utilizando estratégias de pesquisa de modo a coletar e analisar provas empíricas.

Nesta pesquisa de tese foram consideradas, além dos elementos quantitativos e qualitativos, as experiências acumuladas pelo autor ao longo de quatro anos de trabalho com o tema.

4.2 – METODOLOGIA DO ESTUDO DE CASO

A proposta desta pesquisa de tese coaduna-se com a metodologia de estudo de caso e pode ser entendida como um estudo de natureza empírica, com uma abordagem essencialmente qualitativa mas com elementos quantitativos que podem ratificar ou não a percepção dos atores sobre determinados fenômenos. Como visto em Ferreira (2012), as duas abordagens podem ser utilizadas em um mesmo projeto de pesquisa, o autor cita o trabalho de Strauss e Corbin (2008) segundo o qual, a ênfase em uma das duas abordagens pode se dar em função do conhecimento, do treinamento ou convicção do pesquisador sobre o tema ou pela natureza do trabalho estudado.

Segundo Yin (2001), o estudo de caso pode ser tratado como importante estratégia metodológica para a pesquisa em ciências humanas, pois permite ao investigador um aprofundamento em relação ao fenômeno estudado, revelando nuances difíceis de serem enxergadas “a olho nu”. Além disso, o estudo de caso favorece uma visão holística sobre os acontecimentos da vida real, destacando-se seu caráter de investigação empírica de fenômenos contemporâneos.

A essência de um estudo de caso está, pois, no fato de ser uma estratégia para pesquisa empírica empregada para a investigação de um fenômeno contemporâneo, em seu contexto real, possibilitando a explicação de ligações causais de situações singulares (YIN, 2001).

O presente trabalho pode ser classificado como um estudo de caso exploratório procurando identificar, nos casos selecionados, os efeitos descritos na literatura com relação ao reconhecimento de indicação geográfica para determinados produtos, como por exemplo, as mudanças no setor produtivo favorecendo o desenvolvimento local. Tais mudanças podem ser interpretadas como desenvolvimento local quando implicam na formação e ampliação de

redes de cooperação entre os atores da cadeia produtiva, valorização dos produtos, da cultura e do saber fazer tradicional, além do fortalecimento de atividades correlatas como o turismo.

Considerando essas possíveis mudanças, pode-se interpretar que os esforços da coletividade de produtores locais para o reconhecimento de suas localidades como indicação geográfica constituem uma potencial ferramenta de desenvolvimento.

O esquema representado na Figura 06 sintetiza as relações entre o reconhecimento de indicações geográficas, as diversas dimensões sociais e econômicas do meio geográfico e a possível influência deste reconhecimento no desenvolvimento local que serão consideradas no estudo de casos.

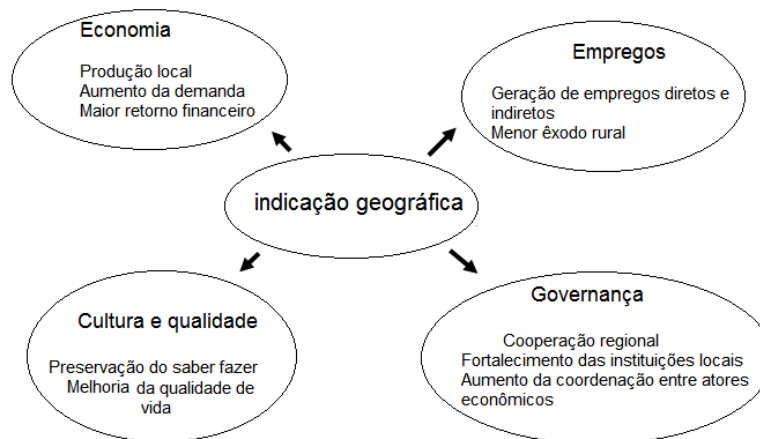


Figura 06: Esquema representando a interação entre o reconhecimento de indicações geográficas e esferas das relações sociais e econômicas locais.

Fonte: Adaptado de ITC 2009.

Conforme evidenciado ao longo da pesquisa bibliográfica e da pesquisa de campo, a relação direta entre alguns indicadores de desenvolvimento local e o reconhecimento de IG(s) no Brasil demonstrou ser de grande complexidade dado aos poucos trabalhos empíricos sobre o assunto, a imaturidade do tema no Brasil e a fragilidade das relações entre os atores mais relevantes e seus efeitos na cadeia produtiva. Desta forma, o estudo procurou evidenciar, na visão dos atores mais relevantes, os possíveis benefícios na adoção de um sistema de proteção e incentivo ao reconhecimento de indicações geográficas no Brasil, apontando as potencialidades e as dificuldades na implementação deste conceito como ferramenta de desenvolvimento local conforme preconizado pela literatura.

Com base nos argumentos desenvolvidos na Parte I desta tese, formulou-se as seguintes hipóteses a serem verificadas:

- a) O desenvolvimento local não é apenas o resultado de crescimento econômico expresso pela taxa de variação do PIB, mas envolve também outros sinais de

mudança estrutural (produtividade), externalidades (crescimento de atividades paralelas e complementares) e criação de organizações coletivas que estimulem inovações e sua difusão e apropriação;

- b) O simples reconhecimento das indicações geográficas outorgadas pelo Estado, ainda que importante, é insuficiente para que essas possam induzir o desenvolvimento local. Há que se considerar também a interação entre atores e entre estes e as instituições;
- c) Ainda que a maior parte da literatura aponte uma relação virtuosa entre reconhecimento de IG e desenvolvimento local, nem sempre esta relação é bem sucedida;
- d) Há que se considerar ainda a questão do período de tempo e tradição existente de cada caso selecionado como variáveis explicativas do sucesso e/ou do fracasso.
- e) Comparativamente ao modelo europeu, falta ainda ao sistema de indicações geográficas no Brasil uma estrutura, tanto legal como também em termos de arranjo institucional, que relacione o reconhecimento de IG(s) a uma política de desenvolvimento e valorização de produtos regionais como forma de induzir o desenvolvimento de setores produtivos locais, que poderiam se beneficiar do reconhecimento das indicações geográficas, como é caso dos produtos agropecuários, da agricultura familiar e das atividades artesanais.

Desta forma, o presente trabalho visa, através da proposta de estudo de casos, verificar a percepção dos atores relevantes quanto a mudanças e resultados aparentes que possam estar relacionados ao reconhecimento de indicações geográficas e interpretadas como desenvolvimento local.

4.2.1 – Seleção dos casos e as limitações do estudo

Devido à novidade que o registro de IG representa no Brasil, o pouco tempo de experiência entre o reconhecimento e os efeitos percebíveis nos agrupamentos produtivos existentes apresenta-se como um limitante no estudo dos impactos socioeconômicos do reconhecimento como IG(s) nas localidades envolvidas. No caso brasileiro, apenas um pequeno grupo de indicações geográficas encontra-se registrado no INPI há um tempo superior a 06 anos (considerando a abrangência da pesquisa). Conforme visto em ITC (2009), uma indicação geográfica para se consolidar, depende do esforços de organização da coletividade de produtores, do reconhecimento do mercado e do consumidor para que seus

benefícios possam ser perceptíveis, o que acontece, na maioria dos casos, em função de um longo tempo.

Considerando que o conceito de IG no Brasil é novo e a ausência de políticas que utilizem este ativo de propriedade intelectual como ferramenta de desenvolvimento, poucas experiências podem ser consideradas para efeito de estudo, tendo em vista a percepção de mudanças no local que podem se atribuídas ao reconhecimento da IG para determinado produto ou serviço.

Partindo do pressuposto que o tempo de reconhecimento de uma IG é um fator importante para avaliar as experiências existentes no caso brasileiro, verifica-se que apenas quatro indicações geográficas estão reconhecidas a mais de seis anos - considerando o ano de 2013 - são elas:

- Vale dos Vinhedos para produção de vinhos finos;
- Região do Cerrado Mineiro para café;
- Pampa Gaúcho da Campanha Meridional para carne bovina; e
- Paraty para aguardente de cana.

Dessas quatro IG(s) mais antigas, a pesquisa bibliográfica revelou uma quantidade considerável de trabalhos relacionados ao Vale dos Vinhedos: Dullius (2009), Falcade; Mandelli (1999), Falcade (2005), Fernandez (2012), Flores (2007), Jeziorny (2009), Nierdele (2009), Thaines (2011), Tonietto (2005), Schimidit (2010), Valduga (2012), Zanini (2007); alguns trabalhos relevantes sobre a Região do Cerrado Mineiro: Jesus; Ortega (2012), Mafra (2008), Ortega Et al. (2009), Ortega; Jesus (2011); e Paraty: Martins (2008), Mello (2012), Mendonça (2010), Rodrigues (2007), Trindade (2006), Barbosa (2011); poucos trabalhos relacionados a IG Pampa Gaúcho da Campanha Meridional: Souza (2009).

Uma análise da quantidade de informações disponíveis a respeito das indicações geográficas a mais tempo registradas, evidenciou-se que somente as IG(s): Vale dos Vinhedos, a Região do Cerrado Mineiro e Paraty dispunham de dados que apontavam para algum indício de consolidação dos locais como IG. Porém, a pesquisa revelou que, a exceção do Vale dos Vinhedos, poucos autores se aprofundaram sobre os efeitos do reconhecimento oficial como indicações geográficas para as localidades envolvidas.

Baseado no levantamento efetuado no banco de dados do INPI e na pesquisa bibliográfica preliminar, foram selecionadas como objeto de estudo de casos as indicações geográficas:

1. Vale dos Vinhedos para vinhos – Indicação de procedência e posterior denominação de origem
2. Região do Cerrado Mineiro para café em grãos verde – indicação de procedência e posterior denominação de origem
3. Paraty para aguardente de cana tipo cachaça – indicação de procedência

4.2.2 – Caracterização dos municípios mais relevantes

No levantamento realizado entre os municípios integrantes dos limites das indicações geográficas selecionadas, verificou-se que determinados municípios apresentam uma maior relevância em relação ao conjunto de municípios integrantes da IG. Para efeito de levantamento de dados secundários foram selecionados amostras dos municípios de maior relevância no caso da IG apresentar uma grande quantidade de municípios na área delimitada. A relevância foi considerada com base em informações das entidades representativas dos produtores, da importância dos municípios para as atividades relacionadas à IG, da área e da concentração de produtores na região delimitada. Para caracterização dos municípios foram consideradas a variação do IDH composto, do PIB, população, concentração da atividade produtiva e a área envolvida na IG.

4.2.3 - Caracterização do setor produtivo

De forma a caracterizar a atividade econômica relacionada à IG foram levantados dados relativos à história e a evolução da atividade produtiva relacionada a IG no período de abrangência do estudo, assim como a evolução da produção, faturamento, produtividade, número de empregos, escolaridade e faixa salarial dos empregados dos setores envolvidos com a atividade distinguida pela IG, assim como de atividades complementares que podem ter sofrido influência do reconhecimento da indicação geográfica como alojamentos e alimentação, atividades estas relacionadas ao turismo local.

4.2.4 – Efetividade do registro no INPI como fator de proteção ao nome geográfico

Para verificar a efetividade dos mecanismos de proteção da propriedade industrial foram efetuados levantamentos na base de dados do INPI a respeito dos pedidos de marcas relativos ao nome geográfico das IG(s) selecionadas de modo a verificar a utilização dos mecanismos de proteção ao uso do sinal distintivo (nome geográfico).

4.2.5 - Identificação dos atores mais relevantes

Conforme visto na fundamentação teórica, um dos principais elementos do desenvolvimento local refere-se ao grau de coordenação entre os principais atores envolvidos

na atividade econômica. A partir do levantamento histórico e econômico das regiões selecionadas como indicações geográficas, foram identificados os principais atores responsáveis pelos esforços para reconhecimento e governança das indicações geográficas.

Conforme já descrito no Capítulo 2, o reconhecimento oficial de uma indicação geográfica passa necessariamente pelo atendimento de algumas condições para o registro no INPI. Uma das condições é a apresentação de uma entidade representativa e a definição de regras relativas à utilização do sinal distintivo (no caso o nome geográfico registrado). Portanto, os produtores organizados em associações, cooperativas ou outra entidade jurídica representativa do agrupamento produtivo são atores relevantes da indicação geográfica.

Entidades de fomento, públicas ou privadas, de apoio técnico científico como também na estruturação de plano de negócios e fiscalização também se caracterizam como atores importantes dentro da estratégia de reconhecimento e manutenção da IG.

Os três casos estudados referem-se indicações geográficas para produtos relacionados a atividades agrícolas, o que vem a facilitar, em parte, a comparabilidade entre os diferentes ramos de atividades. De forma geral, foram identificados atores relevantes nos três casos dentre os atores abaixo relacionados:

- Setor produtivo: envolvendo o setor primário agrícola, produtores de matérias primas e o setor secundário industrial, produtores de produtos beneficiados;
- Entidades representativas, como associações, cooperativas e sindicatos, como agrupamentos de pessoas constituídas para realizar uma atividade coletiva de forma estável atingindo objetivos comuns, organizadas de forma democrática e sem fins lucrativos;
- Instituições de apoio técnico: envolvendo as instituições públicas e privadas responsáveis por assistência técnica, apoio logístico e geração de conhecimento científico e desenvolvimento tecnológico;
- Ambiente institucional: envolve as instituições governamentais responsáveis pelo fomento, promoção, regulamentação e fiscalização do setor, assim com as entidades do sistema financeiro;
- Consumidores: envolve os consumidores do mercado interno e externo com seus hábitos de consumo;
- Comercialização/mercado: envolve os canais de distribuição assim como as instituições e empresas que comercializam a produção industrial e/ou processada.
- Outros setores do território: envolve instituições e empresas públicas e privadas e pessoas físicas que formam parte dos territórios pesquisados.

Uma vez selecionados os atores relevantes para cada caso, foi efetuado estudo de percepção através de questionários e entrevistas com representantes de cada ator relevante na IG de forma a construir um quadro indicativo da percepção quanto a contribuição do reconhecimento da indicação geográfica às possíveis mudanças ocorridas no local que possam ser entendidas como desenvolvimento local.

4.2.6 – Levantamento de dados primários e os instrumentos de coleta de dados

A pesquisa de campo foi realizada no período de setembro a dezembro de 2014 com os principais atores das IG(s) identificadas na pesquisa preliminar, de modo a captar a percepção dos diferentes grupos que atuam na gestão, produção, apoio técnico-científico e apoio governamental das ações relacionadas à promoção e governança da IG.

Foi efetuado um total de 40 entrevistas, conforme detalhado no Quadro 05. Todas entrevistas foram realizadas na forma presencial, gravadas e consentidas mediante resposta ao correio eletrônico encaminhado às entidades representativas de produtores, de fomento e apoio técnico-científico, conforme Apêndice I. Apesar de não ter sido uma condição imposta pelos entrevistados, se evitará a referência direta dos autores das citações na ocasião da descrição das entrevistas. Os entrevistados e suas instituições estão informados em ordem alfabética após as referências bibliográficas.

Quadro 05: Detalhamento das entrevistas e coleta de dados primários nos trabalhos de campo efetuados no período de setembro a dezembro de 2014.

| IG | Atores relevantes identificados | Nº de entrevistados | Instrumento utilizado | Data | Local |
|---------------------------|--|---------------------|-----------------------|------------------------------|---|
| Região do Cerrado Mineiro | Federação dos Cafeicultores do Cerrado Mineiro | 02 | Apêndice III | 15/09/2014 | Belo Horizonte - MG, Semana Internacional do Café |
| | SEBRAE-MG | 02 | Apêndice IV | 15 e 16/09/2014 | Belo Horizonte - MG, Semana Internacional do Café |
| | Produtores de café | 12 | Apêndice II | 15 a 16/09/2014 e 31/10/2014 | Belo Horizonte - MG, Semana Internacional do Café, Uberlândia - MG evento de premiação aos melhores produtores de café de 2014 e Araguari - MG, visita à COOCACER |
| | Especialistas no Assunto | 04 | Apêndice IV | 15 a 16/09/2014 e 01/11/2014 | Belo Horizonte - MG, Semana Internacional do Café e Araguari - MG, visita à COOCACER |
| Paraty | APACAP | 02 | Apêndice III | 21/10/2014 | Paraty - RJ, sede da APACAP |
| | Produtores de aguardente | 06 | Apêndice II | 21/10/2014 | Paraty - RJ, sede da APACAP |
| | MAPA-RJ, INPI | 02 | Apêndice IV | 05/12/2014 e 20/12/2014 | Rio de Janeiro - RJ, sede do MAPA-RJ e INPI |
| Vale dos Vinhedos | APROVALE | 01 | Apêndice III | 11/11/2014 | Bento Gonçalves - RS, sede da APROVALE |
| | EMBRAPA Uva e Vinho e UCS | 04 | Apêndice IV | 11 a 13/11/2014 | Bento Gonçalves - RS, sede da EMBRAPA Uva e Vinho e campus da UCS |
| | Produtores de vinho | 05 | Apêndice II | 12/11/2014 | Bento Gonçalves - RS, Vale dos Vinhedos |
| | Secretaria Municipal de Turismo de Bento Gonçalves | 01 | Apêndice IV | 12/11/2014 | Bento Gonçalves - RS, prefeitura municipal |

Fonte: Organizado pelo autor

De forma a evitar a identificação direta dos entrevistados, foi utilizada tabela de codificação informando o tipo de ator, o número de entrevistas realizadas na ordem em que ocorreram e o ano da entrevista, conforme organizado na Tabela 01.

Tabela 01: Códigos dos entrevistados nas pesquisas de campo

| Entrevistados | Código | Nº |
|---|---------------|-----------|
| Entidades Representativa dos Produtores | ERP | 4 |
| Entidades de Fomento e Apoio Técnico/Científico | EFA | 8 |
| Produtores | PRO | 21 |
| Poder público | GOV | 1 |
| Especialistas no assunto | ESP | 5 |
| Total | | 40 |

Fonte: Organização do autor

Foram utilizados como instrumento de coleta de dados, questionário objetivo e roteiro de entrevista semiestruturada além de observação participante como ferramentas de coleta de dados de modo a avaliar a percepção dos entrevistados quanto à contribuição do reconhecimento da indicação geográfica: no aumento da visibilidade do local, na valorização dos produtos identificados pela IG, na melhora no ambiente organizacional dos produtores e avaliação quanto do marco legal quanto aos aspectos de proteção e indução ao desenvolvimento local.

Com relação às entrevistas semiestruturadas, as perguntas foram elaboradas de forma a caracterizar elementos básicos que são apoiados em teorias e nas hipóteses que se relacionam ao tema da pesquisa. Segundo Triviños (1987), os questionamentos em uma entrevista semiestruturadas dariam frutos a novas hipóteses surgidas a partir das respostas dos informantes. O autor, afirma que a entrevista semiestruturada:

“(...) favorece não só a descrição dos fenômenos sociais, mas também sua explicação e a compreensão de sua totalidade (...) além de manter a presença consciente e atuante do pesquisador no processo de coleta de informações.” (TRIVIÑOS, 1987, p. 152)

Segundo Manzini *apud* Marquezine *et al* (2003):

“(...) a entrevista semiestruturada está focalizada em um assunto sobre o qual confeccionamos um roteiro com perguntas principais, complementadas por outras questões inerentes às circunstâncias momentâneas à entrevista.” (MANZINI, 1990/1991, p.154)

Para o autor, esse tipo de entrevista pode fazer emergir informações de forma mais livre e as respostas não estão condicionadas a uma padronização de alternativas.

Foram utilizados os seguintes instrumentos de coleta de informações: um questionário estruturado (Apêndice II), dois roteiros de entrevistas semiestruturadas, um voltado para as entidades representativas de produtores (Apêndice III) e outro voltado para especialistas e instituições de fomento e apoio técnico-científico (Apêndice IV).

Indicadores qualitativos:

Os instrumentos de coleta de dados buscam verificar a percepção dos entrevistados quanto aos benefícios esperados e obtidos com o reconhecimento da IG como:

- Aumento da visibilidade do local e dos produtos distinguidos pela IG favorecendo atividades complementares como turismo;
- Valorização dos produtos no mercado;
- Melhoria da coordenação entre produtores e os outros elos da cadeia produtiva;
- Efetividade do marco legal quanto à proteção da IG;
- Indução ao desenvolvimento local

Desta forma, as entrevistas tiveram como propósito captar a impressão dos principais atores com relação ao sistema, procurando esclarecer as motivações para o reconhecimento das indicações geográficas, quais os benefícios esperados e quais os que efetivamente foram alcançados. A Tabela 02 apresentará a consolidação da percepção dos entrevistados nas pesquisas de campo como indicadores qualitativos.

Tabela 02: Consolidação da pesquisa de percepção a respeito dos benefícios do reconhecimento da IG

| Indicador | Métrica |
|--|---|
| Aumento da visibilidade | Melhorou – Piorou – Não houve mudança |
| Valorização dos produtos | Melhorou – Piorou – Não houve mudança |
| Aumento da coordenação do setor produtivo | Melhorou – Piorou – Não houve mudança |
| Aumento de atividades complementares | Melhorou – Piorou – Não houve mudança |
| Efetividade do marco legal: | |
| Quanto à proteção ao nome geográfico | Suficiente – pouco eficiente – insuficiente |
| Como ferramenta de desenvolvimento local | Suficiente – pouco eficiente - insuficiente |

Fonte: Organização do autor

4.2.7 - Levantamento de dados secundários e definição de indicadores

A pesquisa em dados secundários foi dividida em coleta de dados sobre os municípios envolvidos na IG e o setor produtivo cujos produtos se beneficiam com a distinção da IG. Foram utilizadas como fontes de dados, fontes documentais baseadas em levantamentos bibliográficos e dados obtidos na literatura de modo a corroborar evidências de outras fontes de dados e/ou acrescentarem informações aos dados obtidos de fontes primárias.

A coleta de dados secundários ocorreu nos bancos de dados disponíveis podendo-se citar os dados disponibilizados nas páginas oficiais do Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Ministério do Trabalho (MTE), Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA) entre outros.

Os Indicadores selecionados visam verificar:

- Evolução na coordenação entre os produtores e a variação do número de produtores aderentes à indicação geográfica;
- Evolução do setor relacionado à IG em termos de produção, produtividade e número de empregados e valorização dos produtos;
- Mão de obra: evolução do emprego, grau de instrução e salários no setor produtivo considerando os produtores de matéria prima, manufatura e atividades paralelas como as relacionadas ao turismo (alojamentos e alimentação).
- Eficácia dos mecanismos de proteção da propriedade industrial: número de oposições à pedidos de marcas, verificação da efetividade do registro como forma de restrição ao uso do nome geográfico por parte de terceiros.

As Tabelas 03 a 08 descrevem os indicadores selecionados que fizeram parte do levantamento de dados secundários para as três indicações geográficas pesquisadas:

Indicadores quantitativos:

Tabela 03: Indicadores socioeconômicos dos municípios relevantes em termos de IG

| Indicador | Métrica |
|-------------------------------|----------------------------|
| População | Habitantes/ano |
| Área territorial | Km ² |
| Densidade populacional | Habitantes/Km ² |
| IDHM | Índice padronizado |
| PIB municipal | Mil R\$ |

Tabela 04: Indicadores de produção de matéria prima local relacionada ao produto da IG

| Indicador | Métrica |
|----------------------------------|---------------------------|
| Nº de unidades produtivas | Unidades/ano |
| Produção | R\$/Tonelada |
| Produtividade | Toneladas/ha |
| Faturamento | R\$/Toneladas |
| Empregos formais | Empregados /ano |
| Salários | Faixas salariais/ano |
| Escolaridade | Nível de escolaridade/ano |

Tabela 05: Indicadores produção do produto manufaturado da IG

| Indicador | Métrica |
|-------------------------------|---------------------------|
| Nº de estabelecimentos | Unidades/ano |
| Empregos | Empregados/ano |
| Produção | Unidades/ano |
| Salários | Faixas salariais/ano |
| Escolaridade | Nível de escolaridade/ano |

Tabela 06: Indicadores das atividades complementares (alojamentos e alimentação no caso de turismo relacionado à IG)

| Indicador | Métrica |
|-------------------------------|---------------------------|
| Nº de estabelecimentos | Unidades/ano |
| Empregos | Empregados/ano |
| Salários | Faixas salariais/ano |
| Escolaridade | Nível de escolaridade/ano |
| Fluxo de turistas | Visitantes por ano |

Tabela 07: Número de associados à entidade representativa de produtores gestora da IG

| Indicador | Métrica |
|-------------------|------------------|
| Associados | Nº de associados |

Tabela 08: Indicadores da utilização da Propriedade industrial

| Indicador | Métrica |
|---|--|
| Pedidos de marcas relacionados à IG | Nº de Pedidos de marcas solicitadas no INPI envolvendo o nome geográfico da IG |
| Efetividade do registro de IG na exclusão de terceiros do uso do nome geográfico | Nº de registros, oposições, arquivamentos e indeferimentos de marcas relacionadas ao nome geográfico da IG |

4.2.8 – Quadro de análise

Uma vez coletados os dados primários e secundários, fez-se uso dos seguintes meios para organização e classificação das informações:

(i) estatísticas descritivas simples, com geração de Tabelas e Gráficos contendo informações estatísticas do evento analisado de forma a poder verificar padrões e tendências de determinado fenômeno.

(ii) para as entrevistas e análise das perguntas abertas foi utilizada a técnica de análise de discurso, que segundo Bardin (apud Richardson *et al.*, 1999, p. 223) refere-se a um conjunto de técnicas de análise da comunicação visando obter, através de procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam inferir conhecimentos relativos às condições de produção/percepção (variáveis inferidas) dessas mensagens.

A análise de conteúdo é, particularmente, utilizada para estudar material de tipo qualitativo. Deve-se fazer uma leitura para organizar as ideias incluídas para, posteriormente, analisar os elementos e regras que as determinam (RICHARDSON *et al.*, 1999).

Desta forma, os dados coletados nas entrevistas e nas perguntas abertas foram todos digitados, classificados e agrupados em temas, propiciando análises quantitativas e principalmente qualitativas dos dados.

Estas análises geraram dados qualitativos e dados quantificados, que, de acordo com Straus e Corbin (2008), ocorre quando os dados de entrevistas e observações, normalmente associadas aos métodos qualitativos, são codificados de uma forma que permita que sejam estatisticamente analisados.

Cada caso estudado será discutido com base nos objetivos específicos que orientam a tese visando uma análise comparativa dos três casos de forma a construir um quadro da contribuição do reconhecimento de indicações geográficas ao desenvolvimento das localidades.

Considerações finais

A relação entre desenvolvimento local e indicações geográficas, apesar da aderência do conceito de indicação geográfica com os fundamentos das teorias sobre desenvolvimento local e territorial pesquisados, é de difícil comprovação quantitativa devido ao grande número de variáveis e fatores concorrentes. Tal dificuldade foi tema de estudos conforme visto em ETEPS (2006), Bramley (2011), entre outros citados no Capítulo 1, considerando modelos onde o reconhecimento de IG é utilizado como política de desenvolvimento, como o observado no PAC da CE. No caso brasileiro, onde reconhecimento de IG se mostra ainda iniciante e sem o respaldo de uma política que utilize o conceito de IG(s) como ferramenta de desenvolvimento, tal verificação se torna ainda mais complexa. A metodologia de estudo de casos, considerando a pesquisa de percepção com alguns atores relevantes das IG(s) em conjunto com alguns indicadores socioeconômicos associados à observação participante, pode trazer algumas informações importantes sobre o atual estágio de desenvolvimento do sistema de reconhecimento de IG no Brasil.

A presente pesquisa, sem a pretensão de ser um estudo exaustivo sobre o tema, é um estudo exploratório, e como tal, sua grande contribuição é apontar possíveis razões para o sucesso ou fracasso da relação entre IG e desenvolvimento local, considerando a especificidade de cada ramo de atividade, no intuito de apresentar sugestões para o aperfeiçoamento do sistema no Brasil e sua contribuição como ferramenta de desenvolvimento local.

PARTE III – RESULTADOS E DISCUSSÃO

Capítulo 5 – CASO 1 –VALE DOS VINHEDOS

O Vale dos Vinhedos foi a primeira indicação geográfica brasileira reconhecida oficialmente, no ano de 2002, para os produtos, vinhos finos e espumantes na espécie de indicação de procedência sendo posteriormente reconhecida como denominação de origem em 2012.

Situa-se na Serra Gaúcha, região reconhecida como a mais tradicional na produção de uvas e vinhos do Brasil. Foi uma das primeiras regiões da Serra Gaúcha a ser ocupada por imigrantes italianos no final do século XIX. Sua delimitação geográfica, considerando a delimitação da indicação de procedência, envolve parte dos municípios de Monte Belo do Sul, Garibaldi e Bento Gonçalves sendo 61,07% no município de Bento Gonçalves, 33,49 % no município de Garibaldi e 5,44 % no município de Monte Belo do Sul, conforme apresentada na Figura 08. Critérios topoclimáticos foram considerados na sua delimitação (FALCADE e MANDELLI, 1999).

5.1 – HISTÓRICO

Os esforços para a organização dos vitivinicultores da região iniciaram-se em 1995 com a fundação da Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos – APROVALE em resposta a crise que envolveu o setor com a abertura comercial e a concorrência com produtos estrangeiros de melhor qualidade. A entidade foi fundada em 21 de fevereiro de 1995 e tem como missão promover o desenvolvimento sustentável do Vale dos Vinhedos através do enoturismo, da integração entre os associados e a comunidade, do fomento à busca contínua da excelência em produtos e serviços por meio da qualificação dos produtos vinícolas e derivados, do estímulo e da promoção do potencial turístico da região. Cabe a APROVALE o controle dos produtos protegidos pela Indicação Geográfica (IG) do Vale dos Vinhedos e a gestão desta IG. A associação constituída inicialmente por 06 vinícolas, contava em 2014, com 29 vinícolas associadas e 35 empreendimentos de apoio ao turismo, como hotéis, pousadas, restaurantes, entre outros (APROVALE, 2014).

A estratégia de valorização dos vinhos produzidos no Vale dos Vinhedos teve como ponto fundamental o apoio técnico da EMBRAPA – Centro Nacional de Pesquisa de Uva e Vinho (EMBRAPA-CNPUV) também conhecido como EMBRAPA Uva e Vinho, com seu centro de pesquisa situado na cidade de Bento Gonçalves. A EMBRAPA participou ativamente da reestruturação do setor vitivinícola da Serra Gaúcha, em especial nos anos de

1990, com a abertura de mercado, o que levou a um aumento da concorrência do produto nacional com os produtos importados de alto nível de qualidade.

Em 2012, os vinhos da região passaram a ser reconhecidos como vinhos de denominação de origem devido ao reconhecimento da influência do meio geográfico nas qualidades e características do produto, incluindo fatores naturais e humanos, conforme definido na LPI/96 e nas condições de registro do INPI.

Atualmente, o Vale dos Vinhedos é tido como uma referência de sucesso entre as experiências com indicações geográficas no Brasil e apontada como um exemplo em termos de uma dinâmica de desenvolvimento localizado.

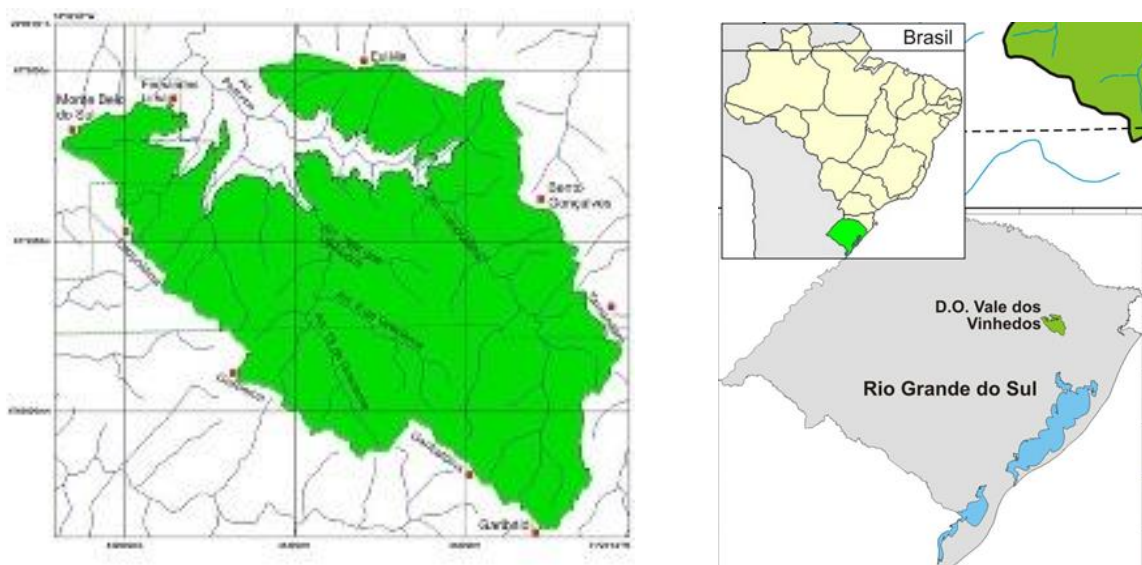


Figura 08: Mapa de delimitação da Indicação de Procedência Vale dos Vinhedos
Fonte: INPI – APROVALE (2000)

5.2 - OS PEDIDOS DE REGISTRO DE RECONHECIMENTO DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA VALE DOS VINHEDOS NO INPI

Primeiramente o pedido de registro do reconhecimento do nome geográfico Vale dos Vinhedos foi requerido como indicação geográfica na espécie de Indicação de Procedência, sendo o mesmo protocolizado no INPI sob o número IG200002 em 06/07/2000, tendo como requerente a Associação de Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos – APROVALE. O registro foi concedido em 19/11/2002 e publicado da Revista da Propriedade Industrial - RPI nº 1663.

No pedido de registro constavam comprovações de que o local havia se tornado conhecido pela produção de vinhos e, para tanto, foram apresentados documentos abordando o histórico da colonização italiana a partir de 1875, o cultivo e a produção de vinho como

forma de manutenção da identidade dos colonos, o desenvolvimento da agricultura nas décadas de 1920 e 1930 do século XX e a gradativa especialização vitivinícola na região (APROVALE, 2000).

O pedido apresentava uma delimitação realizada através de estudos edafoclimáticos³⁷ produzidos pela Universidade de Caxias do Sul (UCS) onde são destacadas as características como altitude, índice pluviométrico, clima temperado com temperatura média de 16 a 17°C e detalhes do relevo e composição dos terrenos (APROVALE, 2000).

De forma a atender as condições de registro no INPI, um regulamento de uso do nome geográfico foi proposto, definindo: os produtos como vinhos tintos, brancos ou espumantes; a necessidade de produção dentro dos limites definidos no documento oficial expedido pela EMBRAPA Uva e Vinho e pela UCS; e a limitação de cepas de uvas *Vitis viníferas* principais para vinhos tintos: Merlot, Cabernet Sauvignon e Tannat; para vinhos brancos: Riesling, Chardonnay e Malvasia; cepas acessórias para vinhos tintos: Gamay, Pinot Noir e Cabernet Franc; para vinhos brancos: Moscato, Semmelon e Sauvignon.

A limitação das cepas seguiu a lógica da valorização das variedades mais adaptadas valorizando os vinhos da área demarcada, aumentando a identidade dos produtos coma área de produção.

O regulamento proposto também delimitava o rendimento máximo de uvas por hectare, as características do vinho, o processo de vinificação, envelhecimento e engarrafamento que obrigatoriamente tem que acontecer na área delimitada, a rotulagem e as penalidades para eventuais violações do uso do nome geográfico (APROVALE, 2000).

As vinícolas inicialmente participantes da APROVALE, na ocasião do pedido de registro de Indicação de Procedência, totalizavam 17 estabelecimentos conforme descrito na Quadro 06. Segundo informação da APROVALE (2013) uma vinícola se retirou da Associação antes do registro em 2002, perfazendo, portanto, um total de 16 vinícolas que deram início às condições estabelecidas na IP Vale dos Vinhedos.

³⁷ Relativo ao solo e ao clima (ex.: o vinho é produzido em condições edafoclimáticas excepcionais)

Quadro 06: Relação de vinícolas participantes da APROVALE na ocasião da entrada do pedido de registro de IP no INPI.

| VINÍCOLAS INTEGRANTES DO PEDIDO DE IP |
|--|
| LAURINDO VINHOS FINOS LTDA – ME |
| LUIZ VALDUGA E FILHOS LTDA |
| ADEGA CAVALLERI LTDA |
| VINHOS CASA GRACIEMA IND. E COM. LTDA |
| CASA CORDELIER IND. DE BEBIDAS LTDA |
| VINÍCOLA MIOLO LTDA |
| ADEGA DE VINHOS DOM CÂNDIDO |
| VINÍCOLA MARCO LUIGI LTDA |
| TECNOVIN DO BRASIL LTDA |
| ADEGA CASA DE MADEIRA |
| DÉCIO GERÔNIMO TASCA |
| CAVE DA PEDRA LTDA |
| CALZA JUNIOR IND. COM. LTDA |
| VINÍCOLA PIZZATO LTDA |
| GERMANO A. TITON E FILHOS LTDA |
| VALLONTANO VINHOS NOBRES LTDA |
| VINÍCOLA LÍDIO CARRARO LTDA |

Fonte: APROVALE (2000)

A APROVALE vinculou a aplicação da representação gráfica “Vale dos Vinhedos”, conforme Figura 09, às garrafas dos vinhos credenciados após passar pelos critérios de controle e seleção determinados no regulamento de uso do nome geográfico.



Figura 09: Representação da Indicação de Procedência Vale dos Vinhedos

Fonte: APROVALE (2000).

A estrutura de controle para a identificação dos vinhos selecionados se baseou nas condições estabelecidas pelo conselho regulador da Indicação Geográfica a quem compete orientar e controlar a produção, elaboração e qualidade dos produtos da IG.

A indicação geográfica Vale dos Vinhedos, segue originalmente a disciplina do regulamento estabelecido para sua operacionalidade regulado por um conselho regulador, onde a aplicação das normas para a fabricação do produto distinguido pelo sinal distintivo é observada. O regulamento aprovado para a Indicação de Procedência Vale dos Vinhedos incorporou inovações em relação a produção convencional de vinhos no Brasil. Tais

inovações, conforme descritas em Tonietto (2002), incluem aspectos da produção, do controle e da comercialização de vinhos de qualidade como:

- Delimitação da área da IG por fatores edafoclimáticos, cultivares de uvas *Vitis viníferas* previamente autorizadas;
- Limitação no rendimento máximo de produção de uvas por unidade de área, no sentido de valorizar a qualidade da uva e dos produtos; de obter o rendimento;
- Rastreabilidade da matéria prima, intensificando as características locais e incentivando a produção local de uvas;
- Definição de produtos vinícolas orientados para a maior potencialidade regional;
- Elaboração, envelhecimento e engarrafamento na área delimitada, o que beneficia e concentra a mão de obra local;
- Controle de produção vitícola e enológica;
- Padrões de qualidade e identidade sensorial dos produtos;
- Sinal distintivo para o consumidor na forma de rotulagem para identificação dos produtos produzidos na IG.

Em 16/08/2010 foi apresentada pela APROVALE um novo pedido de registro do reconhecimento de indicação geográfica para o nome geográfico Vale dos Vinhedos na espécie de Denominação de Origem para os produtos vinhos e espumantes sob o número IG201008 (APROVALE, 2010).

Na ocasião, a APROVALE representava um grupo de 35 produtores de vinhos conforme consta no Quadro 07. Observa-se que das 16 vinícolas participantes da APROVALE na ocasião do primeiro pedido de IG, muitas mudaram de razão social ou foram desmembradas. Outras vinícolas, já existentes aderiram à APROVALE ao longo do período, outras foram criadas (ou formalizadas) em tempos mais recentes.

Quadro 07: Produtores de vinho associados à APROVALE na ocasião do pedido de DO

| ASSOCIADOS - APROVALE |
|---|
| ADEGA CAVALLERI LTDA √ |
| ADEGA E VINHEDOS DOM ELIZIÁRIO LTDA ME |
| ANGHEBEN ADEGA DE VINHOS FINOS LTDA |
| CASA DI ZORDI VINÍCOLA LTDA (Peculiare Vmhos Finos) \ |
| CASA VALDUGA VINHOS FINOS LTDA |
| COOPERATIVA VINÍCOLA AURORA LTDA |
| DÉCIO GERONIMO TASCA LTDA ME (Famiglia Tasca) |
| DEL VALE VINHOS FINOS LTDA (Terragnolo Vinhos Finos) |
| VJ VINHOS LTDA. - ME (Vinhos Titton) |
| CEFET-BG - Centro Federal de Educação Tecnológica de BG (IFRS CAMPUS BENTO) |
| INDÚSTRIA VINÍCOLA TOSCANA LTDA |
| MILANTINO VINHOS FINOS LTDA - ME |
| MOËT HENNESSY DO BRASIL VINHOS E DESTILADOS LTDA (Chandon) |
| VALLONTANO VINHOS NOBRES LTDA |
| VINHOS DON LAURINDO LTDA |
| VINHOS LARENTIS LTDA. |
| VINHOS RESERVA DA CANTINA LTDA (Michele Carraro) |
| VINÍCOLA ALMAÚNICA LTDA |
| VINÍCOLA BALDESSARELLI LTDA (Vinhos Finos Della Chiesa) |
| CALZA JÚNIOR IND E COM DE VINHOS LTDA (VINÍCOLA CALZA LTDA) |
| VINÍCOLA CAVAS DO VALE LTDA |
| VINÍCOLA CAVE DE PEDRA LTDA |
| VINÍCOLA CORDELIER LTDA |
| VINÍCOLA DOM CÂNDIDO LTDA |
| VINÍCOLA ALMAÚNICA LTDA. |
| VINÍCOLA BALDESSARELLI LTDA (Vinhos Finos Della Chiesa) |
| CALZA JÚNIOR IND E COM DE VINHOS LTDA (VINÍCOLA CALZA LTDA) |
| VINÍCOLA CAVAS DO VALE LTDA. |
| VINÍCOLA JÚLIO BRAN DELLI LTDA |
| VINÍCOLA LÍDIO CARRARO LTDA |
| VINÍCOLA MARCO LUIGI LTDA. |
| VINÍCOLA MIOLO LTDA |
| VINÍCOLA PIZZATO LTDA |
| VINÍCOLA TORCELLO LTDA. |
| WINE PARK S/A (Gran Legado) |

Fonte: APROVALE (2010).

Como cumprimento das condições para o reconhecimento na espécie de denominação de origem definidas nas condições de registro do INPI à época, a requerente apresentou, entre outros, comprovações da influência do meio geográfico na qualidade e características do produto baseando-se na descrição dos fatores ambientais e humanos presentes no local que impactam no cultivo da uva e na vinificação para produção de vinhos finos. Foram apresentados o contexto geográfico no estado do Rio Grande do Sul e na Serra Gaúcha, a descrição do relevo, o uso e a cobertura do solo na região delimitada, o contexto geológico e

geomorfológico, a composição dos solos, o clima, assim como os métodos de cultivo e vinificação presentes na região do Vale dos Vinhedos DO.

A delimitação apresentada para a denominação de origem consiste em uma área menor que o registro anterior. A área geográfica delimitada da Denominação de Origem Vale dos Vinhedos possui uma área total de 72,45 km² nos municípios de Bento Gonçalves, Garibaldi e Monte Belo do Sul. Está localizada, aproximadamente, entre as latitudes 29°08' e 29°15' S e longitudes 51°30' e 51°39' WGr, conforme o mapa representado na Figura 10.

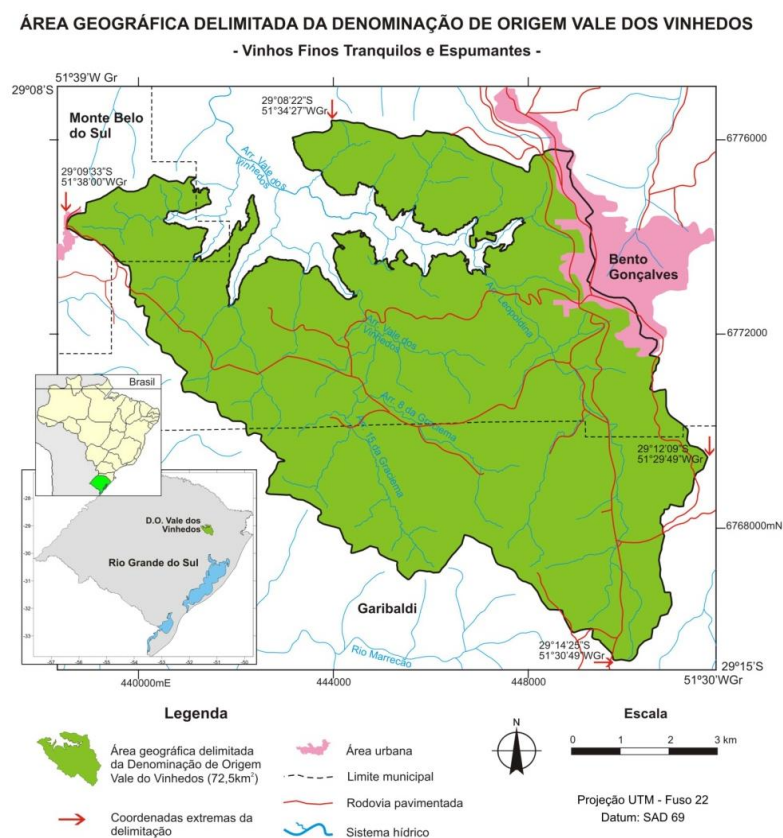


Figura 10: Área geográfica delimitada para a Denominação de Origem.

Fonte: EMBRAPA Uva e Vinho apresentado como documento de delimitação em APROVALE (2010).

O regulamento de uso da DO estabeleceu as condições para a utilização do símbolo distintivo criado pela APROVALE aos seus associados. Entre as regras estabelecidas, pode-se destacar entre as mais importantes, a necessidade de se estar produzindo nos limites estabelecidos pelo documento oficial que delimitou a área geográfica da DO, as cultivares autorizadas, o sistema de produção, a qualidade das uvas e a vinificação, a rastreabilidade das uvas que devem ser 100% produzidas na área de produção autorizada, os produtos autorizados e os padrões de identidade e qualidade físico-química e sensorial dos produtos, que devem ser autorizados após serem submetidos ao controle do conselho regulador da DO.

Os vinhos credenciados fazem jus à aplicação da representação “DO Vale dos Vinhedos” conforme Figura 11:



Figura 11: Identificação para os vinhos classificados como denominação de origem Vale dos Vinhedos, segundo os critérios do regulamento de uso.

Fonte: APROVALE (2010).

5.2.1 - A evolução da indicação geográfica Vale dos Vinhedos de IP para DO

Segundo descrito no pedido de registro IG201008, na espécie de denominação de origem, os principais elementos de construção e desenvolvimento da indicação geográfica Vale dos Vinhedos indicam de forma objetiva a evolução das condições estabelecidas na ocasião do pedido de indicação de procedência para as condições presentes na denominação de origem. A seguir, destaca-se a evolução da IG até o estágio atual (APROVALE, 2010).

Até 1995, a área do atual Vale dos Vinhedos era uma região de produção de uvas e vinhos que não evidenciava maior diferenciação no contexto da Serra Gaúcha vitivinícola. Não havia uma territorialidade particular e a produção de uvas e vinhos não tinha foco na região delimitada. Também não existiam diretrizes específicas para o direcionamento da qualidade da produção de uvas e vinhos no local.

Em 1995, com a criação da APROVALE, teve início o processo coletivo de conquista da qualificação da produção de vinhos finos com foco na origem. Quando reconhecido como Indicação de Procedência (IP) em 2002, o Vale dos Vinhedos tinha estruturada uma produção vitivinícola com um Regulamento de Uso aplicado à respectiva área delimitada (APROVALE, 2010).

Após quase uma década de existência efetiva da IP Vale dos Vinhedos, esta região tomou-se reconhecida pela excelência na produção de vinhos de qualidade. O número de vinícolas associadas da APROVALE, que no ano de sua criação - 1995, era de apenas 6, chegou a 16 em 2002 e a 31 em 2010.

Os produtores da IP ganharam grande experiência na produção de vinhos com indicação geográfica. A APROVALE se qualificou para controlar e promover seus vinhos, com o suporte do Conselho Regulador da IP. Isto diferenciou a região em termos de produção de vinhos, incorporando a filosofia e os procedimentos afetos às indicações geográficas pela primeira vez no Brasil (APROVALE, 2010).

O Regulamento de Uso da IP incorporou inúmeros elementos característicos das denominações de origem, destacando-se a produção de uvas, a elaboração dos produtos, bem como o envelhecimento e o engarrafamento dos mesmos na área geográfica delimitada. Ainda, destaca-se os rígidos controles de qualidade dos produtos, através de análises químicas e sensoriais em 100% dos vinhos certificados sob controle do Conselho Regulador (APROVALE, 2010).

Conforme APROVALE (2010), o Regulamento de Uso da Denominação de Origem Vale dos Vinhedos ampliou em muito as especificidades do meio geográfico (fatores naturais e fatores humanos), resultando em produtos com qualidades e características bastante específicos e originais. Comparando o Regulamento de Uso de IP com o da DO Vale dos Vinhedos, podem ser destacados os seguintes pontos:

- exclusão da área geográfica com características menos homogêneas (abaixo de 400m);
- redução das variedades de uvas autorizadas de 10 para apenas 02;
- restrição quanto ao sistema de condução da videira;
- aumento de 85 para 100% de utilização de uvas locais;
- redução de 07 para 03 os tipos de vinhos produzidos na região que levarão o signo distintivo da DO;
- restrição ao número de produtos e variedades específicas que poderiam compor as diferentes categorias de vinhos;
- estabelecimento de padrões enológicos específicos de vinificação e de envelhecimento;
- controles e rastreabilidade mais rígidos.

5.3 - IMPACTOS POTENCIAIS DO RECONHECIMENTO DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA VALE DOS VINHEDOS

Segundo Tonietto (2002), o reconhecimento oficial proporcionado pelo registro da indicação geográficas no INPI tem potencial para trazer um conjunto de mudanças capazes de dar suporte ao desenvolvimento orientado da vitivinicultura na região. O autor cita como benefícios:

a) As repercussões positivas na área geográfica de produção - trazendo satisfação aos produtores, que veem seus produtos comercializados com a indicação geográfica correspondente ao seu local de trabalho, valorizando sua propriedade e estimulando investimentos na própria zona de produção - novos plantios e replantios; melhorias

tecnológicas no campo e na agroindústria do vinho; aumento da participação do produtor no ciclo de comercialização dos produtos; estímulo a elevação do seu nível técnico e a melhoria qualitativa dos produtos, já que os mesmos são submetidos a controles de produção e de elaboração; contribuição para a preservação das características e da tipicidade dos produtos, o que se constituem num patrimônio de cada região; possibilidade de incremento às atividades de enoturismo.

b) Repercussões de caráter mercadológico - aumenta o valor agregado dos produtos e/ou gera maior facilidade de colocação no mercado; os produtos ficam menos sujeitos à concorrência com outros produtos de preço e qualidade inferiores; melhora e torna mais estável a demanda do produto, pois cria uma confiança do consumidor que, sob a etiqueta da indicação geográfica, sabe que vai encontrar um produto de qualidade e com características regionais; permite ao consumidor identificar perfeitamente o produto dentre outros, inclusive de preços inferiores;

c) Do ponto de vista da proteção legal - oportuniza mecanismos legais contra fraudes e usurpações, facilitando a ação contra o uso indevido da indicação geográfica.

5.4 - CARACTERIZAÇÃO DOS MUNICÍPIOS DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA VALE DOS VINHEDOS

A indicação geográfica Vale dos Vinhedos tem seus limites definidos por fatores históricos que envolvem a ocupação dos colonos italianos e fatores edafoclimáticos, conforme já mencionado. A maior parte do Território da Indicação Geográfica Vale dos Vinhedos encontra-se no Município de Bento Gonçalves que também é o município de maior relevância em termos populacionais e econômicos.

Bento Gonçalves apresentava uma população estimada de 111.384 habitantes em 2013, sendo o município com o 145º IDHM nacional. (IBGE, 2014)

Foi emancipado em 11 de outubro 1890 e possui aproximadamente 383 Km² de área. O PIB *per capita*, em 2011, era de R\$ 30.877,32. A economia é movimentada, em ordem de faturamento, pelos setores moveleiro, metalúrgico, vinícola e de transportes. O setor vinícola é o terceiro maior setor econômico do município, respondendo com 12,39% de participação, contando com vinícolas de pequeno, médio e grande porte. O município começou a ser formado a partir de 1875 com a chegada de imigrantes oriundos do Tirol Austríaco e da região de Vêneto, na Itália (VALDUGA, 2007).

Monte Belo do Sul possui uma população de 2.720 pessoas, em uma área de 69,37 Km², ocupa a 508ª posição no IDHM nacional e possuía um PIB *per capita* em 2011 de R\$ 27.868,22. A vitivinicultura é responsável por 95% da produção agrícola do município que

possui mais de 90% da sua economia vinculada à agricultura. Monte Belo do Sul foi emancipado de Bento Gonçalves em 1993, tendo sido igualmente colonizada por imigrantes de origem italiana. Em 2013 o município também foi reconhecido como indicação de procedência para vinhos finos.

Já Garibaldi teve sua emancipação datada de 1900 e, assim como a maioria dos municípios da Serra Gaúcha, sofreu forte influência da imigração europeia no final do século XIX, principalmente dos italianos assim como da cultura francesa transmitida pelas congregações religiosas que se instalaram no município. Também recebeu aporte de imigrantes sírio-libaneses, que influenciaram no comércio local (VALDUGA, 2007).

Em 2013 Garibaldi contava com uma população de cerca de 32.500 pessoas, tendo a vitivinicultura como uma das principais atividades econômicas, contribuindo com cerca de 18% da economia, sendo o quarto maior faturamento do município. O município de Garibaldi compreende 169,2 Km², apresentava um PIB *per capita*, em 2011, de R\$ 34.604,27 estando na 87º posição no ranking do IDHM nacional (IBGE, 2014).

A Tabela 09 apresenta os principais dados referentes a área e população dos municípios que fazem parte do Vale dos Vinhedos.

Tabela 09: Dados populacionais dos municípios integrantes do Vale dos Vinhedos (2010 e 2013)

| Município | Área (Km ²) | População 2010 | População 2013 | Habitantes/Km ² |
|--------------------------|-------------------------|----------------|----------------|----------------------------|
| Bento Gonçalves | 381,958 | 107.278 | 111.384 | 280,86 |
| Garibaldi | 169,237 | 30.689 | 32.578 | 181,34 |
| Monte Belo do Sul | 68,369 | 2.670 | 2.720 | 39,05 |

Fonte : IBGE (2014).

A evolução do IDHM para os municípios envolvidos na IG Vale dos Vinhedos apresentam avanços com relação ao ano de 2000, conforme Tabela 10.

Tabela 10: Variação do IDHM dos municípios integrantes do Vale dos Vinhedos para os anos selecionados

| Município | IDHM 2000 | IDHM 2010 | % evolução |
|--------------------------|-----------|-----------|------------|
| Bento Gonçalves | 0,712 | 0,778 | 9,2 |
| Garibaldi | 0,712 | 0,786 | 10,39 |
| Monte Belo do Sul | 0,629 | 0,752 | 19,54 |

Fonte: IBGE (2014).

O PIB a preços constantes (ano base 2000) para o período de 2000 a 2009 apresentou um crescimento de 24,5% em Bento Gonçalves, 19,71% em Garibaldi e 93,93% em Monte Belo do Sul, conforme descrito na Tabela 11.

Tabela 11: Variação do PIB dos municípios integrantes do Vale dos Vinhedos em valores correntes e constantes para os anos selecionados

| Município | 2000 (mil R\$) | | 2006 (mil R\$) | | 2009 (mil R\$) | |
|--------------------------|-----------------------|------------|-----------------------|------------|-----------------------|------------|
| Bento Gonçalves | 1.129.440 | 1.129.440* | 1.990.020 | 1.181.393* | 2.605.711 | 1.405.855* |
| Garibaldi | 385.958 | 385.958* | 613.547 | 364.237* | 872.334 | 462.042* |
| Monte Belo do Sul | 14.755 | 14.755* | 32.734 | 19.432* | 59.255 | 28.615* |

*PIB a preços constantes (base ano 2000)

Fonte: IBGE (2014) e IPEADATA (2014)

Todos os três municípios experimentaram um aumento nesses indicadores socioeconômicos. Considerando os três municípios integrantes do Vale dos Vinhedos, Bento Gonçalves responde por cerca de 76% da população e 75% do PIB da região. Em termos de delimitação da IG, Bento Gonçalves contribui com mais de 60% da área total, sendo que aproximadamente 90% das atividades vitivinícolas da IG concentra-se em Bento Gonçalves. Portanto, Bento Gonçalves é o município mais relevante da IG Vale dos Vinhedos (APROVALE, 2014).

5.5 - CARACTERIZAÇÃO DO SETOR VITIVINÍCOLA NO BRASIL E NO RS

Para caracterizar as atividades vitivinícolas no Vale dos Vinhedos, se faz necessário pesquisar o contexto desta atividade no Brasil e especial no Rio Grande do Sul.

Segundo trabalho desenvolvido pelos pesquisadores da Embrapa Uvas e Vinhos e descritos em Mello (2013), o setor vitivinícola brasileiro apresenta algumas características marcantes. A maior produção está concentrada na região serrana do estado do Rio Grande do Sul, especialmente na Rota do Vale dos Vinhedos. Os produtos podem ser caracterizados como complexos em virtude da grande diversidade dos tipos de vinho e da multiplicidade de legislações do setor. Ainda segundo Mello (2013), a procura por vinhos e por turismo é diretamente proporcional à renda disponível dos consumidores.

Trata-se de uma atividade importante para a sustentabilidade da pequena propriedade tendo se tornado igualmente relevante no que se refere ao desenvolvimento de algumas regiões, haja vista a geração de empregos em grandes empreendimentos que produzem uvas de mesa e uvas para processamento. Na principal região produtora de uvas no Brasil, a Serra Gaúcha, a vitivinicultura está fortemente ligada ao turismo (MELLO 2013).

Conforme indicado na Tabela 12, o Rio Grande do Sul é o principal estado produtor de uvas do Brasil contribuindo com mais de 50% da produção nacional. Segundo o Cadastro Vinícola do RS (2012), a Microrregião (MR) de Caxias do Sul, na Serra Gaúcha, é composta por 19 municípios e possuía, em 2012, 32.951,82 ha de vinhedos, representando 80,22 % da

área do estado. A área média das propriedades vitícolas dessa MR é de 13,23ha caracterizando-se como pequenas propriedades de agricultura familiar (MELLO 2013).

Tabela 12: Produção de uvas no Brasil e seus usos, em toneladas (período de 2008 a 2012)

| Estado/Ano | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012* |
|--------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Pernambuco | 162.977 | 158.515 | 168.225 | 208.660 | 224.758 |
| Bahia | 101.787 | 90.508 | 78.283 | 65.435 | 62.292 |
| Minas Gerais | 13.711 | 11.773 | 10.590 | 9.804 | 10.107 |
| São Paulo | 184.930 | 177.934 | 177.538 | 177.227 | 176.902 |
| Paraná | 101.500 | 102.080 | 101.900 | 105.000 | 70.500 |
| Santa Catarina | 58.330 | 67.546 | 66.214 | 67.767 | 70.909 |
| Rio Grande do Sul | 776.027 | 737.363 | 692.692 | 829.589 | 840.251 |
| Brasil | 1.399.262 | 1.345.719 | 1.295.442 | 1.463.481 | 1.455.809 |
| Processamento | 708.042 | 678.169 | 557.888 | 836.058 | 830.915 |
| Consumo in natura | 691.220 | 667.550 | 737.554 | 627.423 | 624.894 |

Fonte: Adaptado de Mello (2013, p.2)

O município de Bento Gonçalves apresenta a maior área cultivada com videiras (6.193,61 ha) sendo responsável por 15,08% da área vitícola do Rio Grande do Sul, em 2012. A uva é cultivada em 1.834 propriedades desse município (MELLO e MACHADO, 2013).

Conforme Mello (2013), praticamente toda a produção de uvas no RS destina-se ao beneficiamento, enquanto que parte considerável da produção no restante do país destina-se ao consumo in natura. Tal fato tem impacto direto no valor da produção vitícola, haja vista a diferença de preços no mercado onde as uvas produzidas para consumo in natura apresentam valores superiores. Entende-se por beneficiamento da uva a produção de suco de uva, vinhos e derivados.

Segundo a legislação vitícola do Mercosul, define-se vinho, como sendo a bebida resultante exclusivamente da fermentação alcoólica do mosto da uva com um conteúdo alcoólico de no mínimo 7%. A produção de vinho pode ser classificada em função das variedades de uvas utilizadas:

- Os vinhos de mesa apresentam um conteúdo alcoólico de 8,6 a 14% em volume, podendo ser obtidos por qualquer variedade de uva, sendo as mais utilizadas as variedades *Vitis americanas* e as variedades híbridas.

- O vinho leve é aquele com graduação alcoólica de 7 a 8,5% em volume, obtido exclusivamente pela fermentação dos açúcares naturais da uva, produzido durante a vindima, na região produtora.

- O vinho apresenta graduação alcoólica de 8,6 a 14,0% em volume e é proveniente exclusivamente de variedades *Vitis vinifera*, à exceção das variedades Criolla Grande e

Cereza, elaborado mediante processos tecnológicos adequados que assegurem a otimização de suas características sensoriais.

- O vinho espumante é o vinho cujo gás carbônico provém de uma segunda fermentação alcoólica do vinho na garrafa (método Champenoise/tradicional) ou em grandes recipientes (método Charmat) com uma pressão mínima de 4 (quatro) atmosferas a 20°C e graduação alcoólica de 10 a 13% em volume a 20°C.

Embora o setor vinícola tenha se estruturado com base na produção de vinhos de mesa, produzidos a partir de cultivares americanas e híbridas - que ainda hoje representam cerca de 80% do volume total de vinhos produzidos no país - mais recentemente, especialmente a partir da década de 1980, começaram a ocorrer investimentos com a implantação e/ou com a modernização das vinícolas, motivados por um mercado interno com potencial para o consumo de vinhos finos com padrão internacional e de maior valor agregado. Entretanto, seguindo uma tendência mundial, esse mercado assimilou e passou a exigir novos referenciais de qualidade. A ampla oferta de produtos importados, que em 1993 ocupava apenas 19,4% do mercado brasileiro de vinhos finos, em 2002 passou a ocupar 48,7% do mercado. Também contribuiu para este aumento a nova postura do consumidor nacional que valoriza mais o produto importado (EMBRAPA, 2014).

Segundo Mello (2013), o consumo de vinho no Brasil é ainda muito pouco expressivo, situando-se abaixo de dois litros per capita ao ano, muito em virtude de fatores econômicos, culturais e condições climáticas. Mesmo assim, a produção de vinho no país passou a ter importância econômica já a partir do final do século XIX com a colonização italiana na região serrana do Rio Grande do Sul.

Em 1970 entraram no país algumas vinícolas estrangeiras, alterando o padrão produtivo com uma maior participação de vinhos finos (ROSA e SIMÕES, 2004). Daí, até 1980, houve uma forte expansão da produção com base em uma melhor organização dos produtores gaúchos e nas restrições, então existentes, à importação dos produtos estrangeiros (MELLO, 2013).

Segundo Mello (2013), atualmente, não se dispõe de estatísticas precisas sobre a produção e a comercialização nacional de vinhos e suco de uvas e derivados. Conforme a autora, estimativas do mercado consideram que o Rio Grande do Sul é responsável por cerca de 90% da produção nacional desses produtos. Portanto, ao analisar o desempenho deste setor no RS, ter-se-á uma boa aproximação da agroindústria vinícola do país.

5.5.1- Produção de vinhos, suco e derivados de uvas no Rio Grande do Sul

Conforme pode ser observado na Tabela 13, a produção de vinhos, sucos e derivados do Rio Grande do Sul, foi de 579,31 milhões de litros em 2012, 0,09% superior à quantidade produzida em 2011, O maior acréscimo ocorreu na produção de suco de uva concentrado e no mosto de uva (mosto simples). O suco concentrado apresentou um aumento de 27,27%, enquanto o mosto de uva aumentou em 20,77% em relação ao ano de 2011. Considera-se que, normalmente, grande parte do mosto de uva é transformado em suco de uva. Em 2012, a produção de suco de uva integral sofreu uma redução de 19,19%. Ocorreu, além disso, um aumento na produção de vinhos finos de 4,60% e uma redução de 17,48% na produção de vinhos de mesa.

Conforme os dados organizados na Tabela 13, a produção de vinhos finos correspondeu a menos de 10% da produção total de derivados da uva no período de 2008 a 2012.

Tabela 13: Produção de vinhos, sucos e derivados do Rio Grande do Sul, em litros.

| PRODUÇÃO | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012* |
|----------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| VINHO DE MESA | 287.506.811 | 205.399.206 | 195.267.979 | 257.840.749 | 212.777.037 |
| Tinto | 241.057.928 | 164.124.454 | 157.290.088 | 210.113.358 | 175.875.432 |
| Branco | 42.942.053 | 39.211.278 | 35.408.083 | 46.007.504 | 34.938.249 |
| Rosado | 3.506.830 | 2.063.474 | 2.569.809 | 1.719.887 | 1.963.356 |
| VINHO FINO | 47.334.502 | 39.900.568 | 24.805.713 | 47.598.471 | 49.787.016 |
| Tinto | 27.583.032 | 18.209.043 | 11.401.406 | 24.104.740 | 24.030.589 |
| Branco | 18.812.571 | 21.366.975 | 13.013.027 | 22.739.426 | 25.230.524 |
| Rosado | 938.898 | 324.550 | 391.280 | 754.305 | 525.903 |
| SUCO DE UVA | 11.817.941 | 16.034.003 | 26.887.259 | 39.487.800 | 31.908.829 |
| INTEGRAL | | | | | |
| SUCO | 115.073.230 | 115.032.285 | 116.193.425 | 147.821.620 | 188.129.275 |
| CONCENTRADO* | | | | | |
| MOSTO SIMPLES | 53.683.415 | 53.418.555 | 45.912.040 | 77.285.998 | 93.341.575 |
| OUTROS | 5.959.360 | 4.043.975 | 5.298.716 | 8.774.925 | 3.365.288 |
| DERIVADOS | | | | | |
| TOTAL | 521.375.259 | 433.828.592 | 414.365.132 | 578.809.563 | 579.309.020 |

*Dados preliminares na ocasião.

**Transformados em litros de suco simples.

Fontes: Mello (2013)

Conforme Tabela 14, a participação da produção de vinhos finos no RS, considerando os anos de 2004 a 2012, representa, em média, 15,5% do total de vinhos produzidos no estado.

Porém, fica evidenciado um aumento percentual da participação de vinhos finos no total de vinhos produzidos no RS nos últimos anos. Tal crescimento pode indicar um movimento de substituição de parte da produção de vinhos de mesa por vinhos finos de maior valor agregado.

Tabela 14: Relação entre a produção de vinhos finos e vinhos de mesa no RS no período de 2004 a 2013

| Milhões de Litros | | | | | |
|-------------------|------------------|-------|---------------|-------|----------------------------------|
| ANO | VINHOS VINÍFERAS | % | VINHOS COMUNS | % | TOTAL VINHOS (milhões de litros) |
| 2004 | 42,96 | 12,05 | 313,70 | 87,95 | 356,66 |
| 2005 | 45,45 | 16,74 | 226,08 | 83,26 | 271,53 |
| 2006 | 32,12 | 14,79 | 185,08 | 85,21 | 217,20 |
| 2007 | 43,18 | 13,56 | 275,25 | 86,44 | 318,43 |
| 2008 | 47,33 | 14,14 | 287,44 | 85,86 | 334,77 |
| 2009 | 39,90 | 16,26 | 205,42 | 83,74 | 245,32 |
| 2010 | 24,81 | 11,27 | 195,27 | 88,73 | 220,08 |
| 2011 | 52,20 | 16,78 | 258,73 | 83,22 | 310,93 |
| 2012 | 48,60 | 18,57 | 213,10 | 81,43 | 261,70 |
| 2013 | 48,40 | 19,65 | 197,90 | 80,35 | 246,30 |

Fonte: IBRAVIN (2014).

A quantidade de uvas processadas no RS por variedade de uvas está diretamente ligada a produção de suco de uva e ao tipo de produção de vinho. Enquanto que os vinhos de mesa e suco de uva utilizam uvas do tipo *Vitis-americanas*, os vinhos finos são produzidos exclusivamente com as variedades *Vitis viniferas*. O Gráfico 09, descreve a evolução anual de uvas processadas em função da variedade de uvas utilizadas. Considera-se que praticamente o total do processamento de uvas *Vitis viniferas* está relacionado à produção de vinhos finos no RS.

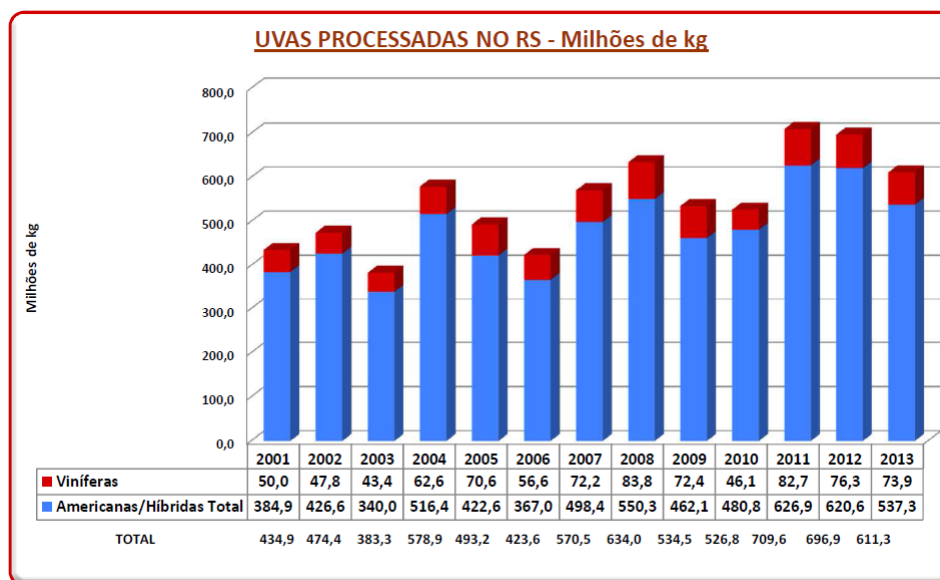


Gráfico 09: Evolução da quantidade de uvas processadas por variedade de uva no RS (2001 a 2013)

Fonte: IBRAVIN (2014)

Mesmo com a tendência de crescimento de consumo de vinhos finos, a produção de uvas *Vitis viniferas*, destinada ao processamento de vinhos finos, contribui com uma pequena participação na produção total de uvas no RS e conseqüentemente no Brasil.

5.5.2- Comercialização e consumo de vinhos, sucos e derivados no RS

Em 2012, o Rio Grande do Sul apresentou redução de 3,61% na comercialização de suco e vinhos, em relação ao ano anterior (Tabela 15). Os vinhos de mesa tiveram redução de 10,13%, enquanto que os vinhos finos apresentaram um aumento de 12,53%. Os vinhos espumantes, em 2012, continuaram sua trajetória crescente. Os espumantes moscatéis obtiveram um aumento de 20,49%, e os espumantes comuns apresentaram um crescimento de 9,41% nas vendas. O aumento crescente dos espumantes nos últimos anos, aliado à trajetória descendente dos vinhos finos nacionais, mostra que, em apenas cinco anos, a proporção de vinhos finos e de espumantes passou de 2,43 para 1,51. Ou seja, enquanto em 2008, para cada garrafa de espumante (inclusive do tipo moscatel) nacional vendida eram comercializadas 2,43 garrafas de vinhos finos, em 2012, essa relação foi de uma garrafa de espumante para 1,51 garrafas de vinho fino (MELLO 2013).

A comercialização de sucos de uva, que vinha apresentando uma trajetória crescente, em 2012, apresentou um aumento de apenas 0,82%. O suco de uva integral apresentou aumento de 19,04% na quantidade comercializada, enquanto que o suco de uva concentrado apresentou redução de 3,91% no ano de 2012 em relação ao anterior (MELLO 2013).

Tabela 15: Comercialização de vinhos e suco de uva do RS no período de 2008 a 2012.

| Produtos/Anos | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012* |
|--|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| VINHO DE MESA¹ | 200.488.612 | 234.525.979 | 221.242.945 | 230.310.468 | 206.203.380 |
| Tinto | 172.020.779 | 193.004.182 | 188.649.074 | 196.562.722 | 173.964.776 |
| Rosado | 1.840.779 | 2.307.580 | 2.036.928 | 1.668.823 | 1.738.134 |
| Branco | 26.627.054 | 39.214.217 | 30.556.943 | 32.078.923 | 31.266.661 |
| VINHO ESPECIAL² | 65 | 113 | 293 | 699 | 239 |
| VINHO FINO DE MESA³ | 23.167.738 | 33.080.270 | 21.390.159 | 19.967.310 | 22.469.950 |
| Tinto | 13.920.224 | 19.576.295 | 15.184.398 | 14.876.896 | 15.443.016 |
| Rosado | 313.513 | 213.835 | 236.802 | 211.484 | 150.806 |
| Branco | 8.934.001 | 13.290.140 | 5.968.959 | 4.878.930 | 6.876.128 |
| ESPUMANTES | 7.634.215 | 8.742.660 | 9.701.727 | 10.308.834 | 11.278.858 |
| ESPUMANTE MOSCATEL | 1.905.395 | 2.500.230 | 2.946.179 | 2.996.441 | 3.610.289 |
| SUCO DE UVA INTEGRAL | 21.568.032 | 29.131.455 | 35.164.681 | 45.222.136 | 53.832.204 |
| SUCO DE UVA CONCENTRADO⁴ | 139.402.325 | 159.309.285 | 154.139.955 | 174.461.580 | 167.646.620 |
| TOTAL | 394.166.382 | 467.289.992 | 444.585.939 | 483.267.468 | 465.807.731 |

*Dados preliminares.

¹Elaborado com uvas americanas e híbridas;

²Corte de vinho de mesa e vinho fino de mesa;

³Elaborado a partir de cultivares *Vitis viniferas*;

⁴Valores convertidos em suco simples.

Fonte: Mello (2013).

O estado do Rio Grande do Sul absorveu em torno de 11,42% de sua produção de vinhos finos em 2012. O restante é comprado, especialmente, por São Paulo, Rio de Janeiro,

Minas Gerais, Santa Catarina, Paraná e por estados do Nordeste brasileiro. (MEIRA e LINS, 1995)

A comercialização de vinhos passa por distribuidores e representantes que fazem os produtos chegarem aos pontos finais de venda (bares, restaurantes, supermercados e lojas especializadas). Outros elos integram essa cadeia: transporte, instituições financeiras, instituições estatais (vigilância sanitária, por exemplo). Como se trata de um produto cujo mercado é muito exigente e competitivo, a regulação da cadeia é, em boa parte, feita pelo elo do consumo, tendo a distribuição um papel também estratégico, uma vez que a produção é feita em pequenas vinícolas, caracterizando a oferta como uma concorrência monopolística, onde o produto apresenta diferenciações (MEIRA, 1995).

5.6 – CARACTERIZAÇÃO DO SETOR VITIVINÍCOLA NO VALE DOS VINHEDOS

Os primeiros indícios da consolidação da tradição vitivinícola organizada na região conhecida como Vale dos Vinhedos surgiram nas décadas de 1970 e 1980, quando algumas empresas familiares investiram na produção de vinhos finos. Esses vinhos eram comercializados nas próprias vinícolas, atraindo consumidores regionais, além de turistas. A década de 1990, foi marcada no Vale dos Vinhedos pelo fortalecimento de vinícolas familiares. Muitas famílias produtoras de uvas deixaram de vender a produção para as grandes vinícolas e passaram a fazer seu próprio vinho e comercializá-lo (APROVALE, 2014).

A região caracteriza-se por pequenas propriedades rurais, com área média de 15 hectares, dos quais 40% a 60% podem ser utilizados para a agricultura. O vinhedo considerado médio tem apenas 2,5 hectares e a mecanização, muitas vezes, é dificultada pela topografia. A mão-de-obra é, basicamente, familiar (IBRAVIN, 2009).

O setor vitivinícola no Vale dos Vinhedos está concentrado sobretudo no município de Bento Gonçalves, que participa com aproximadamente 90% da atividade da indicação geográfica segundo estimativa da APROVALE (2014). Considerando um levantamento do setor em Bento Gonçalves, se terá uma ideia bem aproximada das atividades na indicação geográfica Vale dos Vinhedos. O setor vitivinícola no Vale dos Vinhedos pode ser dividido entre a produção de uvas e seu beneficiamento em vinhos, e outros derivados da uva.

Um levantamento de dados do setor no município mais relevante da IG, na abrangência do período pesquisado, pode trazer informações importantes sobre a evolução do Vale dos Vinhedos a partir do reconhecimento oficial da indicação geográfica

5.6.1 - Produção de Uva

No que se refere à produção de uvas, segundo dados obtidos no MTE-RAIS (expressos no Gráfico 01 do apêndice V), o número de unidades formalizadas de cultivo de uvas apresentou declínio no período, ao contrário dos dados observados em Mello e Machado (2013), onde o número de propriedades declaradas como produtoras de uvas, descrito Tabela 16, está bem acima do número de estabelecimentos formais alcançados pelas estatísticas oficiais do MTE-RAIS. Tal diferença pode indicar uma grande informalidade na atividade de produção de uvas no município.

Tabela 16: Evolução no número de propriedades produtoras de uvas em Bento Gonçalves de 2000 a 2012.

| 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1.766 | 1.723 | 1.698 | 1.738 | 1.781 | 1.790 | 1.804 | 1.816 | 1.803 | 1.803 | 1.810 | 1.794 | 1.814 |

Fonte: Mello e Machado, (2013)

Segundo Fernández (2012), a mão de obra utilizada no cultivo e colheita de uvas é tipicamente familiar na maioria dos casos observados no Vale dos Vinhedos assim como em toda a região da Serra Gaúcha. Os agricultores do local correspondem a terceira geração dos proprietários iniciais. Os herdeiros geralmente trabalham em conjunto não havendo muita divisão das propriedades, o que explica a pouca variação no número de propriedades observada na Tabela 16.

A Tabela 17 apresenta a distribuição dos estabelecimentos produtores de uva em função do número de empregos formais, segundo dados do MTE-CAGED. O número de unidades de produção com zero empregados está possivelmente relacionado com a utilização unicamente de mão de obra familiar (FERNÁNDEZ 2012). O maior número de empregos formais está situado em unidades de produção com até quatro funcionários.

Tabela 17: Variação do número de estabelecimentos formais produtores de uva, por número de empregados, considerando o município de em Bento Gonçalves (período de 2006 a 2013)

| Tamanho Estabelecimento | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|-------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 0 Empregado | 31 | 25 | 23 | 23 | 29 | 20 | 15 | 19 |
| De 1 a 4 | 73 | 66 | 70 | 68 | 56 | 58 | 60 | 54 |
| De 5 a 9 | 5 | 5 | 2 | 1 | 2 | 2 | 4 | 0 |
| De 10 a 19 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Total | 110 | 97 | 97 | 94 | 89 | 82 | 81 | 75 |

Fonte: Elaboração do autor com base em dados do MTE-CAGED

Considerando o município de Bento Gonçalves, a produção de uvas se mantém em torno de 100.000 a 120.000 toneladas/ano na maior parte do período estudado (Gráfico 03, apêndice V). Correlacionando os número de produção/tonelada com o número de unidades

formais de produção no período é possível inferir que houve um aumento da concentração de produção formalizada em um número menor de estabelecimentos.

A variação da produtividade de uvas no período, evidencia um padrão de produtividade no Vale dos Vinhedos muito próximo da média nacional. Considerando a menor produtividade na produção de uvas destinadas a produção de vinhos finos - devido às técnicas de plantio e colheita das uvas – esperava-se uma produtividade média menor na produção de uvas da região com reflexo no aumento do valor em R\$/tonelada quando comparado à média nacional. Porém, tal comportamento não foi observado, o que pode indicar que a produção de uvas destinada à produção de vinhos finos é muito pequena, não impactando de forma considerável na produtividade média do local (Gráfico 04, apêndice V).

A pesquisa do valor médio da produção de uvas por tonelada pode revelar um aumento do valor da produção devido a elementos qualitativos como, por exemplo, a seleção de castas de uvas para a elaboração de vinhos finos, conforme descrito nas condições de produção da indicação geográfica.

Considerando que o plantio e colheita de uvas *Vitis viniferas*³⁸, próprias para a fabricação de vinhos finos, demanda técnicas mais apuradas e uma consequente diminuição na produtividade, e que o valor da produção/tonelada deste tipo de uva é consideravelmente maior (cerca de 2 a 3 vezes) que o observado na produção de uvas americanas³⁹ e híbridas⁴⁰ utilizadas na produção de vinhos de mesa e suco de uva, um eventual aumento no valor da produção das uvas colhidas na área da IG evidenciaria uma melhor condição de faturamento, comparativamente com a média brasileira. Porém, tal comportamento não é evidenciado nos dados fornecidos pelo IBGE (consolidado no Gráfico 05 do apêndice V) onde a média de faturamento da produção/tonelada de uvas dos três municípios do Vale dos Vinhedos está abaixo da média nacional. Tal comportamento, segundo Mello (2013), pode ser explicado pela concentração de produção local direcionada ao processamento de uvas para produção de vinhos e suco de uva.

Segundo EMBRAPA Uva e Vinho (2014), as uvas *Vitis americanas* e híbridas produzidas para fabricação de sucos de uva e vinhos de mesa, predominam no local, sendo que o valor por tonelada destas uvas é significativamente mais baixo quando comparado a produção de uvas destinadas ao consumo in natura. Tal fato, explicaria a diferença na média de preços encontrados na região quando comparada a média nacional.

³⁸ Videiras de origem europeia cujas uvas são utilizadas na fabricação de vinhos finos.

³⁹ Videiras de castas americanas caracterizam-se por elevada resistência às doenças e elevada produtividade.

⁴⁰ Castas híbridas de diferentes espécies de *Vitis*.

Há de se considerar também o fato de muitas vinícolas cultivarem suas próprias uvas, o que diminui a participação percentual dos produtores de uvas independentes no fornecimento de matéria prima para a produção de vinhos finos.

O número de vínculos empregatícios gerados na atividade do cultivo de uvas vem apresentando ligeira queda no período selecionado (Gráfico 02, apêndice V). A atividade é intensiva em mão de obra, não havendo mecanização nas etapas de plantio e colheita. A diminuição da mão de obra segue a tendência observada nas outras atividades agrícolas pesquisadas, o que pode ser explicado pela melhora das condições de trabalho nas áreas urbanas, intensificando uma tendência de êxodo rural.

A faixa salarial predominante na área de cultivo de uva é a de até três salários mínimos, sem grandes variações no período, podendo-se considerar uma atividade de baixa remuneração (Tabela 06, apêndice V).

O grau de escolaridade dos trabalhadores envolvidos no cultivo da uva é predominantemente de nível fundamental onde também se dá a maior diminuição de número de empregos (conforme Tabela 07, apêndice V). O número trabalhadores com nível fundamental completo permanece praticamente inalterado, observou-se um aumento no número de profissionais com nível médio completo, o que pode indicar um aumento das atividades permanentes que necessitam de maior grau de especialização em detrimento das atividades de menor nível de escolaridade. Observou-se que o aumento do grau de escolaridade não se refletiu significativamente no aumento salarial.

5.6.2 - Produção de Vinho

Constituída a partir de pequenas cantinas familiares, o setor vinícola do Vale dos Vinhedos responde hoje por 20% dos vinhos finos e 25% dos espumantes nacionais e elaboram uma média anual entre 10 a 12 milhões de garrafas. Também elaboram suco e outros derivados de uva. Os perfis são variados: há vinícolas familiares, com elaboração limitada e venda exclusiva em seu varejo, como também grandes empresas com presença internacional. O Vale dos Vinhedos também vem conquistando a preferência de consumidores em diversos países. Em 2008, a região exportou 500.211,71 litros de vinhos e espumantes para mercados da América, Europa, Ásia, África e Oceania (APROVALE, 2014).

A quantidade de vinhos distinguidos pelo regulamento de uso da indicação geográfica foi de 20% em média, em relação ao total de vinhos finos produzidos pelas vinícolas participantes da IP, no período de 2001 a 2008, como pode ser observado na Tabela 18.

Com a entrada em vigor do regulamento da DO o percentual de vinhos distinguidos pela IG diminuiu para menos de 6% em média para os anos de 2009 a 2011, conforme observado na tabela 18.

Tabela 18 - Produção de vinhos distinguidos pela IG no Vale dos Vinhedos no período de 2001 a 2011.

| Safra | Vinícolas solicitantes (unidade) | Produção (1) Vinhos (garrafas) | Solicitação (2) Vinhos (garrafas) | Aprovação (3) Vinhos (garrafas) | Índice Aprovação/ Solicitação (%) | Índice Aprovação/ Produção (%) |
|----------------|--|--------------------------------------|---|---------------------------------------|---|--------------------------------------|
| 2001 | 10 | 6.621.000 | 1.857.942 | 1.575.000 | 84,77 | 23,79 |
| 2002 | 15 | 7.416.000 | 2.236.640 | 2.121.000 | 94,83 | 28,60 |
| 2003 | 14 | 10.249.000 | 2.250.858 | 1.984.000 | 88,14 | 19,36 |
| 2004 | 14 | 12.478.000 | 2.512.333 | 2.349.000 | 93,50 | 18,83 |
| 2005 | 13 | 12.852.000 | 2.329.353 | 2.329.000 | 99,98 | 18,12 |
| 2006 | 11 | 9.170.000 | 1.785.792 | 1.751.000 | 98,05 | 19,09 |
| 2007 | 14 | 9.986.000 | 1.775.267 | 1.653.000 | 93,11 | 16,55 |
| 2008 | 13 | 10.101.000 | 2.205.417 | 2.078.000 | 94,22 | 20,57 |
| 2009(*) | 9 | 8.343.000 | 737.466 | 689.000 | 93,43 | 8,26 |
| 2010 | 9 | 7.237.000 | 431.227 | 409.000 | 94,85 | 5,65 |
| 2011 | 11 | 10.804.000 | 726.380 | não concluído(**) | | |

(1) Total de garrafas (750 ml) de vinhos finos produzidos pelos sócios da APROVALE.

(2) Total de garrafas (750 ml) de vinhos finos que solicitaram avaliação ao Conselho Regulador.

(3) Total de garrafas (750 ml) de vinhos finos aprovados.

(*) A partir de 2009 iniciou-se a aplicação do Regulamento de Uso da DOVV.

(**) em dezembro de 2012.

Fonte: Fernández (2012)

Tal observação, baseada na descrição da tabela 18, leva a crer que a estratégia de utilização da identificação da IG parece estar mais voltada ao aspecto da promoção da qualidade alcançada pelas vinícolas do que propriamente a um padrão de qualidade dos produtos elaborados no local.

Segundo dados da MTE-RAIS (2014) o número de estabelecimentos destinados à produção de vinhos tem se mantido relativamente constante no período pesquisado com um pequeno declínio em anos mais recentes (Gráfico 08, apêndice V). Na pesquisa dos dados da MTE-RAIS (2014), verifica-se um grande número de estabelecimentos com zero vínculo empregatício, o que sugere a existência de estabelecimentos formais, que se utilizam de mão de obra familiar, onde os próprios membros elaboram o produto para consumo e venda.

Conforme Tabela 19, os estabelecimentos com zero funcionários somavam 50 estabelecimentos em 2013 enquanto que os estabelecimentos com pelo menos um funcionário perfaziam o total de 32 estabelecimentos no mesmo ano. O número de estabelecimentos com zero empregados diminuiu nos dois últimos anos do período, o que pode indicar uma redução das empresas com mão de obra exclusivamente familiar.

Tabela 19: Variação do número de empresas produtoras de vinho em Bento Gonçalves em função do número de empregados no período de 2006 a 2013.

| Tamanho Estabelecimento | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|--------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 0 Empregado | 61 | 63 | 71 | 68 | 67 | 63 | 54 | 50 |
| De 1 a 4 | 18 | 16 | 11 | 13 | 10 | 13 | 19 | 16 |
| De 5 a 9 | 2 | 4 | 4 | 4 | 7 | 5 | 6 | 6 |
| De 10 a 19 | 3 | 3 | 5 | 6 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| De 20 a 49 | 4 | 4 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| De 50 a 99 | 1 | 0 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| De 100 a 249 | 2 | 3 | 3 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| De 250 a 499 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| Total | 91 | 93 | 96 | 96 | 94 | 91 | 88 | 81 |

Fonte: Organização do autor a partir de dados da MTE-RAIS, 2014

Utilizando critério do IBGE, a maioria dos estabelecimentos de produção de vinhos do Vale dos Vinhedos pode ser classificada como empreendimentos de micro e pequeno porte (até 99 funcionários). Somente duas empresas estão classificadas como empresas de médio a grande porte.

O número de empregados envolvidos na produção de vinho, considerando o município mais relevante, aumentou no período, sendo o aumento intensificado a partir de 2008. Com relação a 2006 houve uma aumento de 47% no número de empregos gerados até 2013 (Gráfico 09, apêndice V).

Tanto os salários quanto o nível de instrução dos empregados são historicamente mais elevados no setor secundário do que aqueles observados nos setores primários da economia, muito devido ao maior grau de complexidade em algumas etapas na produção industrial. O que não é diferente na produção de vinhos.

Na fabricação de vinho a faixa salarial predominante é a de até três salários mínimos (Gráfico 10 do apêndice V), sendo observado um crescimento da faixa salarial intermediária de 1,5 a 03 salários no período, o que pode indicar um aumento do especialização dos empregados do setor.

O grau de escolaridade no setor de produção de vinhos tem o predomínio do nível fundamental. O Gráfico 11 apresentado no apêndice V, demonstra uma tendência de crescimento do nível de escolaridade no período para o seguimento com nível médio e nível superior, o que indica uma melhora na qualificação da mão setorial.

5.6.3- A participação do enoturismo na economia da região

O enoturismo apresenta-se como uma atividade decorrente da vocação local para a produção vitivinícola, sendo a segunda atividade mais importante da indicação geográfica (VALDUGA, 2012).

Na região é visível a associação entre o turismo e o vinho, pois na sua essência, a indústria do vinho se presta a um casamento com o turismo. O Vale dos Vinhedos passou a ofertar os seus produtos turísticos de maneira sequenciada, sendo identificados como roteiros turísticos, o que não constitui uma novidade no mundo do vinho (VALDUGA, 2012).

Percebe-se a que diferenciação territorial ocorre a partir de elementos de identidade da comunidade, que se apresenta tanto nos processos produtivos como nas manifestações sociais e culturais. As características principais da comunidade são a especialização no cultivo da uva e na produção de vinho, mostrando alta concentração de empreendimentos vitivinícolas na rota do vinho, e também uma paisagem rural associada à presença de parreirais e vinícolas, em meio ao ambiente natural, também muito pontuado pela presença das residências rurais.

A cultura local se expressa de diversas formas, na gastronomia, na música, no vinho, arquitetura, no sotaque das pessoas e nos encontros realizados entre as famílias com caráter mais prolongado e de cortesia. Segundo Valduga (2012), esses encontros são reproduzidos com fins folclóricos e turísticos, durante os eventos locais.

A Rota Vitivinícola do Vale dos Vinhedos caracteriza-se pela proximidade de algumas das principais vinícolas do país, tanto empresas como cooperativas, e também pequenas e médias vinícolas, agroindústrias, agricultores familiares (na maioria vitivinicultores) e uma crescente organização turística em torno da produção do vinho e da paisagem rural (VALDUGA, 2012).

Getz (2000) concebe o turismo vitivinícola sob três diferentes perspectivas:

- a) dos produtores, que poderão aí encontrar uma oportunidade para se diferenciarem educarem os consumidores e venderem diretamente o seu produto;
- b) a das agências ou regiões turísticas, que poderão desenvolver um destino em torno do território associada à tradição vitivinícola; e,
- c) a dos consumidores, que poderão encontrar um produto diversificado e usufruir de novas experiências.

Segundo Valduga (2012), a renda proveniente da atividade turística provoca um efeito multiplicador correspondente ao dinheiro deixado pelo turista para o pagamento do hotel e da estada, por exemplo, e tende a passar pelos diversos setores da economia. Esta despesa não

fica nas mãos do hoteleiro ou do dono do restaurante que a recebe, sendo utilizada para pagamento dos vários bens e serviços necessários a estes últimos para assegurar os serviços requisitados pelo turista. A Rota Vinícola apresenta-se como um produto propulsor da economia local do vinho.

Para a APROVALE (2014) o Vale dos Vinhedos tem sido o roteiro turístico da Serra Gaúcha que mais tem atraído visitantes nos últimos anos. É bem provável que este incremento esteja diretamente associado ao surgimento de novas vinícolas, pousadas e hotéis diferenciados, além de restaurantes únicos e opções em artesanato local responsáveis por uma ampla rede de atendimento ao turista.

Segundo APROVALE (2014), a preocupação dos produtores vitivinícolas com o padrão de qualidade dos produtos produzidos na região, teoricamente, melhorou a competitividade e a solidez do setor vinícola. Analisada desta forma, a estratégia empregada pode desenvolver certas competências na rota que tendem a reforçar ou redirecionar este padrão.

Com estas novas perspectivas de negócios, o setor hoteleiro de Bento Gonçalves foi impulsionado, o mesmo ocorrendo no setor de alimentação e em menor grau, nos setores de vestuário, produtos artesanais e serviços de transporte. As cidades vizinhas, paralelamente, buscaram novas formas de lazer para oferecerem aos seus hóspedes, sendo que o vinho e a uva, produtos autênticos da cultura regional, passaram a ser utilizado sistematicamente como atrativo turístico. Para Marques (2007) a Rota Vinícola do Vale dos Vinhedos mostra potenciais para o desenvolvimento da economia do turismo centrado no produto vinho, mas é necessário que ocorra planejamento e inserção de mecanismos institucionais e públicos como fatores propulsores e motivadores para alavancar a economia local.

Na pesquisa sobre a evolução do setor do enoturismo no Vale dos Vinhedos, considerou-se os setores de alojamentos e serviços de alimentação por serem atividades associadas ao turismo e que podem se beneficiar do reconhecimento do local como indicação geográfica. O setor de alojamento e alimentação reúne atividade hoteleira e os restaurantes que podem se beneficiar de um maior afluxo de turistas em função do apelo gerado pelo reconhecimento da região como indicação geográfica produtora de bons vinhos.

Dados coletados em MTE-RAIS-CAGED para as atividades de alojamentos e alimentação no município de Bento Gonçalves, dentro do período considerado na pesquisa, apontam uma estabilidade no número de estabelecimentos ligados aos setores de alimentação e alojamentos considerando os anos pesquisados (Gráfico 11, apêndice V).

Verificou-se ainda um aumento no número de empregos gerados no setor o que sugere uma demanda crescente por profissionais no setor de turismo.

A pesquisa efetuada no banco de dados do MTE-CAGED (expressos no Gráfico 13 do apêndice V), para as faixas salariais do setor de alojamentos e alimentação apontam para o predomínio da faixa de até 03 salários com pequeno aumento para a faixa de 04 a 07 salários no período.

Observa-se também um forte crescimento dos empregos vinculados à escolaridade de nível médio completo e incompleto, um pequeno aumento das vagas relacionadas ao nível superior e pouca variação do número empregos de nível fundamental.

Desta forma é possível admitir um impacto positivo do enoturismo no crescimento do setor turístico na região em função de uma melhor organização do setor vinícola.

5.7- UTILIZAÇÃO DO REGISTRO DE IG COMO PROTEÇÃO AO USO DO NOME GEOGRÁFICO













Foi efetuada pesquisa no banco de dados do INPI para se observar a efetividade do registro de indicação geográfica como impedimento à utilização do nome geográfico reconhecido como indicação geográfica Vale dos Vinhedos, assim como, a interposição de oposição por intermédio da entidade representativa dos produtores da indicação geográfica Vale dos Vinhedos, a APROVALE ou seu procurador legal. Tais estratégias indicam a utilização dos mecanismos de exclusão da propriedade industrial como forma de valorização dos produtos distinguidos pelo sinal distintivo. Considerando que os esforços para o reconhecimento da IG e a incorporação da reputação local agregam valor aos produtos distinguidos por este sinal distintivo, o monitoramento da utilização do nome geográfico é um indicativo da utilização da proteção da propriedade industrial por parte dos interessados. O resultado da pesquisa tomou como base as informações descritas na Tabela 19, obtida em busca efetuada no portal do INPI.

Tabela 19: Resultado da busca no banco de marcas do INPI para o radical Vale dos Vinhedos

Consulta à Base de Dados do INPI
[Pesquisa Base Patentes | Pesquisa Base Desenhos | Pesquisa Base Programas | Ajuda?]

» Consultar por: No. Processo | Marca | Titular | Cód. Figura | Finalizar Sessão

RESULTADO DA PESQUISA (25/11/2014 às 13:12:39) **Marca:** Vale dos Vinhedos
Foram encontrados 15 processos que satisfazem à pesquisa. Mostrando página 1 de 1.

| Número | Prioridade | Marca | Situação | Titular | Classe |
|-----------|------------|---|-------------|---|-----------|
| 816122571 | 10/04/1991 |  VALE DOS VINHEDOS | ✗ Extinto | ASSOCIAÇÃO DOS PRODUTOS DE VINHOS FINOS DO VALE DOS VINHEDOS - APROVALE | 35 : 10 |
| 821945548 | 13/08/1999 |  HOTEL FAZENDA VALE DOS VINHEDOS | ✗ Arquivado | EMPREENDEIMENTOS M. L. MICHELON LTDA | 38 : 50 |
| 821928627 | 25/08/1999 |  VALE DOS VINHEDOS | ✗ Arquivado | EMPREENDEIMENTOS M. L. MICHELON LTDA | 40 : 10 |
| 821947370 | 26/08/1999 |  VALE DOS VINHEDOS | ✗ Arquivado | EMPREENDEIMENTOS M. L. MICHELON LTDA | 33 : 10 |
| 822022494 | 06/09/1999 |  VALE DOS VINHEDOS | ✗ Arquivado | EMPREENDEIMENTOS M. L. MICHELON LTDA | 29 : 10 |
| 822024039 | 14/09/1999 |  VALE DOS VINHEDOS | ✗ Arquivado | EMPREENDEIMENTOS M. L. MICHELON LTDA | 31 : 10 |
| 822367440 | 12/01/2000 |  VALE DOS VINHEDOS | ✗ Arquivado | ASSOCIAÇÃO DOS PRODUTOS DE VINHOS FINOS DO VALE DOS VINHEDOS - APROVALE | NCL(7) 35 |
| 822880458 | 16/05/2000 |  VALE DOS VINHEDOS | ✗ Arquivado | EMPREENDEIMENTOS M. L. MICHELON LTDA | NCL(7) 36 |
| 822880466 | 16/05/2000 |  VALE DOS VINHEDOS | ✗ Extinto | EMPREENDEIMENTOS M. L. MICHELON LTDA | NCL(7) 29 |
| 822880652 | 16/05/2000 |  VALE DOS VINHEDOS | ✗ Extinto | EMPREENDEIMENTOS M. L. MICHELON LTDA | NCL(7) 31 |
| 822880474 | 16/05/2000 |  VALE DOS VINHEDOS | ✗ Extinto | EMPREENDEIMENTOS M. L. MICHELON LTDA | NCL(7) 30 |
| 822880440 | 16/05/2000 |  VALE DOS VINHEDOS | ✗ Arquivado | EMPREENDEIMENTOS M. L. MICHELON LTDA | NCL(7) 35 |
| 822880482 | 16/05/2000 |  VALE DOS VINHEDOS | ✗ Extinto | EMPREENDEIMENTOS M. L. MICHELON LTDA | NCL(7) 32 |
| 826877532 | 06/09/2004 |  VALE DOS VINHEDOS | ✗ Arquivado | CLAUDIA SCHMITZ ME | NCL(8) 03 |
| 827994214 | 25/10/2005 |  MARATONA VALE DOS VINHEDOS | ✗ Arquivado | GREGORIO LAVANDOSKI | NCL(8) 41 |

Páginas de Resultados:
1

Fonte: INPI (2014)

Considerando a Classificação de Nice⁴¹ para produtos e serviços, o produto vinho encontra-se na classe 33⁴². Não foram verificadas solicitações de registro de marca para Vale dos Vinhedos nesta classe. No entanto, verificam-se solicitações para a denominação Vale dos Vinhedos em outras classes, porém nenhuma com registro ativo. Pesquisando os motivos para a negação dos pedidos de registro de marca, conforme organizado no Gráfico 10, verifica-se o que:

Dos 15 pedidos envolvendo o nome geográfico Vale dos Vinhedos, 13 foram solicitados por requerente diferente da APROVALE.

Dos 13 pedidos solicitados por terceiros, 08 foram recusados com base no inciso V⁴³ do art. 124 da LPI/96, 04 com base no inciso IX⁴⁴ do art. 124 da LPI/96 e 01 foi deferido, porém abandonado.

Dos 13 pedidos solicitados por terceiros, 12 sofreram oposição por parte da APROVALE, mesmo sendo pedidos solicitados em outras categorias que não envolvem o produto vinho.

⁴¹ Classificação de Nice (NCL) - Classificação internacional de marcas utilizada para classificar produtos e serviços.

⁴² Classe da NCL – 33: Bebidas alcoólicas (exceto cervejas)

⁴³ Inciso V do art. 124 da LPI/96 - reprodução ou imitação de elemento característico ou diferenciador de título de estabelecimento ou nome de empresa de terceiros, suscetível de causar confusão ou associação com estes sinais distintivos.

⁴⁴ Inciso IX do art. 124 da LPI/96 - indicação geográfica, sua imitação suscetível de causar confusão ou sinal que possa falsamente induzir indicação geográfica.

Dos 12 pedidos que sofreram oposição por parte da APROVALE, 07 foram arquivados e 05 extintos. Não foram verificados pedidos após 2005 para o registro do nome geográfico Vale dos Vinhedos.

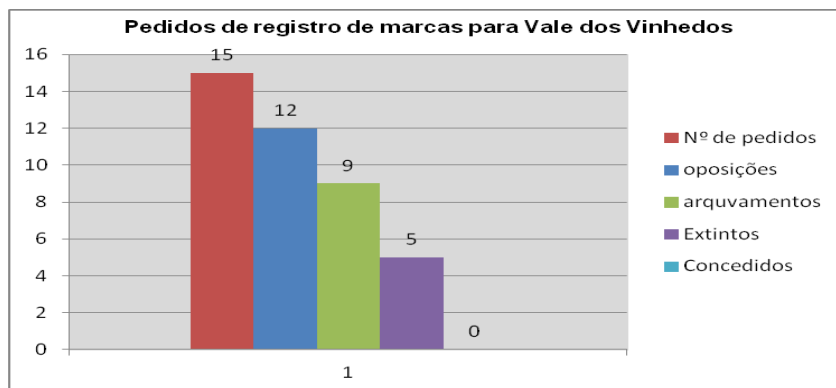


Gráfico 10 –Decisões relativas a pedidos de registro de marcas para o nome geográfico Vale dos Vinhedos
Fonte: INPI (2014).

5.8- PESQUISA DE PERCEPÇÃO QUANTO AOS BENEFÍCIOS DO RECONHECIMENTO DA IG ENTRE OS PRINCIPAIS ATORES ENVOLVIDOS NA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA VALE DOS VINHEDOS

A cadeia produtiva do vinho do Vale dos Vinhedos pode ser considerada a partir dos elementos básicos como viticultores, as vinícolas e fornecedores de insumos e, os elos estabelecidos com as agências ligadas ao negócio turístico e a entidade local APROVALE.

Na pesquisa preliminar, foram identificados como atores relevantes da IG Vale dos Vinhedos: a entidade representativa dos produtores de vinhos, APROVALE, responsável pela coordenação do setor vinícola com as instituições públicas e privadas; os produtores representados pelas vinícolas; as entidades de fomento e apoio técnico/científico representadas pela EMBRAPA Uvas e Vinhos e a Universidade de Caxias do Sul e o poder público municipal representado pela Secretaria de Turismo de Bento Gonçalves.

5.8.1- Percepção da entidade representativa dos produtores

A APROVALE tem como missão promover o desenvolvimento sustentável do Vale dos Vinhedos através do enoturismo, da integração entre os associados e a comunidade. Também se propõe a fomentar a busca contínua pela excelência em produtos e serviços através da qualificação dos produtos vinícolas e derivados e estimular a promoção do potencial turístico da região (APROVALE 2014). Cabe a Associação o controle dos produtos protegidos pela Indicação Geográfica do Vale dos Vinhedos e a gestão desta IG.

A entidade congrega não somente vinícolas como também outros empreendimentos. A APROVALE, constituída inicialmente por seis vinícolas, contava em 2014 com 26 vinícolas associadas, 9 hotéis e pousadas, 15 restaurantes e 18 associados diversos que vão desde lojas de artesanato até agências de turismo. APROVALE (2014).

De acordo com seu estatuto, a APROVALE é constituída por associados produtores (vinícolas), associados contribuintes (hotéis, pousadas, restaurantes e outros) e por órgãos sociais, conforme a Tabela 21. O conselho regulador da IG atua de forma independente dos demais. A administração da associação é constituída por um presidente e três colaboradores.

Tabela 21 - Variação do número de associados da APROVALE nos anos 1995, 2007 e 2013.

| Associados | 1995 | 2007 | 2013 |
|----------------------------|------|------|------|
| Vinícolas | 06 | 31 | 26 |
| Gastronomia | | 08 | 18 |
| Hotéis/pousadas | | 08 | 09 |
| Outros⁴⁵ | | 09 | 15 |

Fonte: APROVALE 2014

Foi efetuada entrevista com representante da APROVALE em Bento Gonçalves conforme indicado no Quadro 5 do Capítulo 4.

As motivações que levaram a busca do reconhecimento oficial como IG para vinhos, segundo o representante da APROVALE, se deu principalmente em função da necessidade em se buscar um melhor posicionamento dos vinhos produzidos na região junto ao mercado, tendo em vista o aumento da concorrência dos produtos importados, principalmente após a abertura de mercado verificada no início da década de 1990, conforme depoimento a seguir:

“A busca pelo reconhecimento da região como indicação geográfica se baseou nas estratégias reconhecidas pelo mercado de vinhos finos onde o referencial de origem possibilita uma diferenciação no mercado consumidor. Tal estratégia se inspirou nas experiências internacionais, principalmente na Europa com grande tradição na produção de vinhos”.(ERP4, 2014)

Segundo o entrevistado, os principais benefícios percebidos até o momento referem-se à melhoria da organização setorial, ao aumento da visibilidade dos produtos no mercado e o desenvolvimento de mercados paralelos impulsionados pelo turismo como setor hoteleiro e de alimentação. Entre as dificuldades observadas no processo de consolidação da IG, a quebra de paradigmas do setor, como a produtividade em detrimento da qualidade e a resistência por parte dos produtores de uvas independentes à adoção de técnicas mais adequadas a produção de uvas *Vitis viniferas* são tidos como os principais obstáculos à expansão da IG.

⁴⁵ Inclui lojas de artesanatos, agências de turismos, locadora de imóveis, empreendimentos culturais

No que se refere às melhorias no local, a APROVALE considera que houve uma melhor articulação entre o poder público e os produtores de vinhos organizados após o reconhecimento oficial da IG, o que pode ser constatado através de melhorias nas vias de acesso às vinícolas, na melhoria da iluminação das estradas e na atração de restaurantes e pousadas próximas às vinícolas.

Quanto aos ganhos perceptíveis de mercado, a APROVALE considera que, após o reconhecimento do Vale dos Vinhedos como IG, houve uma melhora da receptividade dos vinhos produzidos na região tanto no mercado interno quanto no externo, sendo que, a distinção dos produtos obtida pela IG é ainda mais valorizada no mercado externo que no mercado interno.

A percepção da APROVALE no que se refere à valorização dos produtos no mercado é que ainda não é possível verificar uma correspondência entre a valorização dos produtos e o reconhecimento da IG, ainda que se perceba o aumento da reputação dos vinhos da região:

“(…) a valorização do produto no mercado se deve, sobretudo, a melhoria nos processos de elaboração. A IG contribui como uma sinalização ao mercado que o vinho produzido na região possui qualidades e reputação iguais ou até superiores aos vinhos importados viabilizando uma melhor aceitação dos produtos, porém a produção de vinhos identificados pela IG ainda é muito pequena e o consumidor interno ainda não valoriza este tipo de identificação. Os ganhos de mercado se devem ao aumento da reputação dos vinhos da região. Os vinhos identificados com o selo da IG das vinícolas participantes servem como um qualificador positivo das vinícolas que aumentam o status de sua produção.” (ERP4, 2014)

Com relação ao aumento da visibilidade, o entrevistado acredita que o reconhecimento da IG favoreceu o aumento da visibilidade do local e dos vinhos produzidos na região.

“O aumento da visibilidade ocorreu em função de uma mídia espontânea ocasionada pelo reconhecimento oficial que trouxe um fato novo dentro do contexto nacional, o que favoreceu em muito a visibilidade do local com reflexos no enoturismo e nos setores de alojamentos e alimentação.” (ERP4, 2014)

Dados fornecidos pela APROVALE apontam que o registro de indicações geográficas favoreceu o incremento de uma mídia espontânea⁴⁶ em veículos de comunicação como revistas, jornais, rádio, televisão e internet. Na Tabela 22, é apresentado o levantamento realizado pela APROVALE com relação aos valores estimados em reais para inserções na mídia referente ao Vale dos Vinhedos como indicação geográfica para vinhos.

⁴⁶ Considera-se mídia espontânea, todas as inserções de personalidade, marca ou notícia em veículos de comunicação, sem que haja custo para os beneficiados.

Tabela 22: Valores estimados em média espontânea para o Vale dos Vinhedos (período de 2010 a 2013)

| Ano | Valores estimados (R\$) |
|-------|-------------------------|
| 2010 | 1.341.993,50 |
| 2011 | 5.369.946,61 |
| 2012* | 9.778.404,20 |
| 2013 | 4.135.541,10 |

* Ano da concessão do registro de DO

Fonte: Dados fornecidos pela APROVALE (2014)

Segundo a APROVALE, o reconhecimento da IG Vale dos Vinhedos favoreceu a atividade turística, que serve como atividade complementar à produção de vinhos, com impacto maior nas pequenas vinícolas. Segundo dados da Tabela 22, disponibilizada pela APROVALE, o fluxo de turistas cresceu nos últimos anos a uma taxa média de aproximadamente 20% ao ano.

Tabela 23: Fluxo turístico no Vale dos Vinhedos (período de 2001 a 2013)

| Ano | Total de turistas |
|------|-------------------|
| 2001 | 45.000 Turistas |
| 2002 | 60.000 Turistas |
| 2003 | 82.000 Turistas |
| 2004 | 102.000 Turistas |
| 2005 | 115.737 Turistas |
| 2006 | 105.617 Turistas |
| 2007 | 120.962 Turistas |
| 2008 | 153.779 Turistas |
| 2009 | 182.229 Turistas |
| 2010 | 200.508 Turistas |
| 2011 | 228.579 Turistas |
| 2012 | 248.548 Turistas |
| 2013 | 283.240 Turistas |

Fonte: APROVALE (2014)

Com relação à organização dos produtores, a APROVALE avalia que os esforços para o reconhecimento da IG trouxeram ganhos consideráveis, muito em função da necessidade de manutenção e ampliação dos requisitos de qualidade na produção de vinhos:

“Por ocasião do reconhecimento como DO, 12 vinícolas já se adequaram as novas exigências e 16 estão em processo de adaptação.” (ERP4, 2014)

“As exigências para a entrada de novos associados na APROVALE se limitam ao cumprimento do estatuto da associação e ao pagamento de luvas para acesso ao quadro de associados. O número de associados chegou a 31, hoje são de 26 vinícolas.” (ERP4, 2014)

Quanto à percepção relativa ao aumento da qualidade dos produtos da IG, para a APROVALE, tal melhoria tem origem na necessidade de competir dentro de um setor altamente especializado onde a qualidade dos produtos definem os ganhos para este nicho mercado. Segundo o entrevistado:

“O reconhecimento da região como indicação geográfica vem de encontro com as imposições do mercado quanto à distinção, originalidade e reputação. A qualidade

dos vinhos da região é alavancada pelos critérios de qualidade na produção dos vinhos selecionados de IG. Houve um aumento da qualidade dos vinho em geral puxado pelos vinhos distinguidos pela IG.” (ERP4, 2014)

Com relação ao marco legal referente à proteção às IG no Brasil, a percepção da Associação é de que a atual legislação se apresenta de forma deficiente e incompleta.

“Falta uma melhor articulação entre as entidades de apoio e uma melhor definição do papel das instituições com relação ao tema.” (ERP4, 2014)

Conforme o entrevistado, a legislação atual, pertinente às IG(s) no Brasil, carece de normativas mais específicas para os produtos distinguidos pela IG como, por exemplo, o estabelecimento de regras de rotulagem e controle. Outra dificuldade apontada é a falta de definição na legislação atual quanto à tutela da IG, o que dificulta a utilização do nome da IG, por parte da entidade representativa dos produtores, em atividades de turismo, eventos esportivos e shows.

“A legislação atual não é clara quanto aos limites do direito de propriedade da IG por parte da entidade gestora.” (ERP4, 2014)

No que se refere ao desenvolvimento local, a APROVALE acredita que a IG pode ser uma ferramenta de desenvolvimento mais eficaz se houver uma política pública relacionando o reconhecimento oficial e as ações de incentivo como, por exemplo, linhas de crédito condicionadas à exigência de produção local e cumprimento ao regulamentos da IG.

5.8.2 – Percepção dos produtores de vinho

As vinícolas representam o setor de beneficiamento das uvas em vinhos e derivados. Conforme anteriormente observado na Tabela 18, em 2013 foram identificados no município de Bento Gonçalves 81 estabelecimentos formais fabricando vinhos de mesa, suco de uva, vinhos finos e espumantes. Dessas unidades de produção de vinhos identificadas no MTE-RAIS, apenas 31 fizeram ou fazem parte da APROVALE.

Segundo dados da APROVALE (2014), 26 vinícolas participaram das ações que envolvem a IG Vale dos Vinhedos no ano de 2014. Os representantes das vinícolas entrevistados foram selecionados entre vinícolas de pequeno, médio e grande porte que participaram ativamente das decisões envolvendo a gestão da IG. Os resultados das perguntas objetivas complementadas pelas entrevistas pessoais foram organizadas por tópicos e descritas na forma corrente abaixo:

1- *Importância do reconhecimento oficial da IG para o setor vinícola do Vale dos Vinhedos* - quatro produtores responderam que o reconhecimento é útil como marketing e

para o aumento da visibilidade do local e um respondeu que é útil para a proteção do nome do local contra falsificações:

“O reconhecimento no INPI trás credibilidade, se não fosse o registro nós seríamos apenas mais uma região produtora de vinhos da Serra Gaúcha.” (PRO13, 2014)

“A DO ajuda muito aos que tem dificuldade em se mostrar. As vinícolas pequenas se beneficiam deste movimento. As empresas mais bem estruturadas se valem do apelo proporcionado pelo *terroir* diferenciado.” (PRO15, 2014)

“A percepção é de que a IG trouxe melhorias de qualidade, visibilidade e valorização, principalmente aos pequenos produtores de vinhos.”(PRO14, 2014)

2- *Melhora na comercialização dos produtos* – Para todos os entrevistados o aumento na procura dos produtos foi perceptível após o reconhecimento da região como IG assim como a consolidação da região como referência na produção de vinhos finos.

“Todos os produtos valorizaram inclusive aqueles que não levam o selo da IG. É fato que os vinhos produzidos no Vale dos Vinhedos têm maior aceitação do público em geral, pois o Vale dos Vinhedos se tornou mais conhecido após o reconhecimento como IG.” (PRO13, 2014)

3- *Valorização dos produtos* - Em termos de valorização do produto acabado, os entrevistados foram unânimes em afirmar que o reconhecimento da IG não trouxe aumento do valor dos produtos. Os ganhos perceptíveis referem-se ao aumento no valor da terra, a melhor aceitação dos produtos no mercado e o aumento das vendas nas próprias vinícolas.

“Houve uma grande valorização das terras no Vale dos Vinhedos, de 2006 até hoje houve uma grande valorização do espaço urbano e do espaço rural muito em função do aumento da visibilidade da região” (PRO13, 2014)

“A valorização ocorrida no território ainda não chegou ao produto. A valorização do produto ainda é pequena.” (PRO15, 2014)

“A IG traz vantagem aos pequenos produtores devido à visualização e ao marketing do local. Os grandes possuem estrutura de marketing própria. Os pequenos se beneficiam do marketing que a IG proporciona.” (PRO14, 2014)

A maioria das vinícolas não consegue chegar ao nível da DO apesar de todas estarem equipadas para isto. Os produtos de DO acabam validando as outras linhas de produção, pois se você tem uma linha de vinhos de DO é porque você tem qualidade. (PRO13, 2014)

Em termos de matéria prima, os entrevistados admitem que a valorização monetária ainda não alcançou os produtores de uvas independentes, devido, em parte, a opção por produção de uvas *Vitis viniferas* pelas próprias vinícolas como também devido a falta de um arranjo entre produtores de uvas independentes e os produtores de vinhos.

As uvas para produção de vinhos finos (100% na variedade *Vitis viniferas*) apresentam, segundo os produtores de vinhos, um valor cerca de três vezes maior que as uvas para suco ou vinhos de mesa (uvas *Vitis americanas*), porém a produtividade de uvas para vinhos finos é menor, além da necessidade de adaptação dos agricultores para as novas formas de plantio que valorizam a qualidade ao invés da maior produtividade.

“O produtor de uva independente, de uma forma geral, não esquentava a cabeça, pois o que ele produz com a variedade “americanas” eles vendem para produção de suco de uva e vinhos de garrafão. Enquanto que a produção de viníferas é mais complicada e a venda é restrita às vinícolas de vinhos finos.”(PRO16, 2014)

4- *Dificuldades* - A maioria dos entrevistados apontou que a principal dificuldade em se alcançar os benefícios esperados reside na falta de uma política de incentivo e fomento às indicações geográficas seguida da falta de articulação entre produtores de uvas e vinícolas. Outra dificuldade citada está no desconhecimento do consumidor sobre o conceito de IG. Com relação à obtenção de uvas para a produção de vinhos finos, os entrevistados admitem uma falta de articulação entre os produtores de uvas independentes e as vinícolas, o que leva os vinicultores a produzir suas próprias uvas. Ainda segundo os entrevistados, o custo para produção de uvas voltadas exclusivamente para a produção de vinhos finos é alto devido aos custos trabalhistas, enquanto que a produção de uvas realizada por produtores independentes apresenta um custo mais baixo devido a natureza familiar da produção. Porém, para os produtores de uvas, a falta de um mecanismo garantidor de preços na época da colheita é um entrave para o desenvolvimento da produção voltada para vinhos finos.

“Os produtores de uvas ainda não entenderam o significado da IG. Falta visão empresarial por parte dos pequenos produtores. Existe uma dificuldade por parte dos pequenos agricultores em adotar as técnicas de plantio adequadas à produção de uvas para produção de vinhos finos. Esta dificuldade reside na resistência do produtor de uva independente em mudar seus hábitos de cultivo. As vinícolas não estão comprando dos produtores independentes por estes não estarem nos padrões adequados.” (PRO14, 2014)

“A quantidade de vinhos finos de IG no total de produção é muito pequena. Está faltando vinho. Nós não estamos dando conta da demanda por vinhos finos. Está faltando uvas. As vinícolas não têm mais áreas para plantação. As vinícolas grandes tentaram fazer um trato com os produtores. Se a Tabela do governo é um eles iriam pagar dois. Em certa época faltou uva devido a estiagem, e os produtores de uva quebraram o contrato. Eu tenho dificuldade em arrumar fornecedor pra mim, o que dirá as vinícolas maiores. Eu consigo colocar tudo no mercado. Todas as vinícolas vendem tudo no mercado, nós temos mais demanda que oferta. As vinícolas grandes estão se especializando em vinhos top de linha e estão deixando para produzir os vinhos de combate em outras regiões. Faltam uvas para a produção de vinhos de DO, nós não produzimos mais devido à falta de matéria prima. (PRO13, 2014)

A saída do Vale dos Vinhedos é aumentar o valor da uva para incentivar a produção. O Vale dos Vinhedos tem 2000 ha para a plantação de uvas finas o que dá mais ou menos 2 milhões de quilos de uvas. Só um grande produtor da região compra de 8 a 10 milhões de quilos de uvas. A tendência é o Vale dos Vinhedos ser um local de produção de vinhos especializados, mas nunca alcançará uma produção igual ao Vale Central no Chile. (PRO13, 2014)

5- *Desenvolvimento local* - Os produtores apontam como maior benefício para o desenvolvimento da região o aumento da visibilidade do local que proporcionou o desenvolvimento do turismo, da rede hoteleira e do setor de alimentação. Em segundo lugar, destacam a melhoria da coordenação entre os atores da cadeia produtiva.

Com relação à coordenação do setor produtivo, os entrevistados se dividem na percepção da contribuição do reconhecimento da IG na melhoria da organização do setor. A maioria (três entrevistados) acredita que a organização do setor surgiu da necessidade de enfrentar os desafios da concorrência dos produtos importados, fato que ocorreu bem antes do primeiro reconhecimento da região como IG que se deu em 2002. Para um dos entrevistados, a Associação dos Produtores só é mantida devido aos compromissos assumidos com a instituição da IG. Para outro a IG só consolidou o movimento de aproximação do setor, sendo, portanto uma consequência natural da evolução do setor vinícola na região.

“A IG tem o mérito de reunir concorrentes numa mesma mesa para trabalhar por uma causa em comum. A associação dos produtores não perduraria por muito tempo se não fosse a IG.” (PRO13, 2013)

“A APROVALE ainda não consegue convencer os produtores uva a mudar o sua maneira de produção.” (PRO14, 2014)

“A coordenação dos produtores não tem evoluído, não se sabe como resolver as questões de coordenação entre as vinícolas e os produtores de uvas independentes que detêm a maior parte das áreas cultiváveis” (PRO13, 2014)

“As vinícolas cresceram muito nos quinze anos. O que não está crescendo é a produção de uva. A plantação de uva é um bom negócio. Mas as novas gerações não estão sabendo gerenciar a produção. Aqueles que estão bem são as que fizeram arranjos com as grandes vinícolas.” (PRO14, 2014)

Na opinião dos entrevistados, o setor mais beneficiado com o reconhecimento da IG foi o setor de turismo seguido do setor de exportação onde o vinho produzido no local ganhou status de produto de qualidade diferenciada. De forma geral, os entrevistados concordam que houveram ganhos com o reconhecimento da região como indicação geográfica para os produtores de vinhos.

“Enoturismo beneficiou muito as pequenas vinícolas, algumas sobrevivem apenas do comércio local aos turistas ao Vale dos Vinhedos.” (PRO16, 2014)

“Benefício para região foi maior que o benefício no mercado externo. O enoturismo é maior expressão dos benefícios da IG, pois trouxe maior visibilidade, maior fluxo turístico, o que melhorou a procura por serviços de alimentação e alojamentos. 2005 pra cá houve uma intensificação do consumo.” (PRO17, 2014)

“Para quem exporta a DO é muito importante. A exportação melhorou muito. O Brasil é pouco conhecido no mercado internacional. Os vinhos daqui são tidos como exóticos no mercado externo” (PRO16, 2014)

6- *Legislação* – Questionados sobre a utilização do registro no INPI como proteção ao uso exclusivo da IG por parte dos produtores estabelecidos no local, os entrevistados responderam que a proteção se mostra suficiente embora concordem que o tema ainda não é ponto de preocupação entre os produtores e que não houve mudança com relação a repressão ao uso do nome geográfico após o registro. Com relação ao desenvolvimento local, a percepção de todos os entrevistados é de que a legislação atual possibilita o aumento

da visibilidade, o que favorece o desenvolvimento local, porém falta uma política de incentivos fiscais e de financiamento.

“O INPI é órgão que valida a existência de um local diferenciado. A IG delimita uma área e define quem são os atores econômicos locais. É muito útil como propaganda. Mas falta ao INPI dar maior conhecimento público ao consumidor em geral.” (PRO17, 2014)

A Lei é muito sintética. Deveria haver um detalhamento maior sobre os órgãos de controle e uma melhor comunicação com o consumidor. (PRO15, 2014)

“A IG tem trazido vantagens de uma forma geral, hoje o Vale dos Vinhedos já é conhecido como um lugar de bons vinhos Merlot. Se houvesse qualquer política de incentivo isso aqui decolaria, pois o povo daqui é muito empreendedor. Se só os vinhos com DO recebessem 50 % de redução de impostos, se aumentaria muito a quantidade de vinhos de qualidade tanto para a o mercado interno quanto o para o mercado externo.” (PRO16, 2014)

5.8.3- Percepção das entidades de fomento e apoio técnico/científico

A EMBRAPA Uvas e Vinhos é sem dúvida o mais importante ator institucional no apoio técnico científico e o maior fomentador dos esforços para o reconhecimento do Vale dos Vinhedos como indicação geográfica para vinhos finos. A participação da EMBRAPA é de grande importância para a valorização e aumento da qualidade dos produtos vinícolas na Serra Gaúcha, tendo como o Vale dos Vinhedos a sua experiência mais consolidada. A EMBRAPA Uvas e Vinhos mantém um centro de pesquisa na cidade de Bento Gonçalves, que além de oferecer consultoria e apoio técnico/científico, também apoia a modernização e a introdução de inovações no setor vitivinícola.

A Universidade de Caxias do Sul também se destaca como um importante ator no suporte científico, no apoio à caracterização do Vale dos Vinhedos como IP e DO assim como importante centro de estudos e formação de mão de obra especializada para o setor vitivinícola.

O resultado das entrevistas semiestruturadas e entrevistas abertas com as entidades de fomento e apoio técnico/científico é apresentado a seguir:

1- *Contribuição do reconhecimento da IG Vale dos Vinhedos no desenvolvimento local* - Entre os pesquisadores entrevistados, a maioria admitiu que o reconhecimento da indicação geográfica contribuiu para o desenvolvimento local na medida em que houve uma melhoria na organização do setor de vinhos, com reflexos principalmente no enoturismo. Citam como entrave a uma melhor distribuição de benefícios a falta de uma política voltada para a valorização dos produtos locais.

“De fato a IG é uma importante ferramenta de organização do espaço agrícola. Facilita a organização e favorece a comunicação dos valores da produção agrícolas dos países e regiões. No Brasil ainda falta tratar melhor esta ferramenta como diferencial competitivo, falta políticas públicas adequadas que utilizem a ferramenta da IG para reorganização do setor agrícola para que possamos avançar na qualidade e na diferenciação com base na qualidade.” (EFA7, 2014)

Para um dos entrevistados, não está evidente a relação entre a IG e o desenvolvimento local, pois existem vários fatores concorrentes:

“Não é possível concluir que a IG contribui para o desenvolvimento local no Vale dos Vinhedos, pois existe a concorrência de vários fatores que também favorecem ao desenvolvimento principalmente em um local com o dinamismo de Bento Gonçalves.”(EFA6, 2014)

“É inegável o valor da proteção proporcionado pelo registro de IG, porém somente o reconhecimento não é suficiente para alavancar o desenvolvimento local no atual estágio de desenvolvimento.”(EFA6, 2014)

Segundo um dos pesquisadores do tema, as IG(s) brasileiras ainda estão em seus estágios iniciais, pois ainda não é possível avaliar quantitativamente os benefícios da IG no meio local. Porém, segundo o entrevistado, com a maturidade do sistema será possível uma melhor avaliação dos impactos do reconhecimento:

“Em Napa Valley o turismo nas vinícolas representa uma grande ganho para a comunidade pois a visita aos vinhedos proporciona ganhos ao setor hoteleiro, aos setor alimentício e o comércio local como a venda de combustível.” (EFA7, 2014)

2- *Coordenação entre os produtores e outros elos da cadeia produtiva* - Para todos os entrevistados, o reconhecimento da IG induziu uma melhor coordenação entre os produtores de vinho em busca de competitividade no mercado. Para dois pesquisadores entrevistados, os benefícios ainda se concentram em um grupo restrito de produtores mais bem consolidados.

“No início, mais ou menos em 1994, os produtores de vinho do Vale dos Vinhedos eram pequenos, estavam em dificuldades mais queriam crescer. A APROVALE foi criada em 95. No início a produção era praticamente toda familiar. Introduzimos a ideia de se criar na região uma IG. Depois com a nova Lei a ideia foi se consolidando. Inicialmente foi pensada uma DO, porém decidimos por apoiar o projeto iniciando com uma IP. O Vale dos Vinhedos reunia certas condições que permitiram a evolução do projeto. Foi uma proposição da EMBRAPA a iniciativa de começar os trabalhos para o registro.” (EFA5, 2014)

Com relação aos outros elos da cadeia produtiva, a opinião de um dos entrevistados é de que a verticalização da produção observada na maioria das vinícolas com a produção própria de uvas não favorece ao desenvolvimento da produção de uvas *Vitis viníferas* para a produção de vinhos finos, que possuem maior valor agregado, por parte dos produtores independentes.

“Não existe segurança aos produtores de uvas independentes de que, produzindo uvas *Vitis viníferas* para a produção de vinhos finos, sua produção será vendida a

valores que compensem o aumento de custo das mudanças necessárias a este tipo de produção.” (...)

“O fornecedor de uva é o elo mais fraco da cadeia. A relação entre vinícolas e produtores de uva não é uma relação de confiança. Houve relatos de quebra de contratos por parte das vinícolas como também dos produtores de uvas.” (EFA6, 2014)

A continuidade dos esforços para o reconhecimento da IG Vale dos Vinhedos pode ser verificada na busca pela melhoria da qualidade e na evolução da IP para a DO. Porém, para parte dos entrevistados, com a instituição da DO, as vinícolas menos qualificadas que faziam parte da IP, tiveram o acesso à diferenciação proporcionado pelo símbolo distintivo restringido.

3- *Qualidade* – O quesito referente à melhoria da qualidade dos produtos a partir do reconhecimento oficial da IG divide a opiniões dos entrevistados. Parte destes acredita que houve uma melhoria da qualidade em todos os produtos participantes da IG, mesmo por parte daqueles que não conseguiram alcançar os requisitos para utilização do selo da IG. Outra parte considera que as melhoras se restringem a um pequeno grupo mais articulado incluindo as vinícolas de maior porte.

“Qualidade é um conceito subjetivo, está na mente das pessoas. Tire do rótulo sua origem e a percepção de qualidade se altera. A construção do conceito de qualidade se transfere para a percepção do consumidor na medida em que a referência do local de produção passa a ideia de um local com tradição e qualidade. É muito mais fácil transferir valores de confiabilidade quando se tem uma organização do setor.” (EFA7, 2014)

“Especificamente com relação à IG houve a opção por algumas variedades de uvas aprovados por estudos da EMBRAPA. Houve uma conversão do tipo de cultivo como também alguns processos de produção. Tais movimentos aumentaram a qualidade dos produtos e com isso a melhora na percepção dos produtores locais induzidos pelo modelo da IG.” (EFA8, 2014)

4- *Consumidores* – Parte dos entrevistados considera que os consumidores de vinhos, de forma geral, passaram a valorizar mais os produtos da região após o reconhecimento da indicação geográfica mesmo não conhecendo o conceito de IG. Parte considera a falta de conhecimento dos consumidores o maior obstáculo para o desenvolvimento da IG.

5- *Turismo* – A maioria dos entrevistados considera que o setor de turismo foi um dos setores que mais se desenvolveram a partir do reconhecimento da IG. A relação do nexo causal não é muito clara, porém as ações de melhoria da visibilidade do local em conjunto com as melhorias das propriedades e a organização das rotas vinícolas colaboraram com o aumento do turismo. Um dos entrevistados discorda que o reconhecimento da IG tenha

influenciado no aumento do turismo pois o município de Bento Gonçalves já era um ponto de atração ao turismo de negócios.

“O turismo retroalimenta a notoriedade do local como produtor de vinhos de qualidade.” (EFA7, 2014)

“Não é possível afirmar que a IG contribuiu para o desenvolvimento das atividades de turismo, pois em outros locais sem IG também houve desenvolvimento. O que se tem em Bento Gonçalves é turismo de negócio, o enoturismo é secundário. Serve como um atrativo a mais para trazer eventos para Bento Gonçalves.” (EFA6, 2014)

6- *Valorização dos produtos* – Todos concordaram que o reconhecimento da IG possibilitou uma forma de divulgação dos produtos atrelados a valores qualitativos, o que aumentou sua aceitação em nichos de mercado de vinhos finos, antes dominados exclusivamente por vinhos estrangeiros. Em termos de valorização monetária, os entrevistados foram unânimes em afirmar que a indicação geográfica não proporciona, ainda, retornos significativos, pois a grande maioria dos consumidores ainda não relacionam certos atributos qualitativos com a origem dos produtos.

“A valorização dos produtos aconteceu, porém não é possível desvincular de outros requisitos como o aumento do padrão de qualidade.” (EFA7, 2014)

“No geral não foi possível verificar uma valorização que possa ser atribuída a IG.” (EFA6, 2014)

7- *Visibilidade* – É consenso entre os entrevistados que o reconhecimento do local como IG aumentou a visibilidade tanto dos produtos quanto do local muito em função da imagem de produção de vinhos de qualidade, em conjunto com os atrativos do enoturismo.

“A melhora da visibilidade ocorreu, pois hoje os vinhos da região ganharam mercados e o mercado internacional valoriza os produtos regionalizados. O Brasil segue a tendência mundial de se diferenciar através da origem. Existe uma relação entre a reputação, o imaginário e os quesitos de qualidade. O Vale dos Vinhedos é uma experiência exitosa.” (EFA7, 2014)

8- *Aceitação dos produtos no mercado* – Os produtos produzidos no Vale dos Vinhedos passaram a ser mais bem aceitos na medida em que o aumento da visibilidade, proporcionado pelo reconhecimento, se fez valer nos meios de comunicação. Os produtos destinados à exportação ganharam novo status facilitando a penetração em mercados externos. A falta de divulgação e a logística deficiente impedem um melhor posicionamento no mercado interno.

9- *O papel das instituições* – Todos os entrevistados consideraram que o instituto das indicações geográficas no Brasil carece de maior e melhor regulamentação. A Lei de Propriedade Industrial é a única regra a estabelecer as definições relacionadas às IG(s), porém seu alcance se restringe a proteção aos nomes geográficos, sendo necessário, também, o estabelecimento de regras que garantam a qualidade e protejam as condições para a produção

e a comercialização de produtos de origem para que os benefícios do sinal distintivo alcance toda cadeia produtiva. Os entrevistados apontaram para uma falta de articulação entre as instituições de fomento e apoio às indicações geográficas e para a inexistência de uma política de valorização de produtos de origem que possibilite a melhor inserção no mercado e melhor distribuição de benefícios entre os atores envolvidos na atividade.

“Uma política que equalizasse as demandas do setor empresarial com os objetivos de desenvolvimento e inclusão poderia utilizar o argumento teórico das IG(s) para alcançar estes objetivos. Os principais atores de fomento de IG se mostram desarticulados pois replicam esforços e não coordenam as ações com objetivos comuns.” (EFA7, 2014)

“A relação entre o setor público e o setor de vinho ainda é frágil, porém em Bento Gonçalves ocorre uma predisposição do setor público municipal em proporcionar os meios para o desenvolvimento do setor.” (EFA7, 2014)

10- Controle – Com relação à fiscalização e controle das atividades da IG, houveram opiniões diversas entre o participantes da entrevista. Dois dos entrevistados acreditam que o modelo do conselho regulador vinculado à entidade gestora da IG é uma forma eficiente de garantir a qualidade dos produtos e a fidelidade às regras estabelecidas. Para três dos pesquisadores entrevistados, um controle externo como forma de garantir a credibilidade dos produtos e o cumprimento dos regulamentos, se faz necessário. Um considera a certificação de terceira parte com uma forma eficiente para garantir o cumprimento das regras de produção. Para outros dois, se faz necessário à intervenção de um órgão público para fiscalizar o cumprimento das condições estabelecidas no registro da IG:

“O modelo do conselho regulador ainda é o mais adequado, pois o setor público através o MAPA não teria condições de regular e fiscalizar de forma eficiente as condições estabelecidas nos regulamentos.”(EFA7, 2014)

“O Conselho Regulador nos moldes de algumas IG(s) europeias talvez seja a forma mais eficiente de controle dos produtos distinguidos por IG para vinhos” (EFA5, 2014)

11- Legislação – Para quatro pesquisadores, o marco legal atual é insuficiente para o desenvolvimento da IG no Brasil. Um não quis opinar. Para as quatro opiniões sobre a legislação, uma considera que o marco regulatório, apesar de adequado a proteção do nome geográfico, carece de uma relação com uma política de valorização dos produtos de origem.

“O problema não é legal e sim de arranjo institucional. (...) o marco legal é suficiente no aspecto da proteção, porém o arranjo institucional é frágil. O mercado de vinho precisa reconhecer o mecanismo de IG para que os benefícios sejam mais aparentes.” (EFA7, 2014)

Outro pesquisador considera o marco legal insuficiente.

“O registro de indicação geográfica não tem como finalidade o desenvolvimento local. O marco legal é frágil no que se refere a tutela das condições de controle e incompleto pois não regula questões importantes como a titularidade e as delimitações. Seria necessário criar um entendimento a respeito de quem tutela as IG(s) e a quem compete fiscalizar e controlar as questões de produção. As delimitações deveriam ser prerrogativa dos geógrafos e é uma questão bastante delicada que deveria ser discutida no âmbito do pedido de registro.” (EFA8, 2014)

Para dois pesquisadores, o reconhecimento da indicação geográfica aliado a uma política que utilize o reconhecimento como forma de organizar o setor produtivo, poderia induzir a um desenvolvimento local a exemplo de políticas públicas utilizadas em países da Europa e da América do Sul. Outro pesquisador entrevistado, considera a necessidade de incluir o reconhecimento de IG dentro de uma política pública que tenha um finalidade definida:

“No caso do vinho, existe algumas condições que não se aplica a outros produtos. Não se sabe em qual legislação, mas deveria haver algumas particularidades a serem consideradas. O registro da IG deveria prever alterações no regulamento e nas condições de controle. As IG(s) são dinâmicas tem que se prever modificações ao longo do tempo. Deveria existir uma instância competente para avaliar as modificações nos registros. As IG(s) são dinâmicas. Na França o INAO é o responsável pela avaliação das modificações e dos ajuste nos regramentos das IG(s). Segundo o pesquisador, o INPI poderia prever e avaliar os pedidos de alterações nas IG(s). Poderia se instituir um procedimento administrativo para avaliar as modificações através de convênios ou através de um grupo de avaliações. No futuro haverá demandas para a modificação de pedidos de registro. O caderno de especificação na Europa apresenta de forma sucinta informações a respeito das características do produto, formas de produção e controle, áreas aprovadas para a produção. O termo IP está fora dos conceitos atualmente aceitos internacionalmente. Colocaria IGP e DOP ou DOC. A IG deveria imputar ao produto e não ao local a reputação e as características diferenciadas. A Indicação de procedência é um conceito equivocado em nossa legislação. O conceito de indicação de procedência para vinhos visa apenas apontar a origem sem requisitos qualitativos”. (EFA5, 2014)

“O registro da IG tem o mérito de definir uma delimitação e os agrupamentos produtivos que atuam no espaço delimitado”. (EFA5, EFA6, 2014)

5.8.4- Percepção do poder público municipal

A prefeitura de Bento Gonçalves, através de sua secretaria de turismo, favorece as ações de divulgação, de promoção de eventos e de atração de investimentos para o setor turístico. A Prefeitura apoia as ações de divulgação da IG e favorece o crescimento do setor de enoturismo no local.

Para o representante da secretária de turismo de Bento Gonçalves, o reconhecimento oficial da região como uma indicação geográfica para vinhos finos é uma decorrência natural dos fatores históricos relacionados a imigração italiana no final do século XIX.

Na opinião do entrevistado, a região possui um grande dinamismo pois concentra grande quantidade de empresas dos setores metal mecânico e moveleiro, além das principais vinícolas da Serra Gaúcha.

O município de Bento Gonçalves conta com um dos maiores centros de convenções do estado. Tais fatores credenciam o município de Bento Gonçalves como um importante polo de turismo de negócios. Segundo o entrevistado:

“O enoturismo vem a complementar a vocação turística do município de Bento Gonçalves assim como os municípios vizinhos. Todos esses fatores contribuem para a escolha do local como sede de diversos eventos, assim como congressos e reuniões profissionais.” (GOV1, 2014)

Para o entrevistado, o fato do Vale dos Vinhedos ser reconhecido como indicação geográfica para vinho vem se acrescentar a outros fatores que fazem com que a região seja um atrativo para o turismo de negócio, desenvolvendo a rede hoteleira, os serviços de transporte e os restaurantes.

“A contribuição do enoturismo para desenvolvimento do turismo ocorre, na maioria das vezes, de forma complementar somando-se as outras condições favoráveis ao turismo local.” (GOV1, 2014)

5.9 – ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

O estado do RS contribui com mais de 50% da produção de uva e, segundo estimativas da IBRAVIN (2014), com 90% da produção de vinhos no Brasil. Segundo dados do IBGE (2014), somente os municípios integrantes do Vale dos Vinhedos produziram aproximadamente 13% do total de uvas no Brasil.

A quantidade de uvas destinadas à produção de vinhos finos no RS corresponde a aproximadamente 15% do total de uvas processadas no estado. No Vale dos Vinhedos tal realidade não é diferente, apesar da região contribuir com grande parte da produção de vinhos finos nacionais, onde uma parcela destes é distinguida como vinhos de IG. O total de faturamento com a produção de uvas, segundo os dados do IBGE, está abaixo da média nacional. Tal observação evidencia o pequeno impacto da produção de uvas destinadas à produção de vinhos finos, de maior valor agregado, no faturamento dos estabelecimentos produtores de uvas. Há também de se considerar que boa parte da produção de uvas destinadas à produção de vinhos finos é produzida pelas próprias vinícolas, caracterizando uma verticalização no processo produtivo do setor.

Os números relacionados à produção de uvas demonstraram uma diminuição do número de unidades produtivas formais, com uma concentração da produção uvas em um número menor de estabelecimentos. Os empregos formalizados gerados no cultivo da uva

vêm diminuindo ao longo do período, a faixa salarial e nível de escolaridade predominante, revelam um baixo grau de instrução e especialização da mão de obra empregada na atividade relacionada ao cultivo de uva.

A verticalização na atividade vinícolas da região pode estar contribuindo para a concentração das atividades de produção de uvas especiais (*Vitis viníferas*), pois a maioria das vinícolas, principalmente as de pequeno porte, procuram a cultivar sua própria matéria prima.

A dificuldade de coordenação observada entre vinícolas e produtores de uvas independentes é um fator perceptível na cadeia de produção de vinhos finos do Vale dos Vinhedos. Tal dificuldade pode estar relacionada a resistência às mudanças nas formas de produção de uvas especiais, que demandam maior cuidado e controle quanto às variedades de uvas cultivadas, e uma consequente diminuição da produtividade. Tais restrições levam muitos produtores de uvas a não adotarem às condições estabelecidas para a produção de uvas especiais destinadas a produção de vinhos finos e consequentemente aos vinhos identificados pela IG.

A evolução do setor de produção de vinhos no período pesquisado indica uma diminuição das empresas de mão de obra familiar (com zero empregado) e um pequeno aumento no número de empresas com mais de um empregados. Os empregos gerados no setor vinícola aumentaram no período com uma melhora no nível de escolaridade e no nível salarial. A quantidade de vinhos produzida no Vale dos Vinhedos aumentou no período estudado, porém a quantidade de vinhos diferenciados pela IP, que ocorria na média de 20% da produção em garrafas, diminuiu com a entrada em vigor dos critérios de qualidade da DO. O percentual de vinhos finos diferenciados pelo selo da DO foi de aproximadamente 6% da produção total das vinícolas cadastradas em 2010. Tal diminuição aponta para uma estratégia mercadológica por parte das vinícolas que passaram a diferenciar apenas uma pequena parte dos vinhos finos produzidos na IG, em função das novas exigências mais restritivas dos regulamentos da DO, que é um diferencial reconhecido internacionalmente no setor de vinhos finos. O número de vinícolas aptas à produção de vinhos de IG diminuiu, o que leva a crer que a maioria das vinícolas da região ainda não estão adaptadas às novas exigências impostas pelo novo regulamento da DO. Contudo, tal fato não impede que a maior parte da produção dos vinhos finos da região se beneficie da reputação já alcançada ao longo dos anos de reconhecimento como IG.

Foi possível constatar através do estudo de caso que o reconhecimento como indicação geográfica proporcionou um aumento da visibilidade do setor vinícola da região através de

uma mídia espontânea, o que também beneficiou atividades complementares como o enoturismo, que por sua vez, contribuiu para o aumento das atividades nos setores de alojamentos, alimentação e transporte.

Mensurar a contribuição do reconhecimento da indicação geográfica Vale dos Vinhedos ao desenvolvimento local demonstrou ser uma tarefa complexa em função da dinâmica econômica local, principalmente considerando o município de Bento Gonçalves (o município contribui com cerca de 75% da área geográfica do Vale dos Vinhedos e 90% das atividades vitivinícolas do Vale dos Vinhedos).

Tal observação encontra respaldo em Gollo (2006) que considera como uma explicação viável ao sucesso de algumas ações relacionadas a IG Vale dos Vinhedos ao fato da região delimitada integrar a região da Serra Gaúcha onde a proximidade dos atores locais geram ações coletivas e cooperadas que ampliam a densidade das ações sociais favorecendo o surgimento de oportunidades inovadoras de desenvolvimento.

Os dados pesquisados indicaram um aumento das atividades relacionadas ao enoturismo, o que pode estar relacionado às ações de promoção do setor e o aumento da visibilidade do local, este decorrente do reconhecimento da indicação geográfica.

Dois fatores anteriores ao estabelecimento da IG foram muito relevantes para a consolidação desta ferramenta no território do Vale dos Vinhedos: a colonização italiana que trouxe com ela a identidade entre os produtores e a formação da associação dos produtores para reagir a abertura comercial. De fato, baseado nos dados pesquisados, corroborados pela pesquisa de percepção realizada, verifica-se que a coordenação entre os produtores foi induzida em função das dificuldades encontradas pelo setor a partir da abertura comercial nos anos 1990 com a entrada no mercado nacional de produtos importados. Tais fatores contribuíram para a consolidação de normas e convenções espontâneas.

A partir do projeto liderado pela EMBRAPA Uva e Vinho, um modelo de indicação geográfica foi elaborado com a finalidade de aumentar a competitividade dos vinhos da região frente à concorrência estrangeira. O reconhecimento da IG veio a consolidar as estratégias de cooperação iniciadas em 1995 com a criação da APROVALE. Segundo a percepção dos entrevistados, o reconhecimento da IG trouxe uma referência de qualidade aos produtores de vinhos que passaram a introduzir novos métodos de produção e cultivo das uvas. Porém, o que se verificou é que a coordenação com os elos da cadeia ainda não chegou aos produtores de uvas. Baseado nos dados coletados e na bibliografia pesquisada fica evidente a ocorrência de falhas de coordenação na relação entre os produtores de matéria prima para os vinhos finos

(uvas *Vitis viniferas*) e as vinícolas. Tal falha de coordenação contribui para a intensificação da verticalização das vinícolas ao produzir suas próprias uvas. Neste caso é possível verificar, conforme conceituado por Menger (1892), que nem sempre a ordem espontânea é suficiente para redução dos custos de transação, fazendo-se necessária o estabelecimento de uma ordem formal onde Instituições e o Estado teriam um papel em garantir um ordenamento das interações econômicas.

A Tabela 24 resume as considerações relativas às questões da Tese com relação ao contexto apresentado e o resultado da pesquisa de percepção obtida através das entrevistas e questionários semi-estruturados com os atores relevantes consultados.

Tabela 24: Consolidação percepção dos atores relevantes da IG Vale dos Vinhedos

| Indicador | Resultado da entrevista |
|--|--------------------------------|
| Aumento da visibilidade | Melhorou |
| Valorização dos produtos | Melhorou |
| Aumento da coordenação do setor produtivo | Melhorou |
| Aumento de atividades complementares | Melhorou |
| Efetividade do marco legal: | |
| Quanto a proteção ao nome geográfico | Suficiente |
| Como ferramenta de desenvolvimento local | Insuficiente |

Abaixo, são apresentados os comentários sobre os resultados obtidos na pesquisa de percepção com os atores relevantes identificados:

Aumento da visibilidade aos produtos e ao local

Segundo os dados coletados e a percepção da maioria dos entrevistados, o reconhecimento da Indicação Geográfica Vale dos Vinhedos favoreceu a um aumento da visibilidade aos produtos e ao local, favorecendo o desenvolvimento de atividades complementares como o enoturismo, a produção de suco de uva como também atividades paralelas como o enoturismo, favorecendo o crescimento de setores ligados a alojamentos e alimentação. Segundo a secretaria de turismo de Bento Gonçalves, as rotas de enoturismo se apresentam como fator de atração a eventos, complementando a vocação do município de Bento Gonçalves ao turismo de negócios.

Valorização dos produtos

Segundo os entrevistados a valorização do produto se deve ao aumento tanto da percepção do consumidor quanto a qualidade dos produtos locais quanto ao aumento da visibilidade e mídia espontânea proporcionada pelo reconhecimento da região como indicação geográfica para vinhos finos. O reconhecimento da região como IG proporcionou um meio de

inserção na mídia que, em conjunto com uma série de articulações no mercado, aumentou a percepção do consumidor quanto à melhoria da qualidade do produto, ainda que o mesmo não conheça o conceito de IG.

O papel do reconhecimento oficial como ferramenta de indução à cooperação

Como visto anteriormente, para que seja possível o reconhecimento oficial de uma indicação geográfica pelo registro no INPI, uma série de condições devem ser satisfeitas. Dentre essas condições, o estabelecimento de uma entidade representativa de produtores e o estabelecimento de regras para obtenção dos produtos são os fatores mais significativos no contexto do desenvolvimento local, pois a necessidade de se coordenar atores, a princípio concorrentes, em prol de um benefício comum, é um dos indicativos do grau de maturidade alcançado pelo setor. Este ponto de vista é corroborado por Nierdele (2009, p.5):

“(...) no caso do setor vinícola da Serra Gaúcha, como também no Vale dos Vinhedos, verifica-se a existência de uma variedade de atores não exatamente homogêneos formando um complexo conjunto de mercados e arranjos institucionais. (...) o conflito é uma das características mais visíveis observada neste setor, possivelmente em função de aspectos culturais herdados dos imigrantes italianos, contudo, tais conflitos parecem não impedir estratégias de cooperação competitiva, sendo que, o que se observa, é uma unidade em torno de um conjunto de valores, instituições e convenções sociais que, ao menos para um observador externo, se traduz como imagem de uma coesão social que viria a sustentar uma trajetória de desenvolvimento localizado.”

Um dos fatores que resultaram em uma postura mais cooperativa no setor do vinho, sem dúvida está relacionado, sem dúvida, ao aumento da concorrência com os produtos importados, resultado da maior oferta destes produtos no mercado nacional. No início dos anos 2000, os vinhos brasileiros representavam 54% do total de vinhos comercializado, atualmente, a fatia do mercado interno ocupada por vinhos estrangeiros supera a marca de 70% (IBRAVIN 2014).

Frente à crise, o setor buscou recuperar a competitividade através de melhorias na imagem do produto nacional através de ações que visavam melhorar a reputação, a qualidade e a tipicidade dos produtos com a criação de uma identidade regional além de mirar no mercado externo, altamente competitivo. Portanto, seguindo uma evolução natural dentro da estratégia de promoção dos vinhos regionais, o setor reconhece as Indicações Geográficas como uma importante ferramenta de promoção e agregação de valor reconhecida internacionalmente. Desta forma, os produtores do Vale dos Vinhedos vêm buscando o reconhecimento de seus produtos através dos registros de indicações geográficas no INPI.

Em concordância com o observado em Nierdele (2009) e considerando a observação participante, é possível inferir que a relação entre desenvolvimento local e o reconhecimento

de indicações geográficas, em especial ao caso do Vale dos Vinhedos, não se faz tão evidente para o caso brasileiro quando comparado com os diversos casos descritos na literatura, em particular quando esta se refere, às experiências europeias. Nierdele (2009) comenta a afirmação de alguns críticos das indicações geográficas no Brasil, de que a apropriação deste ativo imaterial coletivo através do registro de IG por parte de um pequeno grupo de produtores, constitui um mecanismo excludente em virtude das condições para sua obtenção e do tipo de mercado que permitem acessar. Tal fato estaria voltado a beneficiar apenas alguns setores elitizados do agronegócio ou a chamada agricultura familiar capitalizada. Segundo Flores (2007), o Vale dos Vinhedos talvez tenha contribuído para à constituição deste tipo de visão pelo fato de ali ter se constituído uma “elite local” proveniente de segmentos da agricultura familiar que se beneficiaram de incentivos no passado.

Por conta do que foi possível observar na pesquisa de campo, os benefícios decorrentes do reconhecimento da indicação geográfica Vale dos Vinhedos se restringiram, até o momento, ao grupo de produtores que vêm se organizando e se estruturando desde o início da década de 1990, muito em função do aumento da concorrência dos produtos importado e de uma expansão do mercado interno.

Os benefícios decorrentes do reconhecimento da localidade como IG para vinhos ainda não alcançaram o segmento das atividades de base familiar, como os produtores de uvas independentes ou mesmo as pequenas cantinas que não possuem ainda condições de participar do mercado como o observado nas vinícolas mais consolidadas. Verificou-se na pesquisa de campo a ausência de representatividade destes segmentos junto a entidade gestora da IG. Tal ausência revela uma falha de coordenação entre o setor de manufatura e os produtores de matéria prima independentes. Uma explicação para tal fato seria a ausência de um acordo que garanta aos viticultores preços compensatórios na produção de uvas para a produção de vinhos finos na ocasião da colheita da matéria prima. A inexistência deste tipo de coordenação exclui esses segmentos das estratégias da IG. A falha de coordenação entre vinicultores e viticultores independentes pode ser um empecilho ao desenvolvimento futuro da IG, o que poderia vir a ser remediado caso houvesse uma política voltada às IG(s) do setor.

A contribuição do reconhecimento como IG no aumento de atividades complementares

Sem dúvida, pode-se considerar que o enoturismo foi um dos setores que mais de beneficiaram pelo reconhecimento da IG Vale dos Vinhedos. Apesar de ser considerado pelos especialistas como um destino para o turismo de negócios, devido à alta concentração de indústrias ao seu redor, o município de Bento Gonçalves apresentou um crescimento

considerável no setor de alojamentos e alimentação ligados ao enoturismo no período pesquisado. A conjunção entre a atividade vitivinícola e o espaço geográfico, incluindo nesse caso fatores humanos como a cultura e a história da migração italiana, proporcionou um ambiente propício ao crescimento do enoturismo, fazendo florescer atividades paralelas como o turismo gastronômico, o turismo de aventura e a ampliação da rede hoteleira e de restaurantes em torno da rota do vinho no Vale dos Vinhedos. Segundo a percepção dos atores relevantes, o enoturismo passou a ser mais um atrativo para a captação de eventos para Bento Gonçalves e arredores, o que reafirma a região como um destino turístico. O reconhecimento da IG não foi considerado na pesquisa de campo como fator preponderante ao crescimento do turismo, mas todos concordaram que tal fato contribuiu fortemente para a consolidação do cenário como destino turístico baseado na reputação de local como produtor de bons vinhos potencializado pela mídia espontânea decorrente do reconhecimento oficial como IG.

Efetividade do marco legal na proteção à IG

A proteção ao nome geográfico do local proporcionada pelo registro como IG no INPI, apesar de não ter sido considerada como fator preponderante para os esforços de reconhecimento oficial através do registro do nome geográfico, é tida como suficiente para a maioria dos atores relevantes entrevistados. Considerando o reconhecimento como uma forma de apropriação do bem imaterial e ferramenta de desenvolvimento, o marco legal existente foi considerado insuficiente na medida em que não garante a manutenção dos requisitos de qualidade e tão pouco incentivos (seja através do acesso a linhas de financiamento ou através de subsídios fiscais) para a colocação de produtos no mercado.

Finalmente, verificou-se que a adoção dos critérios que permeiam o conceito de indicação geográfica, como a instituição de uma delimitação do território, a identificação dos atores relevantes e a instituição de regulamentos constitui uma maneira de proteger e garantir o direito ao ativo intelectual coletivo expresso na tradição do cultivo e beneficiamento da uva.

Conclui-se que os impactos potenciais hipotetizados de valorização do local e dos produtos identificados pela IG no mercado melhoraram, mais por um efeito induzido por uma mídia espontânea e por ações dos próprios produtores do que pela formação de um ambiente propício à comercialização de produtos locais baseados no sinal distintivo da IG. No que se refere ao desenvolvimento local, o marco legal se mostrou inadequado como ferramenta de desenvolvimento devido à falta de coordenação com outras políticas de valorização e estímulo à produção local.

Capítulo 6 – CASO 2- INDICAÇÃO GEOGRÁFICA REGIÃO DO CERRADO MINEIRO

A Região do Cerrado Mineiro foi à segunda região reconhecida como indicação geográfica na espécie de indicação de procedência no Brasil para o produto café, tendo obtido o registro em 2005. Foi a primeira região produtora de café a ser demarcada no Brasil, conforme decreto do governo de Minas Gerais, desde abril de 1995.

São 55 os municípios que compõem a IG Região do Cerrado Mineiro. Localizados no Alto Paranaíba, Triângulo Mineiro e Noroeste de Minas, apresentam padrão edafoclimático uniforme possibilitando a produção de cafés de reconhecida qualidade (CAFÉ DO CERRADO, 2013).

Os municípios que fazem parte da Região do Cerrado Mineiro são: Abadia dos Dourados, Araguari, Arapuá, Araxá, Bambuí, Bonfinópolis de Minas, Buritis, Buritizeiro, Campos Altos, Canápolis, Carmo do Paranaíba, Cascalho Rico, Conquista, Coromandel, Córrego D'Anta, Cruzeiro da Fortaleza, Douradoquara, Estrela do Sul, Grupiara, Guarda-Mor, Guimarânia, Ibiá, Indianópolis, Iraí de Minas, João Pinheiro, Lagamar, Lagoa Formosa, Matutina, Medeiros, Monte Alegre de Minas, Monte Carmelo, Nova Ponte, Paracatu, Patos de Minas, Patrocínio, Perdizes, Pratinha, Presidente Olegário, Rio Paranaíba, Romaria, Sacramento, Santa Juliana, Santa Rosa da Serra, São Gonçalo do Abaeté, São Gotardo, Serra do Salitre, Tapira, Tiros, Tupaciguara, Uberaba, Uberlândia, Unaí, Varjão de Minas, Vazante. Os Municípios mais relevantes segundo a Federação de Cafeicultores: Araguari, Araxá, Campos Altos, Carmo do Paranaíba, Monte Carmelo, Unaí, São Gotardo e Patrocínio.

6.1 – HISTÓRICO

Segundo Ortega (2011), na Região do Cerrado Mineiro, oeste do estado de Minas Gerais, se encontra uma das mais bem-sucedidas experiências de arranjo produtivo territorial rural do Brasil. Com sua evolução, emergiram organizações representativas dos cafeicultores, que acabaram consolidando um arranjo institucional que viabilizou a coordenação da cadeia produtiva do café no Cerrado Mineiro.

O pedido de registro de indicação geográfica, IG990001, materializou a busca por uma solução para a crise que se abateu sobre o setor de café no início da década de 1990. Em meio as dificuldades crescentes decidiram realizar um trabalho de conquista de novos mercados e, conseqüentemente, se depararam com inúmeras exigências impostas pelos mercados dos

países consumidores. O atendimento das exigências do mercado internacional somente seria possível através de um trabalho coletivo e participativo entre os produtores locais (CAC CER, 1999).

Um conjunto de 36 produtores começou a associar-se em 1990, criando em 1992 o Conselho das Associações dos Cafeicultores do Cerrado (CAC CER) com o intuito de fortalecer os cafeicultores da região e atender a um dos requisitos para o reconhecimento das indicações geográficas que é constituição de uma entidade representativa de produtores

Em 1995, mais um passo foi dado com a definição da delimitação do território obtida por decreto estadual, com área de 147.000 hectares contendo aproximadamente 3.500 produtores. Em 1997, foi contratada uma equipe de especialistas para definir o processo de produção e as características do café do cerrado. Foram especificadas as formas de produção, o manejo, a tecnologia agrônômica a ser utilizada e as variedades do produto produzidos.

O trabalho para conquistar novos mercados, empreendidos pelos produtores do Cerrado, abrangendo na época 48 municípios na área de atuação do Conselho das Associações dos Cafeicultores do Cerrado (CAC CER), resultou no primeiro documento formal de busca da certificação da qualidade e origem do café. Este documento foi o protocolo de intenções firmado entre o Instituto Mineiro de Agropecuária (IMA), a Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais (EPAMIG), a Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais (EMATER), a Universidade Federal de Uberlândia (UFU) e o CAC CER, em 23 de junho de 1993, quando os signatários comprometeram-se a estudar e definir um programa de ação conjunta (CAFÉ DO CERRADO, 2013).

Para atender aos compromissos assumidos neste protocolo, o IMA realizou um estudo sobre a qualidade do café, visando definir sua atuação no processo. Ficou proposta uma ação participativa dos vários segmentos envolvidos com a Cafeicultura do estado. Quanto ao credenciamento de entidades de representação dos produtores para a emissão do certificado de origem e qualidade do café, ficou a cargo do IMA supervisionar e fiscalizar. Na busca de reprodutibilidade dos resultados da classificação da bebida, ficou definida a necessidade de correlacionar os resultados desta classificação pelo método tradicional, realizado pelos degustadores de café, com o método científico (método químico), desenvolvido por pesquisadores da Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais - EPAMIG.

Como sistemática de trabalho, ficou definida uma atuação simultânea nas áreas da produção, da indústria e do comércio, procurando contemplar as especificidades de cada fase do processo. Considerou-se que os fatores que mais influenciam a qualidade do café são:

- a) Na produção: fatores ambientais (precipitação, temperatura e umidade relativa do ar), manejo da lavoura e processamento pós-colheita;
- b) Na indústria: ponto de torra, grau de moagem, pureza e classificação, quanto ao tipo e bebida;
- c) No Comércio: data de validade, pureza, qualidade da bebida e condições de armazenamento.

O pedido para o registro da Indicação Geográfica foi feito ao INPI em 1999. No entanto, foi apenas no ano de 2005, que sob as regulamentações técnico-científicas coordenadas pelo CACCER, todos os requisitos exigidos pelo INPI foram cumpridos, podendo então ser conferido ao café do Cerrado o status de Indicação de Procedência.

Após cinco anos de sedimentação das experiências adquiridas como indicação de procedência, foi encaminhado ao INPI em novembro de 2010 o pedido de registro da denominação de origem Região do Cerrado Mineiro IG201011, pela agora então Federação dos Cafeicultores do Cerrado Mineiro, onde, após exame, foi concedido o registro em dezembro de 2013.

Atualmente a Federação dos Cafeicultores do Cerrado (que substituiu a CACCER) congrega cerca de quatro mil e quinhentos produtores de café, com uma produção anual de cinco milhões de sacas em uma área total de 170 mil hectares, distribuídos por 55 municípios da região da Indicação Geográfica do Cerrado Mineiro conforme representação da Figura 12 onde são apontados alguns centros de produção de café (CAFÉ DO CERRADO, 2013).



Figura 12: Mapa da localização da Região do Cerrado Mineiro no Brasil
Fonte: Pedido de registro IG990001

6.2 - PEDIDOS DE REGISTRO DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA REGIÃO DO CERRADO MINEIRO

O pedido de registro IG990001 foi requerido em 28/01/1999 na espécie de indicação de procedência, tendo como requisitante o Conselho das Associações dos Cafeicultores do Cerrado (CAC CER), sendo sua concessão obtida em 14/04/2005 e publicada na RPI 1797 (CAC CER, 1999).

Consta no pedido de registro como documento de delimitação a portaria 165/95 do IMA que delimita regiões produtoras de café no estado de Minas Gerais para efeito de certificado de origem.

“Art. 1º - Ficam delimitadas as regiões produtoras de café no estado de Minas Gerais em: Região Sul de Minas, Região dos Cerrados de Minas, Região das Montanhas de Minas e região do Jequitinhonha de Minas, conforme documento o anexo Único desta Portaria”

“II – A Região do Cerrado de Minas compreende as áreas geográficas delimitadas pelos paralelos 16º37' a 20º13' de latitude e 45º20' a 49º48' de longitude, abrangendo as regiões de Triângulo Mineiro, Alto Paranaíba e parte do Alto São Francisco e do Noroeste. Caracteriza-se por áreas de altiplano, com altitude de 820 a 1.100m, com o clima ameno sujeito a geada de baixa intensidade e com possibilidade de produção de bebida fina, de corpo mais acentuado.”

Em dezembro de 2002, a portaria 561/2002 altera a denominação Região dos Cerrados de Minas para “Região do Cerrado Mineiro”.

A delimitação abrangia inicialmente 48 municípios em uma área de 112.289,56 Km².

O pedido de registro descreve o produto básico como café verde em grãos e café industrializado torrado em grão ou moído. O pedido de registro descreve o processo de colheita e preparo dos grãos o transporte e o processamento de secagem, despulpamento e armazenamento.

Conforme consta no pedido de registro IG990001, o número de produtores afiliados à entidade representativa na ocasião do pedido (1999) perfazia um total de 3516 produtores distribuídos em 4346 propriedades com uma produção média de 24,25 sacas/ha (CAC CER, 1999).

Os documentos que comprovam que o lugar se tornou conhecido fazem menção ao histórico de ocupação do Cerrado Mineiro no final da década de 70 quando grande leva de cafeicultores vindos do Paraná e Oeste de São Paulo migraram para a região do atual Cerrado Mineiro fugindo da grande geada que arruinou a produção de cafés nessas áreas. Apesar da imagem de baixa fertilidade, o Cerrado Mineiro oferecia baixos preços para a aquisição de terras (financiamento da compra de terras para novos colonos), topografia plana (possibilidade de mecanização) e programas de incentivo oferecidos pelo governo, como

políticas de crédito agrícola. A colonização do Cerrado Mineiro foi para muitos cafeicultores a última etapa de uma longa migração: "o perfil dos produtores desta região vem se moldando com características próprias e de diversas outras regiões mais tradicionais na produção de café" (CAC CER, 1999).

O documento referente ao regulamento da região demarcada do Cerrado Mineiro apresenta uma série informações, quanto a delimitação da região, as características edafoclimáticas e botânicas, sistema de produção e colheita, classificação do café, requisitos e procedimentos para a certificação por parte da CAC CER.

O controle dos produtos assim como da produção são realizados pela CCCER através das condições de certificação estabelecidas no regulamento.

Em 11/11/2010 foi depositado no INPI o pedido de reconhecimento do nome geográfico Região do Cerrado Mineiro como denominação de origem IG201011, tendo como requerente a Federação dos Cafeicultores do Cerrado Mineiro, entidade representativa dos produtores de café da região do Cerrado Mineiro cujo nome substituiu o Conselho de Associações de Cafeicultores do Cerrado por alteração em seu estatuto em 11/11/2009 (FEDERAÇÃO DOS CAFEICULTORES DO CERRADO MINEIRO, 2010).

A delimitação da área geográfica é a mesma descrita no pedido de indicação de procedência, tendo como documento oficial de delimitação a portaria 561/2002 do IMA. A delimitação da área geográfica engloba 55 municípios localizados nas regiões administrativas do estado de Minas Gerais denominadas, Triângulo Mineiro, Alto Paranaíba, Noroeste de Minas e Alto São Francisco, 07 municípios a mais do que descrito no pedido de registro anterior. Tal diferença se deve a criação destes municípios por emancipação de seus municípios originais.

Em anexo ao pedido de registro, a requerente apresentou uma representação contendo o nome geográfico objeto da proteção conforme representação da Figura 13.



Figura 13: Representação contendo o nome geográfico "Região do Cerrado Mineiro".
Fonte: Federação dos Cafeicultores do Cerrado Mineiro (2010).

A requerente apresentou regulamento de uso do nome geográfico, conforme estabelecido na resolução 75/2000 então em vigor, tendo como objetivo o estabelecimento de normas e condições para obtenção e utilização do uso do nome geográfico referentes aos produtos: café em grão verde, café industrializado na condição de torrado em grão ou moído, produzidos em fazendas localizadas na região demarcada e industrializados em indústrias devidamente autorizadas. Nas condições gerais de uso, se destaca o caráter voluntário do regulamento e a necessidade dos produtores afiliados à Federação estarem em situação regular e efetivamente produzindo na região delimitada segundo o estabelecido no regulamento. Compõe o regulamento os seguintes itens de conformidade:

- I – Propriedade produtora;
- II – Produção de café em grão;
- III – Produto café industrializado torrado em grão e/ou torrado e moído;
- IV – Armazenamento;
- V – Classificadores de café;
- VI – Auditores de controle;
- VII – Indústrias de café;
- VIII – Conselho normativo regulador.

A Figura 14 representa o fluxograma de certificação das propriedades pela Federação dos Cafeicultores do Cerrado com vistas à utilização da denominação Região do Cerrado Mineiro

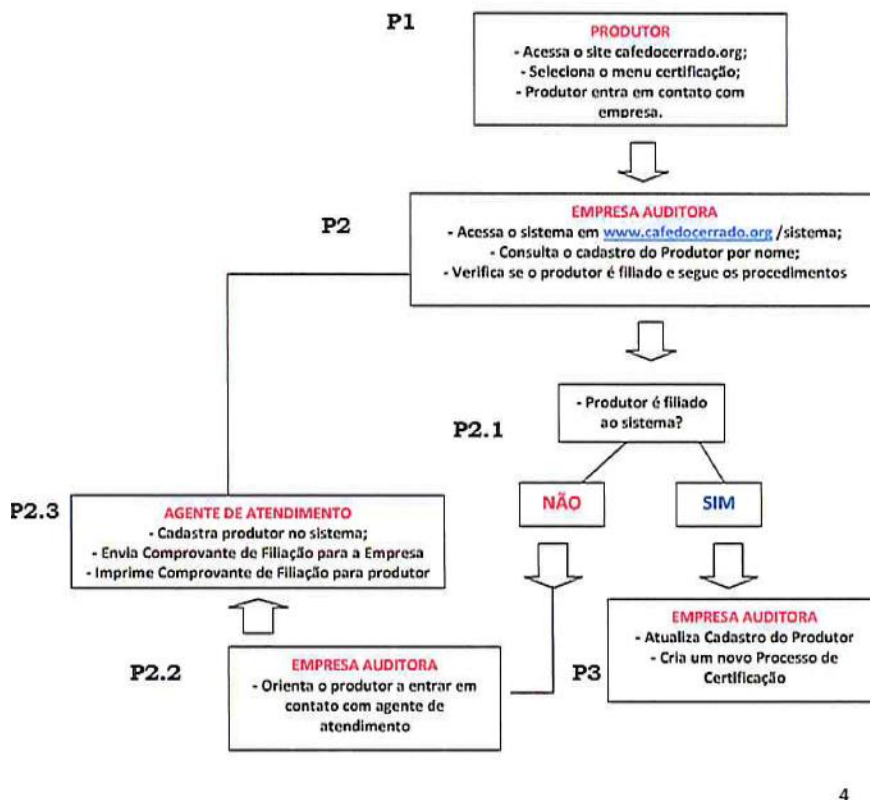


Figura 14: Fluxograma de Certificação de Propriedade da Federação dos Cafeicultores do Cerrado.
Fonte: Federação dos Cafeicultores do Cerrado Mineiro (2010).

Segundo os documentos apensados ao pedido de registro IG201011, para a produção de café na Região do Cerrado Mineiro, são recomendadas áreas com altitude variando entre 800 e 1.300 metros, podendo ser dotadas de irrigação em função do regime de chuvas. As variedades utilizadas obrigatoriamente são da espécie Arábica. A perfeita definição das estações climáticas, com verão quente e úmido, e inverno ameno e seco oferecem uma condição única para a produção de excelentes cafés, constituindo-se no grande trunfo do Cerrado Mineiro. Essa condição climática ocorre pelo fato da região do Cerrado estar em área continental, o que possibilita padrão de chuvas diferenciado do que ocorrem nas outras regiões produtoras de café no Brasil, que sofrem a influência direta das massas oceânicas. (CAFÉ DO CERRADO, 2013)

Os elementos que caracterizam a influência do meio geográfico na qualidade ou característica do produto foram apresentados na forma de levantamento realizado por pesquisadores do Instituto Agrônomo de Campinas e da Universidade de Uberaba, contendo informações sobre o clima (altitude, umidade relativa, temperatura e chuvas), solos e manejo da cultura do café na região do Cerrado Mineiro apresentando: a aptidão térmica e hídrica da Região, déficit hídrico na colheita, umidade relativa, nível de insolação, variação de altitude,

tipos de solos, características físicas e químicas dos solos e o manejo da lavoura. O levantamento revela que a perfeita definição das estações climáticas, com verão quente e úmido e inverno ameno e seco, é uma característica da região que influencia no produto.

“Os cafeeiros são cultivados em áreas com altitude variando entre 800 e 1.300 metros, e o resultado são cafés com identidade única e alta qualidade. Estes elementos encontrados na região aliados ao manejo do homem são responsáveis por obter um produto com aroma intenso com notas de caramelo a nozes, delicadamente cítrico, com sabor adocicado com aspecto de chocolate.” (FEDERAÇÃO DOS CAFEICULTORES DO CERRADO MINEIRO, 2010, fl. 263-272)

O regime de controle estabelece um sistema de certificação do café produzido na Região do Cerrado Mineiro através de um programa de certificação conduzido pela Federação dos Cafeicultores do Cerrado que atua como órgão certificador atestando e garantindo a origem do produto. Programa consiste em certificar segundo critérios técnicos estabelecidos:

- I. As propriedades;
- II. O produto café em grão verde;
- III. O armazenamento e os armazéns;
- IV. Os classificadores de café;
- V. Estabelecimento de controle, apoio e treinamento aos cafeicultores.

Através do programa de certificação, os produtores procuram conformar a produção em consonância com o regulamento de uso e atender a expectativa do mercado consumidor, sobretudo do mercado externo.

O pedido foi examinado sendo concedido seu registro em 31/12/2013 e publicado na RPI 2243.

6.2.1 - Evolução do pedido de IP para DO

O pedido de registro para DO apresenta alguns avanços com relação ao pedido anterior na espécie de IP:

O número de municípios abrangidos pela DO aumentou para 55 contra 48 na IP.

O número de produtores afiliados aumentou de 3516 em 135.100 hectares para aproximadamente 4.500 em 170.000 hectares.

Foram definidas a relação entre os produtos e o meio Ambiente e as condições de produção que passaram a ser leis e constantes para a obtenção do certificado emitido pela Federação.

O produto deve ser obtido de uma região que se encontra na faixa ideal de aptidão térmica para o café arábica (*Coffea arábica*), permitindo frutificação uniforme e alta produtividade, tendo as localidades que compõem a região delimitada altitudes superiores a 800m.

As exigências do regulamento de uso aumentaram com relação à pontuação pela classificação da *Special Coffee American Associate* (SCAA), o produto processado deve obter pontuação mínima de 75 pontos para a DO e a produção deve seguir o programa de certificação de propriedades e produção realizada por empresas acreditadas (FEDERAÇÃO DOS CAFEICULTORES DO CERRADO MINEIRO, 2010).

6.3 - IMPACTOS POTENCIAIS DO RECONHECIMENTO COMO INDICAÇÃO GEOGRÁFICA SOBRE O DESENVOLVIMENTO DA REGIÃO

Segundo a Federação dos Cafeicultores do Cerrado (2014), a Região do Cerrado Mineiro foi a primeira Indicação Geográfica formalizada para café no Brasil. O registro da indicação de procedência no INPI demandou grande esforço de organização da então CACCER, com a instituição de normas e regulamentos que garantiam a qualidade do produto produzido na região. Alcançar a Denominação de Origem requereu um esforço ainda maior para aumentar os requisitos de qualidade e manter a qualidade alcançada através de um processo de certificação das fazendas que fazem parte da região produtora, de acordo com um criterioso código estabelecendo normas de manejo e produção que qualificam cada unidade produtora que é estabelecida conforme o cumprimento do regulamento da DO.

A emissão do certificado de qualidade acontece sob a forma de progressão, ou seja, o número de pontuação que cada propriedade possui, variando de uma até quatro estrelas, mostrando que a unidade produtora atende todos os quesitos necessários para a produção de cafés especiais, como rastreabilidade da produção; condições humanas e salubres dos trabalhadores; meios sustentáveis de produção; controle de uso de defensivos químicos; mapas georreferenciados da fazenda que indique fisicamente todos os talhões de café, além das áreas de preservação permanente e reserva legal com suas respectivas áreas (FRANCO, 2012).

Desta forma, é possível negociar a produção certificada em condições de preços superiores a média de produtos para o setor. A distinção proporcionada pelo café com o selo emitido pela Federação dos Cafeicultores é uma garantia de qualidade e origem para a produção da região, o que faz com que o café do Cerrado Mineiro obtenha um valor superior

no mercado. Com isso é possível investir na mecanização e na melhoria da estrutura de produção como irrigação, por exemplo, assim como possibilitar melhores condições de trabalho e emprego nas fazendas certificadas, contribuindo também para a melhoria de vida nas cidades com a aplicação dos recursos advindos da comercialização do café nos municípios da Região (FRANCO, 2012).

6.4 - CARACTERIZAÇÃO DOS MUNICÍPIOS MAIS RELEVANTES DA REGIÃO DO CERRADO MINEIRO

Os municípios integrantes da Região do Cerrado Mineiro apresentam um histórico comum com os municípios do Triângulo Mineiro. A região foi primeiramente habitada por índios das tribos “Caiapós” e “Araxas”. As primeiras ocupações dos colonizadores se deram por desbravadores a procura de ouro e outras riquezas. Presume-se que tenha sido Anhanguera no século XVIII o primeiro desbravador que empreendeu a exploração do Oeste, rumo à Goiás (IBGE CIDADES 2014).

Segundo ofício da Federação de Cafeicultores do Cerrado Mineiro (2013), os municípios mais relevantes da Indicação Geográfica Região do Cerrado Mineiro, no que diz respeito à produção e quantidade de produtores associados à Federação, são: Araguari, Araxá, Campos Altos, Carmo do Paranaíba, Monte Carmelo, Unaí, São Gotardo e Patrocínio.

Araguari - O município de Araguari tem sua origem no município denominado Brejo Alegre que mais tarde foi rebatizado da Araguari devido a existência de grande quantidade de periquitos “araguaris”. A partir de 1896, com a inauguração da Estrada de Ferro Mogiana e posteriormente a de Goiás (1910), a vida do município tomou novo incremento. Hoje o município é um grande entreposto comercial, situando-se entre os mais importantes municípios triangulinos (IBGE CIDADES, 2014).

Araxá - O atual município de Araxá tem sua origem quando a Freguesia de São Domingos é elevada a Julgado de São Domingos de Araxá, em 20 de dezembro de 1811, desmembrando-se do Julgado do Desemboque. Em 1816, graças ao movimento dos moradores do Julgado de Araxá, o Sertão da Farinha Podre (Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba), anexado desde 1766 a Capitania de Goiás, retornou à Jurisdição de Minas Gerais. Ana Jacinta de São José - o mito Dona Beja - viveu e tem seu nome vinculado aos principais acontecimentos de Araxá no período da primeira metade do século XIX. O topônimo "Araxá" significa terreno elevado e plano, planalto, chapadão, região mais elevada do que qualquer

sistema geográfico e "Araxás: Indígenas que viviam no tabuleiro elevado do extremo oeste de Minas Gerais" (IBGE CIDADES, 2014).

Araxá é uma das maiores cidades do triângulo mineiro tendo sua economia baseada na agropecuária com destaque para a produção de café, cana de açúcar sendo conhecida também por seus doces e queijos.

Campos Altos - Primeiramente denominado Urubu, teve sua evolução com a inauguração da estrada de ferro Urubu em 1913. O nome Urubu foi derivado da proximidade da Serra do Urubu, assim conhecida desde o século XVIII. Em 1921, a estação ferroviária foi rebatizada de Campos Altos. Em 1943 foi criado o município de Campos Altos. O topônimo municipal, pelo que se sabe, teve sua origem na própria configuração física do território, onde predominam os terrenos de campos e a altitude em que se encontra a cidade (IBGE CIDADES, 2014).

A base econômica do município continua sendo a produção de café, as lavouras dessa cultura tiveram início na região nos idos de 1902. O clima próprio, a altitude em torno de 1.100 metros juntamente com o elevado e regular índice pluviométrico, que facilmente alcançava 2.800 mm anuais, fez da região uma das mais propícias para o cultivo do grão. O município de Campos Altos está inscrito dentre os que produzem o café de maior qualidade do Brasil e do mundo (IBGE CIDADES, 2014).

Carmo do Paranaíba - O município de Carmo do Paranaíba foi desmembrado do município de Araxá em 1850. As terras férteis é o principal fator de desenvolvimento do município que tem sua economia baseada na agropecuária. O topônimo é uma homenagem à Nossa Senhora do Carmo e por estar o município situado na bacia do rio Paranaíba (IBGE CIDADES, 2014).

Monte Carmelo - O município de Monte Carmelo se desenvolveu em torno da Capela erguida em homenagem a Nossa Senhora do Carmo que se tornou a Igreja Matriz do povoado que foi primeiramente denominado Arraial do Carmo da Bagagem. O Arraial se transformou em Vila da da Nossa Senhora do Carmo de Bagagem mudando o nome para Monte Carmelo em 1892. O topônimo tem haver com o Monte Carmelo existente em Israel, sendo a denominação Carmelo significando "uvas de Deus", fazendo-se referência à Sede da Congregação Carmelita na Palestina. Desta forma foi adotado o nome Monte Carmelo em consideração ao local onde se fundou a Ordem de Nossa Senhora do Carmo e também ao monte nas proximidades da cidade (IBGE CIDADES, 2014).

Patrocínio - A história de Patrocínio não difere dos municípios ao redor. A cidade cresceu em torno da Igreja Matriz de Nossa Senhora do Patrocínio. O município foi criado

com a denominação de Nossa Senhora do Patrocínio e território desmembrado de Araxá ao qual pertencia tendo sua instalação em idos de 1842. Assim como os municípios do entorno, Patrocínio tem na agropecuária seu maior motor econômico. A economia do município é baseada na agricultura, com destaque para o cultivo do café, que abrange uma área plantada de 38 mil hectares, segundo estimativas do IBGE em 2012 (IBGE CIDADES, 2014).

São Gotardo - Inicialmente conhecido como Vila de São Gotardo de Rio Paranaíba, fazia parte do Município de Rio Paranaíba. A comarca de São Gotardo foi criada em 1936. O município situa-se na zona oeste do estado de Minas Gerais e o aspecto de seu território é semimontanhoso tendo sua sede administrativa a 1100 metros de altitude. Sua economia é baseada na agricultura sendo importante produtora de café, banana e outras frutas (IBGE CIDADES, 2014).

Unaí - A história de Unaí está fortemente vinculada à ocupação do Centro-Oeste Brasileiro. A região teve seu povoamento efetivo a partir do século XVIII. Inicialmente denominado Rio Preto, em 1923 foi alterado para Unaí, topônimo de origem indígena que significa águas escuras. O município de Unaí é o mais extenso entre os municípios citados e de menor densidade demográfica. Sua economia baseia-se na agricultura com destaque para a produção de café Arábica e Canephora, cana de açúcar e grãos (IBGE CIDADES, 2014).

Conforme Tabela 25, o município de maior extensão é Unaí e o de maior densidade demográfica é Araxá que também é a maior cidade entre as pesquisadas. Patrocínio se destaca por ser o maior produtor de café entre os municípios brasileiros (IBGE-PAM, 2012).

Tabela 25: Dados referentes aos municípios selecionados da IG Região do Cerrado Mineiro nos anos 2010 e 2013.

| Município | Área (km ²) | População | | Habitantes/Km ² |
|---------------------------|-------------------------|-----------|---------|----------------------------|
| | | 2010 | 2013 | |
| Araguari | 2745,85 | 109.801 | 115.632 | 40,23 |
| Araxá | 1166,96 | 93.672 | 101.136 | 80,45 |
| Campos Altos | 708,84 | 14.206 | 15.078 | 19,99 |
| Carmo do Paranaíba | 1306,92 | 29.735 | 30.739 | 22,74 |
| Monte Carmelo | 1343,79 | 45.772 | 47.770 | 34,08 |
| Patrocínio | 2875,01 | 82.471 | 87.928 | 28,69 |
| São Gotardo | 867,81 | 31.819 | 34.107 | 36,74 |
| Unaí | 8438,43 | 77.565 | 82.298 | 9,18 |

Fonte: Organização do autor a partir de dados do IBGE Cidades (2014).

A Tabela 26 apresenta dados do IDHM dos municípios mais relevantes da IG Região do Cerrado Mineiro. Os municípios pesquisados apresentaram avanços significativos nos últimos anos no que diz respeito ao Índice de Desenvolvimento Humano Médio- IDHM. O

destaque é para o crescimento do IDHM de Monte Carmelo, o município menos desenvolvido segundo este índice em 2000, que cresceu 20,73%.

Tabela 26: Variação do IDHM para os municípios selecionados da IG Região do Cerrado Mineiro nos anos de 2000 e 2010.

| Município | IDHM 2000 | IDHM 2010 | % Crescim/ |
|---------------------------|-----------|-----------|------------|
| Araguari | 0,673 | 0,773 | 14,86% |
| Araxá | 0,683 | 0,772 | 13,03% |
| Campos Altos | 0,617 | 0,702 | 13,78% |
| Carmo do Paranaíba | 0,642 | 0,705 | 9,81% |
| Monte Carmelo | 0,603 | 0,728 | 20,73% |
| Patrocínio | 0,65 | 0,729 | 12,15% |
| São Gotardo | 0,627 | 0,736 | 17,38% |
| Unai | 0,651 | 0,736 | 13,05% |

Fonte: Organização do autor a partir de dados do IBGE Cidades (2014).

A evolução do PIB a preços correntes para os municípios citados, conforme apresentado na Tabela 27, aponta para um crescimento econômico dos municípios selecionados, considerando anos 2000, 2006 e 2010, com a exceção do município de Araguari que aponta para um ligeiro decréscimo em seu PIB para o ano de 2010, considerando os preços constantes.

Tabela 27: Variação do PIB para os municípios selecionados da IG Região do Cerrado Mineiro para os anos selecionados nos anos 2000, 2006 e 2009.

| Município | 2000 (MIL R\$) | | 2006 (MIL R\$) | | 2010 (MIL R\$) | |
|---------------------------|----------------|----------|----------------|----------|----------------|------------|
| Araguari | 699.798 | 699.798* | 1.665.112 | 988.508* | 2.738.688 | 987.231* |
| Araxá | 722.832 | 722.832* | 1.286.416 | 763.692* | 3.208.624 | 1.314.960* |
| Campos Altos | 70.757 | 70.757* | 145.497 | 86.375* | 259.763 | 100.570* |
| Carmo do Paranaíba | 131.167 | 131.167* | 267.359 | 158.720* | 522.296 | 205.136* |
| Monte Carmelo | 221.694 | 221.694* | 473.838 | 281.298* | 938.161 | 350.302* |
| Patrocínio | 432.581 | 432.581* | 924.158 | 548.634* | 1.906.654 | 669.298* |
| São Gotardo | 143.449 | 143.449* | 278.720 | 165.464* | 534.896 | 192.379* |
| Unai | 388.462 | 388.462* | 777.081 | 461.321* | 2.004.563 | 624.224* |

* PIB a preços constantes considerando valores de 2000

Fonte: Organização do autor a partir de dados do IBGE cidades (2014) e IPEADATA (2014)

6.5 - CARACTERIZAÇÃO DO SETOR DE CAFÉ NO BRASIL

O café, planta nativa da região nordeste da África, foi introduzido no Brasil no início do século XVIII, se adaptou muito bem às condições climáticas e de terreno no Brasil, se tornando rapidamente um dos principais produtos de exportação brasileira, muito em função da utilização intensiva de mão de obra escrava e posteriormente com a introdução de mão de

obra de imigrantes europeus. O Brasil chegou a controlar 3/4 da produção mundial de café no início do século XX (FREITAS, 2012).

A crise de 1929 afetou em grande parte a produção brasileira de café com grande desvalorização da produção. Entre 1927 a 1929, as exportações não absorviam 2/3 da produção nacional (FREITAS, 2012).

Ao longo do século XX várias crises afetaram o setor com destaque para a crise dos anos 80 com a consequente grande desvalorização do produto no mercado internacional (FREITAS, 2012).

Segundo Mafra (2008), o mercado de café é a segunda maior *commodity* comercializada no mundo, ficando atrás apenas do petróleo. As constantes mudanças no mercado de café têm estimulado a reestruturação do setor, procurando superar as quedas nos preços que, conseqüentemente, afeta a economia de vários países e as condições de vida de muitos agricultores.

O Brasil responde atualmente por cerca de 30% da produção mundial e se configura no maior exportador do produto segundo a Organização Internacional do Café (OIC). Contudo o café brasileiro ainda é considerado como sendo de baixa qualidade muito em função da reputação passada, onde não havia, por parte dos produtores, preocupação quanto à qualidade como também devido à decadência das áreas de plantio (FREITAS, 2012).

Cardoso (2002) cita que a imagem do café brasileiro no exterior não é das melhores. O Brasil sempre foi conhecido como o maior produtor e exportador mundial de “café *commodity*”, que é um dos menos valorizados do mercado. As torrefadoras estrangeiras compram o grão verde brasileiro, misturam com outras matérias-primas (fazendo os “*blends*”⁴⁷), e depois vendem o produto acabado (torrado e moído) sem nenhuma alusão ao Brasil.

Embora haja uma distinção no mercado mundial de café entre duas variedades *Coffea arabica* (café arábica) e o *Coffea canephora* (café robusta também conhecido como conilon), que possuem diferenças quanto aos custos de produção, na comercialização e na sua utilização pela indústria, os mercados dessas duas variedades são inter-relacionados, pois ambas entram na composição de *blends* (MAFRA, 2008).

O café arábica é cultivado, principalmente, nas Américas do Sul e Central, no Quênia e na Tanzânia e é mais apreciado, pois é menos áspero e menos cafeinado.

⁴⁷ *Blend* é o termo utilizado no setor de torrefação que significa mistura de grãos de diferentes variedades e/ou procedências com a finalidade de dar à bebida as características desejadas por um determinado grupo de consumidores. (SAES; NUNES, 2001, p.4)

O café robusta é destinado, principalmente, para a produção de cafés solúveis e para a composição de *blends*. Também é empregado para diminuir o custo de produção do café torrado e moído, pois seus preços são mais baixos do que os do arábica. Há casos em que o café robusta entra na proporção de até 60% na mistura.

Apesar do café ter perdido espaço no comércio internacional para outros tipos de bebidas (chás, refrigerantes e sucos), o consumo de café vem apresentando pequeno aumento de consumo nos últimos anos. A melhora do consumo pode estar ligada a entrada do café no circuito gastronômico por meio dos cafés chamados especiais, os quais possuem características diferenciadas dos cafés tipo *commodities* (MAFRA 2008).

A Associação Brasileira de Indústrias de Café (ABIC) estima que o segmento de cafés especiais represente, atualmente, cerca de 12% do mercado internacional. No caso dos países importadores (Estados Unidos, Japão e os Europeus estão entre os principais), percebe-se um crescimento das oportunidades de mercado, seja via expansão das vendas, seja por meio da introdução de novos produtos e o interesse das multinacionais em se posicionar estrategicamente nesse setor.

Já o setor de torrefação é pouco evoluído no Brasil, segundo Saes e Jayo (1997), a partir dos anos 90, importantes mudanças no mercado de café passaram a definir uma nova dinâmica na indústria brasileira de torrefação e moagem de café. Tais mudanças foram desencadeadas pela desregulamentação do mercado cafeeiro, marcada por três acontecimentos:

- Quebra dos Acordos Internacionais do Café (AICs) que regulavam a oferta de café no mercado internacional;
- Extinção do Instituto Brasileiro do Café (IBC) em 1990;
- Fim do tabelamento no mercado brasileiro

As políticas macroeconômicas brasileiras tinham como objetivo captar o maior volume possível de exportação por saca de grãos de café, principalmente como fonte cambial, restando à indústria de torrefação nacional o papel secundário de absorver o café não exportável por questões de qualidade ou por excedentes gerados pelo excedente de produção. A principal consequência foi o desestímulo ao investimento no setor. O Brasil, apesar de ser o segundo maior mercado consumidor do produto torrado e moído, oferta ao mercado interno produtos de baixa qualidade, privando o consumidor nacional de saborear diferentes *blends* do produto (SAES; NUNES, 2001).

6.5.1 - Consumo de café no Brasil

Segundo a ABIC (2014), o Brasil é o maior produtor mundial de café e segundo maior mercado consumidor, atrás apenas dos EUA. O consumo de café no país deverá crescer 4,7% em 2014 em relação ao ano anterior, representando um acréscimo de 707 mil toneladas, crescimento este, bem acima do crescimento mundial de 2,5% (EUROMONITOR INTERNACIONAL, 2014).

Para ABIC (2014), o consumo mundial de café deverá crescer nos próximos anos devido uma maior sofisticação no consumo da bebida, passando a ser apreciado em função do sabor e aroma. A previsão, segundo Euromonitor Interacional (2014), é de que o crescimento do consumo de café no Brasil em comparação a 2013 seja de 20%. Tal crescimento se dará muito em função da alta na demanda de cafés gourmets e da alta qualidade.

Conforme ABIC (2014), os consumidores brasileiros estão cada vez mais mudando seus hábitos para consumir café arábica, variedade mais nobre usada em cafés torrados e moídos, em detrimento da variedade robusta, mais comum na fabricação de cafés solúveis e de baixo custo. O consumo doméstico de café passou por uma mudança importante que foi a introdução dos café especiais de alta qualidade, assim como os vinhos finos, com muito mais características de qualidade e características sensoriais (ABIC, 2014). Segundo a mesma fonte, em 2000 o Brasil não contava com nenhuma marca gourmet, hoje, pode-se encontrar no mercado brasileiro cerca de 250 marcas do produto de alta qualidade.

Os cafés, ditos especiais, vem ganhando destaque no comércio mundial nos últimos anos, na contra mão da queda do consumo mundial de café. Nesse movimento, destaca-se a mudança de comportamento de parcela significativa de consumidores que passam a valorizar produtos de origem e de melhor qualidade. Além disso, os cafés especiais ganharam relevância não apenas por sua diferenciação do café convencional mas por serem produzidos de forma sustentável, respeitando questões ambientais e de comercio justo (LEÃO; PAULA, 2010).

6.5.2- Produção de Café no Brasil

O Brasil é atualmente o maior produtor de café em grãos do mundo com uma estimativa de produção avaliada em 50 milhões de sacas produzidas em aproximadamente 390 mil estabelecimentos produtores de café no país, em 1,9 mil municípios, gerando 8,4 milhões de ocupações e uma receita expressiva para a balança comercial brasileira (CONAB, 2013).

A Tabela 28 descreve a produção de café no Brasil segundo as principais variedades produzidas. A produção de café arábica, estimada em 36.407,6 mil sacas em 2013, corresponde a 74,9% do volume de café produzido no país. (CONAB, 2013).

Tabela 28: Café Beneficiado no Brasil - Comparativo da Produção entre a variedade Arábica e Conilon em milhões de sacas beneficiadas no período de 2004 a 2013

| Safra | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013(*) |
|----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Arábica | 31,71 | 23,81 | 33,01 | 25,10 | 35,48 | 28,87 | 36,82 | 32,19 | 38,34 | 36,41 |
| Conilon | 7,56 | 9,13 | 9,50 | 10,97 | 10,51 | 10,60 | 11,27 | 11,29 | 12,48 | 12,14 |
| Total | 39,27 | 32,94 | 42,51 | 36,07 | 45,99 | 39,47 | 48,09 | 43,48 | 50,83 | 48,59 |

(*) Estimativa em maio/2013

Fonte: Adaptado de CONAB 2013

Conforme demonstrado no Gráfico 11, em Minas Gerais está concentrada a maior área com 1.221,04 mil hectares, com uma produção total de 25,49 milhões de sacas beneficiadas, predominando a espécie arábica com 98,8%. A área total estadual representa 52,66% da área cultivada com café no país, e consequentemente o primeiro do ranking nacional.

No Espírito Santo está a segunda maior área plantada com a cultura cafeeira, com uma produção de 9,25 milhões de toneladas de sacas beneficiadas, totalizando 498.952 hectares, sendo 311.067 hectares com a espécie robusta e 187.885 hectares com a arábica. O estado é o maior produtor da espécie robusta, com participação de 60,95% da produção do país.

Outros estados com produção relevante de café são: o estado de São Paulo com uma produção de 4,276 milhões de sacas de café beneficiado⁴⁸, seguido do estado da Bahia, apresentando uma evolução na produção de café com uma produção em 2013 estimada em 1,91 milhões de sacas, Paraná com 1,710 milhões de sacas e Rondônia com 1,55 milhões de sacas (CONAB 2013).

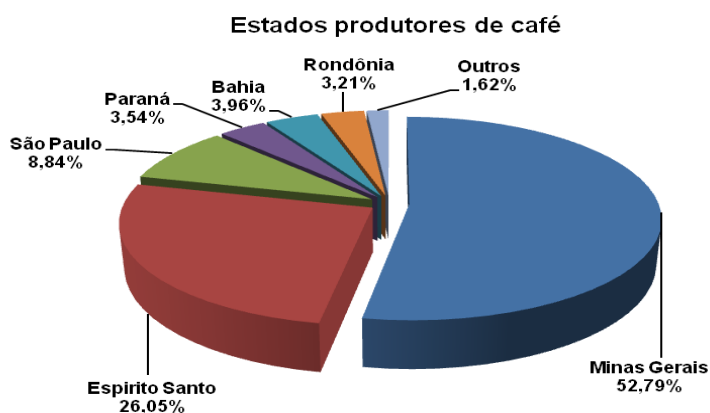


Gráfico 11: Distribuição da produção de cafés no Brasil em 2013

Fonte: Dados da CONAB (2013) organizados pelo autor

⁴⁸ Café beneficiado refere-se ao café em grão verde e seco. (ABIC, 2014)

Em Minas Gerais a cafeicultura continua sendo a principal atividade agrícola do estado, com uma participação de 33,26% no PIB agrícola mineiro. O Gráfico 12 apresenta a divisão da produção de café no estado de Minas entre as 04 principais regiões:

Região do Cerrado Mineiro - envolve as regiões Triângulo Mineiro, Alto Paranaíba, Noroeste de Minas e Alto São Francisco com uma produção de 4,89 milhões de sacas

Região da Zona da Mata – envolve as regiões da Zona da Mata Mineira, Rio Doce e Central, com uma produção de 7,74 milhões

Região do Sul de Minas – envolve a região Sul de Minas e Centro Oeste produzindo - 12,10 milhões

Região Norte de Minas – envolve a Região Norte de Minas, Jequitinhonha e Murici , com uma produção de 752 mil sacas

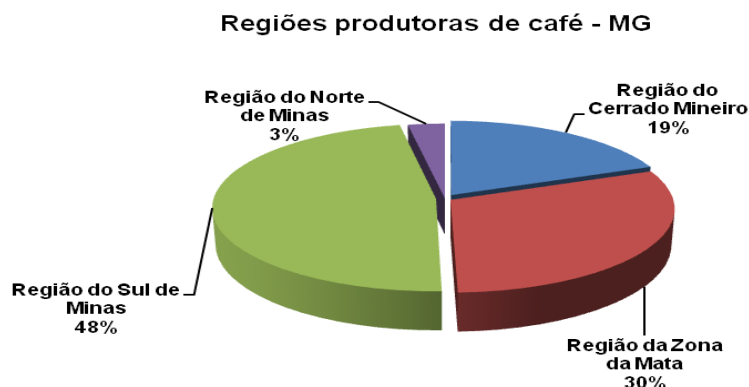


Gráfico 12: Distribuição da produção de café em MG por regiões delimitadas pelo IMA em 2013.
Fonte: Organização do autor a partir de dados da CONAB (2013).

6.6 - CARACTERIZAÇÃO DO SETOR PRODUTIVO NA REGIÃO DO CERRADO MINEIRO

Segundo Ortega e Jesus (2011), o Cerrado foi alvo de uma frente agrícola expansionista liderada pelos governos do regime militar nas décadas de 1960 e 1970 com o intuito de promover o desenvolvimento rural do Cerrado, através de parcerias com capitais externos, onde, associado a técnicas modernas e estímulos financeiros, através de instituições bancárias nacionais e estrangeiras, conseguiu implantar no Cerrado um campo fortemente utilizado para agricultura.

No início, esse espaço serviu de base para a produção, principalmente, de soja, milho e trigo. Diversas áreas do Cerrado tiveram incentivos através de projetos para a pecuária extensiva e intensiva e áreas plantadas de café, silvicultura, entre outros.

As grandes áreas de terras do Cerrado Mineiro atraíram, também, uma grande migração de sulistas, pessoas, vindo da Região Sul do Brasil, principalmente, do noroeste paranaense, assolado por forte geada em meados dos anos 1970, tinham como propósito a bandeira do desbravamento do Cerrado Mineiro, atraídos por terras de preços baixos e de qualidade, grandes extensões e oportunidade de fazerem fortuna.

No Cerrado Mineiro, o café encontrou condições bastante favoráveis para seu cultivo. A região possui uma temperatura média de 18°C a 23°C, uma altitude de produção cafeeira de 800 a 1.300 metros acima do nível do mar e um índice pluviométrico médio de 1600 milímetros anuais, com baixa umidade relativa do ar no período da colheita. Somadas às características do relevo, essas são condições bastante favoráveis ao cultivo do café. Não é à toa que os 158.954 hectares de café plantados naquela área (EMATER, 2008), e distribuídos por 55 municípios, obtêm uma produção de mais de quatro milhões de sacas de 60 Kg no ano, o que representa uma elevada produtividade média do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba e Noroeste de Minas em relação ao estado. Ali estão concentrados 14,94% da área plantada e 18,47% da produção do estado, com uma produtividade média de 27,44 sacas por hectares, enquanto a média estadual foi de 22,20 sacas em 2008 (ORTEGA e JESUS, 2011).

6.6.1 – Produção de café no Cerrado Mineiro

Analisando-se a atividade cafeeira no Cerrado Mineiro, fica evidente seu crescimento quando são tomados como base os dados dos censos agropecuários desde 1970, com a implantação da cafeicultura na região, até o censo de 2006. Observando-se os dados relativos às lavouras permanentes dos 55 municípios que constituem o que é denominado de território do café do Cerrado, constata-se que houve uma ampliação dessas lavouras em quase 700% no período de 1970 a 2006. De acordo com os dados dos censos agropecuários, essa área passou de 35.676 ha, em 1970, para 241.538 ha em 2006. Como na Região a principal cultura é o café, os dados corroboram o crescimento da cultura (ORTEGA e JESUS, 2011).

Segundo Ortega e Jesus (2011), até os anos 1970, a produção de café no Cerrado Mineiro destinava-se, basicamente, ao consumo próprio. Mas, com os resultados obtidos (ampliação da área plantada, uso de tecnologias modernas, elevada produção e produtividade), o café passou a ser dirigido, essencialmente, para a exportação. Dessa maneira, têm ocorrido, desde 1970, transformações na cafeicultura do Cerrado Mineiro que colaboraram imensamente para o desenvolvimento dessa atividade, com contribuição positiva, inclusive, sobre a balança comercial brasileira.

Os cafeicultores do Cerrado Mineiro utilizaram, como meio de sustentar o crescimento da atividade cafeeira, inovações como a utilização de defensivos agrícolas, o incremento de nutrientes no solo e técnicas de aceleração do crescimento e colheita das plantações de café. Merecem destaque, também, as inovações biológicas, particularmente, as novas variedades de plantas introduzidas, após pesquisas de melhoramento genético, que possibilitam a utilização de máquinas para a colheita (JESUS e ORTEGA, 2012).

A região do Cerrado Mineiro apresenta elevada produtividade, quando comparada com a média mineira e brasileira, conforme descrito na Tabela 29. Somando as características climáticas (baixa humidade devido ao distanciamento do mar) e do relevo, a região apresenta condições bastante favoráveis ao cultivo do café, o que qualifica a área como um lugar específico para a construção de um território de produção cafeeira. Desta forma a produção deste tipo de café nesta área específica agrega valor ao produto e poder de negociação junto aos mercados internacional e nacional (ORTEGA, 2005).

Tabela 29: Produtividade média das regiões, estados e Brasil para produção de café no ano de 2013.

| Região/estado | Produtividade (sacas/ha) |
|----------------------------------|---------------------------------|
| Região do Cerrado Mineiro | 28,88 |
| Região da Zona da Mata | 25,11 |
| Região do Sul de Minas | 23,8 |
| Região do Norte de Minas | 19,83 |
| Espírito Santo | 27,77 |
| São Paulo | 25,33 |
| Paraná | 25,94 |
| Bahia | 14,21 |
| Rondônia | 12,92 |
| Brasil | 23,82 |

Fonte: Organização do autor a partir de dados da CONAB (2013).

A pesquisa nos dados do IBGE corrobora para a afirmação de Ortega (2005) relativa à produtividade da região do Cerrado. Comparativamente a média brasileira, a região do Cerrado apresentou maior produtividade no período pesquisado (Gráfico 05, apêndice VI).

Uma forma encontrada pelos produtores do Cerrado Mineiro, para minimizar as oscilações no preço do café, tem sido a busca da diferenciação de seu produto nos mercados por meio da certificação de origem, o que ressalta as qualidades do café. A diferenciação do produto reduz a concorrência via preços. A certificação de origem faz grande diferença quando os preços estão baixos, pois atesta que o produto tem origem na região, é bebida de aroma diferenciado e de melhor qualidade, o que justifica um preço superior por saca de café (JORNAL O ESTADO DE SÃO PAULO, 2006 *apud* ORTEGA e JESUS, 2010).

Conforme descrito em Ortega (2005), as exigências estabelecidas pelo CACCER, para produzir um café com certificado de origem, implicaram em uma maior facilidade para colocar o produto no mercado externo, com um diferencial em relação ao preço praticado no mercado interno. Ortega (2005) cita entrevista com produtores locais, onde se revelou um aumento da produtividade de 15% e 20% ao se adotar as exigências para certificação, em decorrência de fatores como o manejo de tratos culturais e o recolhimento de embalagens de produtos tóxicos, e reduziu entre 5% e 7% o seu custo variável, sendo que neste está incluído o trabalhador braçal.

Cerca de 30% do café colhido são classificados como fino, totalmente exportado para o Japão, e o restante, café tradicional, porém diferenciado (certificado de origem), é vendido para os EUA e Europa (ORTEGA, 2005).

Segundo a Federação dos Cafeicultores do Cerrado Mineiro, o rastreamento da produção de café é fundamental nos mercados mais exigentes, como Ásia e a Europa. Devido às várias exigências destes mercados, grandes produtores têm instalado mini-indústrias de beneficiamento em suas propriedades para melhor atender essas exigências.

Número de estabelecimentos - cultivo de café

O número de estabelecimentos de cultivo de café se manteve estável no período pesquisado considerando os municípios mais relevantes da Indicação Geográfica segundo a Federação dos Cafeicultores do Cerrado.

Segundo dados organizados na Tabela 30, o tamanho dos estabelecimentos produtores se concentra entre os pequenos e médios produtores considerando classificação do IBGE em função do número de empregados.

Tabela 30: Tamanho dos estabelecimentos produtores de café em grãos nos municípios mais relevantes, considerando o número de empregados no período de 2006 a 2013.

| Tamanho Estabelecimento | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|--------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 0 Empregado | 223 | 193 | 207 | 207 | 177 | 180 | 175 | 172 |
| De 1 a 4 | 689 | 661 | 676 | 664 | 675 | 631 | 679 | 707 |
| De 5 a 9 | 139 | 139 | 137 | 142 | 145 | 160 | 165 | 158 |
| De 10 a 19 | 54 | 61 | 61 | 46 | 57 | 60 | 71 | 72 |
| De 20 a 49 | 31 | 26 | 29 | 26 | 23 | 28 | 36 | 23 |
| De 50 a 99 | 5 | 4 | 8 | 7 | 10 | 8 | 8 | 8 |
| De 100 a 249 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 |
| De 250 a 499 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| Total | 1146 | 1088 | 1121 | 1095 | 1092 | 1070 | 1138 | 1143 |

Fonte: Organização do autor a partir de dados do MTE-RAIS (2014).

Valor da Produção por tonelada

Conforme dados do IBGE 2013, o café produzido na Região do Cerrado Mineiro apresenta um valor por tonelada maior do que a média brasileira a partir de 2001 (Gráfico 06, apêndice VI). Aliado a uma maior produtividade a região se destaca no cenário nacional como a região de maior dinamismo na produção de café em grãos verdes para exportação, sendo a mecanização da atividade agrícola um dos diferenciais em relação a outras regiões que não apresentam a mesma possibilidade devido ao tipo de terreno acidentado.

Mão de obra e mecanização

A mecanização na produção do café teve um aumento significativo a partir da década de 1970, quando foram desenvolvidas as chamadas derritadeiras, também acopladas ao trator. Já na década de 80, surgiram as máquinas automotrizes. Mas foi só na década de 90 que a mecanização da colheita do café começou a intensificar-se, visto que a qualidade das colheitadeiras mecânicas havia melhorado, deixando de causar fortes danos às plantas. Com isso, a perspectiva do uso dessas máquinas tornou-se de maior rentabilidade, se comparado ao emprego da colheita manual (ORTEGA et al., 2009).

Os métodos tradicionais de mecanização da colheita do café só são possíveis de ser aplicados em terrenos com declividade de até 20%. Isso, associado às limitações operacionais e econômicas, mostra que a mecanização depende sempre da complementação do serviço braçal para as terras de maior declividade. Além disso, as máquinas necessitam de operadores, pessoal de manutenção, comercialização e assistência técnica, ou seja, mão de obra especializada, o que denota que, de um lado se reduz o número de trabalhadores pouco qualificados, de outro, introduzem-se novos trabalhadores, mais qualificados.

Quanto ao custo, segundo especialistas, a colheita mecanizada de café reduz, em média, 30% os custos de colheita em relação a manual. Além disso, é importante salientar que a colheita mecânica melhora a qualidade do café colhido.

Uma colhedeira mecânica colhe, em média, 60 sacos de café por hora, num período entre 18 e 22 horas por dia, substituindo, assim, mais de cem trabalhadores em um dia de serviço. Sua utilização poupa de 30% a 40% dos custos de produção, quando comparados com o uso da mão de obra volante. Devido ao alto custo do maquinário, sua aquisição somente é viável para os grandes produtores e as empresas prestadoras de serviços, sendo que, para os pequenos e médios produtores, a terceirização é a opção mais utilizada.

A produção em maior quantidade e com a melhor qualidade gera maiores lucros ao produtor e possibilita a ampliação do processo de mecanização. Com isso, a busca pela diminuição dos custos pode ser observada na colheita, com preferência pela colheita mecânica. Assim, reforça-se, cada vez mais, uma tendência à mecanização da colheita do café, seja pela busca de redução de custos e, também, pela melhor qualidade que pode gerar no produto final, embora a mão de obra ainda seja predominantemente manual no Cerrado Mineiro (ORTEGA et al., 2009).

É consenso que a introdução das máquinas colheitadeiras tem afetando o emprego regional. Um dos motivos que faz com que a taxa de desemprego na região não seja mais elevada, deve-se ao fato de que, nesta região, existe um grande número de pequenos cafeicultores, que executam suas atividades com a mão de obra manual e, normalmente, contam com os próprios membros da família, o que leva a um menor índice de êxodo rural na região.

Quantidade de empregos gerados por ano – cultivo de café

A quantidade de empregos no cultivo de café na região vem caindo, o que confirma a tendência observada na pesquisa bibliográfica que a mecanização, o aumento no custo da mão de obra e a diminuição de oferta de mão de obra, principalmente nas atividades de colheita do café vem contribuindo para a diminuição de postos de trabalho no setor conforme pode ser observado no Gráfico 02, do apêndice VI.

Em contrapartida, no caso do território do café do Cerrado Mineiro, há uma elevação do trabalho permanente, mais qualificado e mais bem remunerado, gerado pela disseminação da mecanização da colheita, que requer operadores, mecânicos, administradores entre outros (ORTEGA et al., 2009).

A faixa salarial predominante nos empregos gerados pelo setor é a de até 01 salário mínimo o que é compatível com o observado em atividades primárias intensivas em mão de obra, principalmente na época de colheita. Observa-se no Gráfico 03 do apêndice VI, a diminuição dos postos de trabalho correspondente a faixa salarial de 1 a 1,5 salários e a pouca variação com faixa salarial de 2 a 3 salários, o que sugere alguma estabilidade nos postos de trabalho com salários intermediários.

A escolaridade da maior parte dos empregados no cultivo e beneficiamento do café é preponderantemente de pessoas com até a 5ª série do ensino fundamental (Gráfico 04, apêndice VI). Proporcionalmente, o número de empregados com nível médio e superior

completo se mantém estável o que corrobora com o observado em Ortega et al. (2009) de que o aumento da mecanização proporciona empregos mais estáveis e mão de obra mais qualificada.

6.6.2 – Torrefação de café

Ao contrário das outras indicações geográficas pesquisadas, que se referem a produtos beneficiados, a IG Região do Cerrado Mineiro tem como produto principal a matéria prima. O beneficiamento do café para comercialização na forma torrada e moída para o consumidor final é secundária para este caso.

No estado de Minas Gerais as atividades industriais relacionadas ao café correspondem a apenas 11,39% no segmento agroindustrial para o setor agrícola. Portanto, a cadeia produtiva da cafeicultura mineira se revela ainda pouco consolidada em seus segmentos à montante e à jusante (ORTEGA e JESUS, 2012).

Segundo informações da Federação dos Cafeicultores do Cerrado Mineiro, 90% da produção da região destina-se a exportação na forma de grãos verdes. O setor de beneficiamento dos grãos verdes é pouco evoluído nos municípios integrantes da IG.

Conforme dados coletados na MTE-RAIS e expresso no Gráfico 07 do apêndice VI, o número de estabelecimentos destinados à torrefação nos municípios pesquisados é pequeno quando comparado com o número de estabelecimentos produtores de café, o que reforça a orientação para exportação da maior parte da produção de grãos verdes (não torrados) da Região. Os estabelecimentos de torrefação são caracterizados em sua maioria como empresas de micro e pequeno porte conforme disposto na Tabela 31.

A Federação dos Cafeicultores do Cerrado não apresenta, em sua composição, participação de representantes do setor de torrefação, o que reforça o direcionamento da IG na produção de matéria prima para exportação e posterior beneficiamento fora da região.

Tabela 31: Tamanho dos estabelecimentos de torrefação de café nos municípios selecionados da IG Região do Cerrado Mineiro no período de 2006 a 2013.

| Tamanho Estabelecimento | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|--------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 0 Empregado | 33 | 37 | 35 | 34 | 30 | 27 | 36 | 35 |
| De 1 a 4 | 14 | 16 | 19 | 12 | 11 | 9 | 11 | 12 |
| De 5 a 9 | 5 | 2 | 2 | 4 | 4 | 6 | 7 | 2 |
| De 10 a 19 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 5 |
| De 20 a 49 | 0 | 1 | 1 | 1 | 4 | 2 | 3 | 3 |
| De 50 a 99 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total | 55 | 60 | 61 | 55 | 51 | 47 | 59 | 57 |

Fonte: Organização do autor a partir de dados da MTE-CAGED (2014)

Contudo, a pesquisa nos dados do MTE-RAIS, indica que o número de empregos gerados no setor de beneficiamento de café vem aumentando no período estudado. Apesar do número comparativamente menor de trabalhadores no setor de beneficiamento do café, observa-se um aumento expressivo no número de empregos formais gerados por este segmento no período de 2007 a 2012 com um crescimento aproximado de 150% com relação a 2007 (Gráfico 08, do apêndice VI).

O nível salarial e a escolaridade no setor de torrefação se apresentam maiores, considerando o espectro da faixa de 0,5 até três salários mínimos, quando comparadas a atividade de cultivo e colheita do café (Gráficos 03 e 04 comparados com os Gráficos 09 e 10 do apêndice VI), o que reforça a observação de que o setor de beneficiamento absorve mão de obra mais qualificada, proporcionando uma oferta de empregos de melhor remuneração.

6.6.3 - Atividades Turísticas envolvendo a IG Região do Cerrado Mineiro

A atividade de produção do café na região do Cerrado Mineiro se caracteriza por ser praticada em grande volume e alta produtividade. Por ser uma região relativamente recente na produção de café - a região começou a ser ocupada pela cultura do café na segunda metade do século XX - não há registro de atividades turísticas envolvendo as fazendas produtoras de café, como observado em regiões mais tradicionais de São Paulo, Rio de Janeiro e Sul de Minas.

No entanto, em tempos recentes, a Federação dos Cafeicultores do Cerrado Mineiro vem incentivando a estruturação de roteiros turísticos envolvendo as áreas de produção de café com a iniciativa batizada de *Havest Celebration* (celebração da colheita) na cidade de Patrocínio/MG. O projeto é feito em parceria com o SEBRAE de Minas Gerais e tem como objetivo evidenciar as características e a diversidade do café produzido na região, além de elementos da própria cultura local (GLOBORURAL, 2013).

Apesar de algumas iniciativas isoladas, não foram encontradas maiores referências à atividades turísticas envolvendo a IG Região do Cerrado Mineiro e a produção de café.

6.7 - UTILIZAÇÃO DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL COMO PROTEÇÃO AO NOME GEOGRÁFICO

Foi efetuada uma pesquisa no banco de dados do INPI a procura de eventuais pedidos de registro de marcas para o termo distintivo Cerrado na classe 30⁴⁹ da NCI de modo a verificar a efetividade do registro de indicação geográfica como impedimento a utilização do nome geográfico Cerrado, como elemento de marca, assim como, a interposição de oposição por intermédio da entidade representativa dos produtores da indicação geográfica Região do Cerrado Mineiro, a Federação dos Cafeicultores do Cerrado Mineiro ou seu procurador legal.

Tal pesquisa serve como um indicador da efetividade dos mecanismos de proteção e exclusão de terceiros do uso do sinal distintivos com base na LPI/96. Os resultados encontrados estão exemplificados na folha 01 do relatório de busca da Tabela 32.

Tabela 32: Resultado da busca na base de dados de marcas do INPI para o radical “Cerrado” na NCI 30, folha 01

Consulta à Base de Dados do INPI
[Pesquisa Base Patentes | Pesquisa Base Desenhos | Pesquisa Base Programas | Ajuda?]

» Consultar por: No. Processo | Marca | Titular | Cód. Figura | Finalizar Sessão

RESULTADO DA PESQUISA (29/01/2015 às 14:40:03) **Marca:** cerrado
Classe Internacional: 30
Foram encontrados **110** processos que satisfazem à pesquisa. Mostrando página **1** de **6**.

| Número | Prioridade | Marca | Situação | Titular | Classe |
|-----------|------------|--|----------------------------|---|---------|
| 811894053 | 15/02/1985 | M CAFÉ DO CERRADO | Extinto | TROPICAL INDUSTRIA E COMERCIO DE CAFE LTDA | 30 : 10 |
| 812982657 | 12/11/1986 | M FLOR DO CERRADO | Arquivado | COMERCIO E REPRESENTACOES CACIQUE LTDA | 29 : 30 |
| 813665663 | 06/07/1987 | N CAFE DO CERRADO | Arquivado | CAFE DA ROCA LIMITADA | 30 : 10 |
| 814300677 | 10/06/1988 | N CERRADO MINEIRO | Arquivado | CERRADO MINEIRO REP E CORRETAGEM DE CAFE LTDA | 30 : 10 |
| 814782140 | 15/05/1989 | N CERRADO DO PONTO | Arquivado | CAFE DO PONTO S A INDUSTRIA COMERCIO E EXPORTACAO | 30 : 10 |
| 814782159 | 15/05/1989 | N DO PONTO CERRADO | Arquivado | CAFE DO PONTO S A INDUSTRIA COMERCIO E EXPORTACAO | 30 : 10 |
| 815066996 | 02/08/1989 | N PEROLA DO CERRADO | Arquivado | COOPERATIVA AGROPECUÁRIA DO VALE DO PARACATU LTDA | 29 : 30 |
| 817002073 | 25/11/1992 | N ARROZ CERRADO | Arquivado | CERRADO COMERCIO E BENEFICIAMENTO DE CEREAIS LTDA | 29 : 30 |
| 817002065 | 25/11/1992 | N CAFE FLOR DO CERRADO | Registro | FLOR DO CERRADO AGROPECUARIA LTDA | 30 : 10 |
| 817034617 | 17/12/1992 | N FLOR DO CERRADO | Arquivado | THELMA KAJIYA | 33 : 10 |
| 817527532 | 18/11/1993 | N CERRADO CD | Arquivado | PINHALENSE S/A MAQUINAS AGRICOLAS | 30 : 10 |
| 818227060 | 02/12/1994 | M CAFE DO CERRADO | Registro de marca em vigor | FEDERAÇÃO DOS CAFEICULTORES DO CERRADO | 30 : 10 |
| 818373849 | 31/03/1995 | N CERRADO COFFEE FARM | Arquivado | MARIO MASSAO KUWABARA | 30 : 10 |
| 818763868 | 08/09/1995 | N CACHAÇA RAINHA DO CERRADO | Registro | ENGENHO SAO JORGE LTDA ME | 35 : 10 |
| 818792795 | 02/10/1995 | M CAFE DO CERRADO MINAS GERAIS BRASIL | Arquivado | MINASFORTE COMERCIO E INDUSTRIA LTDA | 30 : 10 |
| 819414255 | 08/08/1996 | N CACHAÇA DO CERRADO | Registro | ENGENHO SAO JORGE LTDA ME | 35 : 10 |
| 819932655 | 23/05/1997 | N CERRADO | Arquivado | BOTELHO & SAKAZAKI COMERCIAL LTDA | 29 : 30 |
| 820262633 | 24/09/1997 | N FLOR DO CERRADO | Arquivado | RICARDO AGEL TANNUS | 33 : 10 |
| 820262641 | 24/09/1997 | N FLOR DO CERRADO | Arquivado | RICARDO AGEL TANNUS | 31 : 10 |
| 820474991 | 28/01/1998 | N NOVILHO DO CERRADO | Arquivado | HOFIG JR INDUSTRIA E COMERCIO DE BORRACHA LTDA | 29 : 10 |

Páginas de Resultados:
1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6-Próxima»

Fonte: INPI (2014)

⁴⁹ NCI 30 – refere-se a solicitações de registros marcas para os produtos: Café, chá, cacau, açúcar, arroz, tapioca, sagu, sucedâneos de café; farinhas e preparações feitas de cereais, pão, massas e confeitos, sorvetes; mel, xarope de melado; lêvedo, fermento em pó; sal, mostarda; vinagre, molhos (condimentos); especiarias; gelo.

Foram encontradas 110 solicitações de pedidos de marcas envolvendo o radical “Cerrado” na NCI 30.

Das 110 solicitações, verifica-se a existência de 26 marcas registradas relacionadas ao termo “Cerrado”.

Destas 26 marcas registradas, 04 foram concedidas antes da entrada em vigor da LPI/96, sendo 02 referentes ao produto café entre elas a marca “Café do Cerrado” de propriedade da Federação dos Cafeicultores do Cerrado (antiga CACCER).

Das 22 marcas registradas após a entrada em vigor da LPI/96, 08 foram concedidas antes do registro da IG região do Cerrado Mineiro.

Foram encontradas 16 marcas contendo o termo “Cerrado” registradas no INPI, após a concessão do registro da IG “Região do Cerrado Mineiro” em abril de 2005. Destas, 04 referem-se a produtos relacionados a café.

Pesquisando os pedidos arquivados após o registro da IG Região do Cerrado Mineiro, verifica-se que somente um pedido (901302708), foi arquivado com base no inciso IX do art. 124 da LPI/96 referente ao impedimento de pedido de registro de marca relacionada à indicação geográfica. Não foram observadas oposições por parte da Federação dos Cafeicultores do Cerrado. O Gráfico 13, descreve o nº de pedidos de marcas envolvendo o temo “Cerrado” e suas decisões.

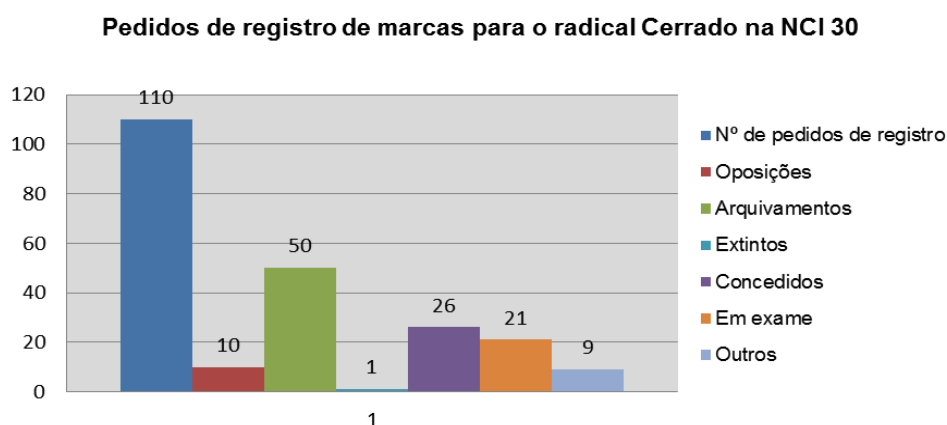


Gráfico 13 – Situação relativas a pedidos de registro de marca para o termo Cerrado na NCI 30.
Fonte: Dados do INPI (2014)

Baseado na busca efetuada no banco de dados de marcas do INPI, verificou-se que o radical “Cerrado” na classe NCI 30 - que abrange, entre outros, o produto café - já era objeto de registro de marca antes da entrada em vigor da LPI/96. Após o registro da IG Região do Cerrado Mineiro, verifica-se que o mesmo não impediu concessão de 22 marcas na classe 30.

Também é possível verificar que a entidade gestora da IG Região do Cerrado Mineiro não utilizou o registro no INPI como argumento de oposição para os pedidos de marcas posteriormente solicitadas após o registro da IG.

Também é possível inferir que a existência de várias marcas anteriores ao registro da IG acarreta um efeito de diluição do sinal distintivo, o que conflita com o *caput* do art. 182 da LPI/96, no que se refere ao uso exclusivo do nome geográfico pela coletividade de produtores que estão no local delimitado.

6.8 - PESQUISA DE PERCEPÇÃO QUANTO AOS BENEFÍCIOS DO RECONHECIMENTO DA IG ENTRE OS PRINCIPAIS ATORES ENVOLVIDOS NA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA REGIÃO DO CERRADO MINEIRO

Foram identificados como atores relevantes da IG Região do Cerrado Mineiro, a Federação dos Cafeicultores do Cerrado Mineiro (antiga CACCER) e gestora da IG como entidade representativa dos produtores, os cafeicultores como produtores, os profissionais ligados ao ramo e comerciantes de café como especialistas no assunto e o SEBRAE-MG como entidade de fomento e apoio à IG. A pesquisa de campo foi realizado conforme descrito no Quadro 5 no Capítulo 4.

6.8.1- Percepção da entidade representativa dos produtores

A Federação dos Cafeicultores do Cerrado, como já mencionado anteriormente, tem como origem a reunião de produtores que começaram a se associar já em 1990, sendo criado em 1992 o Conselho das Associações do Cafeicultores do Cerrado (CACCER) cujos objetivos incluíam representar os interesses dos cafeicultores da região nos níveis políticos, comerciais, sociais, de *marketing* e pesquisa.

Como resultado esta organização dos produtores de café no Cerrado Mineiro, o CACCER obteve a demarcação geográfica de sua área e registra a marca Café do Cerrado para identificar a produção regional. Na sequência, também de maneira pioneira na cafeicultura nacional, o CACCER obteve o reconhecimento como indicação de procedência pelo INPI (Instituto Nacional da Propriedade Industrial) em 14/04/2005, sendo a segunda indicação geográfica brasileira registrada.

Ainda em 1998, o CACCER foi credenciado pelo governo de Minas Gerais, por intermédio do IMA (Instituto Mineiro de Agropecuária), como certificador de origem e qualidade de café. Outro certificado relevante foi conquistado por meio do convênio com a SCAA (Associação Americana de Cafés Especiais), a mais importante entidade certificadora

desse gênero no mundo, com um consistente e reconhecido sistema de classificação de cafés especiais.

Desde 2002, o CACCER vem utilizando a metodologia da Associação Americana de Cafés Especiais e, assim, com o uso de um sistema de código de barras de logística no certificado e o selo de garantia costurado na saca de café, permite aos seus compradores verificar a idoneidade do produto, bem como obter maiores informações sobre o sistema de produção utilizado.

O CACCER, através de modificação em seu estatuto modifica sua razão social para Federação dos Cafeicultores do Cerrado Mineiro. Atualmente, de acordo com dados da Federação dos Cafeicultores do Cerrado Mineiro (antiga CACCER) são, aproximadamente, 4500 cafeicultores e 4600 propriedades no âmbito do Cerrado Mineiro estruturada em entidades representativas entorno de uma federação, conforme esquema da Figura 15.



Figura 15: Entidades representativas de produtores organizadas em torno de uma Federação.
Fonte: Federação dos Cafeicultores do Cerrado Mineiro (2014)

A IG Região do Cerrado Mineiro é gerida atualmente pela Federação dos Cafeicultores do Cerrado, entidade sem fins lucrativos composta por 9 cooperativas, 7 associações e 1 Fundação para Desenvolvimento e Pesquisa, detalhada no Quadro 08.

Quadro 08: Relação de entidades filiadas a Federação de Cafeicultores do Cerrado

| ENTIDADES FILIADAS À FEDERAÇÃO DE CAFEICULTORES DO CERRADO | |
|---|--|
| Associações | Nome |
| | ACARPA – Associação dos Cafeicultores da Região de Patrocínio |
| | ACA - Associação dos Cafeicultores de Araguari |
| | ASSOCAFÉ - Associação dos Cafeicultores da Região de Carmo do Paranaíba |
| | AMOCA - Associação dos Cafeicultores de Monte Carmelo |
| | ASSOGOTARDO - Associação de Apoio aos Produtores Rurais da Região de São Gotardo |
| | ACANOR - Associação dos Cafeicultores do Noroeste Mineiro |
| | APPCER - Associação dos Pequenos Produtores do Cerrado |
| Cooperativas | EXPOCACCER – Cooperativa dos Cafeicultores do Cerrado |
| | COOCACER – Cooperativa dos Cafeicultores do Cerrado de Monte Carmelo Ltda |
| | COOCACER – Cooperativa dos Cafeicultores do Cerrado de Araguari |
| | COOCACER – Cooperativa dos Cafeicultores do Cerrado de Carmo do Paranaíba |
| | COAGRIL – Cooperativa Agrícola de Unai |
| | CAPAL – Cooperativa Agropecuária de Araxá LTDA. |
| | COPERMONTE – Cooperativa Agrícola de Monte Carmelo. |
| | COOPA – Cooperativa Agropecuária de Patrocínio |
| | CARPEC – Cooperativa Agropecuária de Carmo do Paranaíba |
| Fundação | FUNDACCER – Fundação de Desenvolvimento do Café do Cerrado |

Fonte: Federação dos Cafeicultores do Cerrado Mineiro (2013)

Desta forma, cabe a Federação dos Cafeicultores do Cerrado:

- Representar: a origem e os produtores da Região do Cerrado Mineiro;
- Controlar: a origem, qualidade e a utilização da Indicação Geográfica Região do Cerrado Mineiro;
- Promover a Região e os produtores.

A pesquisa de percepção com o representante da Federação dos Cafeicultores do Cerrado Mineiro, foi descrita na forma dos tópicos conforme a seguir:

1- Motivação para a busca do reconhecimento como IG

Segundo o representante da Federação dos Cafeicultores do Cerrado Mineiro, a motivação para o reconhecimento da Região como indicação geográfica nasceu antes mesmo da internalização do conceito no Brasil através da LPI/96. Já na década de 1980 um grupo de produtores já procuravam formas de organização e distinção para os produtos da região.

“O reconhecimento da Região do Cerrado Mineiro como indicação geográfica era uma forma de consolidar as iniciativas de organização dos produtores iniciadas ainda na década de 1980 com a finalidade de agregar valor aos produtos, retomar a tradição da cafeicultura brasileira, pois os produtores estavam muito acomodados.”(ERP1, 2014)

Para o representante da Federação, a Indicação de Procedência foi uma das primeiras iniciativas dos produtores organizados em tentar diferenciar seus produtos das outras regiões produtoras de café e definir um certo controle do que era produzido na região.

“O registro demorou bastante para sair, pois éramos um dos pioneiros neste tipo de registro no Brasil. Após uma viagem feita a Itália, verificou-se o valor dado neste país às regiões de produção demarcadas. Ferramenta de controle do uso inadequado da origem.” (ERP1, 2014)

2- *Resultados perceptíveis*

Os resultados esperados do reconhecimento da Região estavam relacionados com a organização do setor e reconhecimento por parte do mercado internacional. A estruturação do processo de organização foi iniciado a partir da década de 1990, inspirado em modelos estrangeiros devido à falta de modelos nacionais. O reconhecimento da região como IG veio a consolidar esta iniciativa de organização.

“O reconhecimento da região foi aos poucos sendo conquistado, principalmente com relação aos importadores (principalmente do Japão), com uma valorização dos produtos e aumento da demanda.” (ERP1, 2014)

Na percepção do representante da Federação, após nove anos da conquista do reconhecimento como IG, o aumento da visibilidade da Região e seus produtos aumentaram, sendo tal fato resultado de todas as ações relacionadas a certificação de qualidade e origem proporcionadas pela ação da Federação dos Cafeicultores do Cerrado junto aos exportadores sendo o reconhecimento da IG uma consequência da mobilização dos produtores e suas entidades representativas, ou seja, o reconhecimento da Região como IG, vem complementar as ações iniciadas ainda na década de 1990.

Para o representante da Federação:

“O aumento da visibilidade decorrente do reconhecimento como IG pode ser exemplificado com as vendas principalmente para o Japão, onde a Região do Cerrado Mineiro já era muito reconhecida como região produtora de bom café. Para os compradores japoneses, a indicação geográfica é um diferencial importante para seus consumidores. Para receber o selo de IP todos os produtores tem que apresentar um índice de 80 pontos segundo a SCAA” (ERP1, 2014)

Segundo o representante da Federação dos Cafeicultores do Cerrado, as dificuldades encontradas no processo de reconhecimento da Região como IG, que envolve o registro da IG no INPI, estão relacionadas com a organização do grande número de produtores em uma região muito extensa, além da resistência natural devido à falta de uma cultura associativa.

“O conceito de IG é pouco conhecido dos produtores, pois os mesmos, em geral, não comercializam seus produtos diretamente no mercado, dependendo, na maioria das vezes, de uma cooperativa ou de um consórcio de exportação. Portanto, o conceito de diferenciação dos produtos de IG se concentra nas entidades representativas de produtores que identificam e valorizam o conceito de IG.” (ERP1, 2014)

Outros benefícios perceptíveis do reconhecimento da IG, segundo a Federação, se referem à delimitação da área geográfica, pois a partir da definição de uma delimitação é possível identificar os produtores e atuar de forma homogênea para garantir a qualidade e

distinção dos produtos frente a outras regiões produtoras. Desta forma é possível um aumento da visibilidade em função de uma mídia espontânea ocasionada pelo reconhecimento oficial.

Para a Federação dos Cafeicultores, após o reconhecimento como uma IG, houve uma valorização dos produtos na ordem de 10 a 30% do preço base dependendo da qualidade do produto e do mercado comprador (na grande maioria das vezes o mercado externo). Segundo o representante da Federação:

“O importador valoriza a origem. A maioria dos exportadores exigem o selo de origem como diferencial. Quem conhece café identifica a Região do Cerrado Mineiro como uma boa produtora de café. A Região se tornou um modelo bastante reconhecido pelo meio exportador.” (ERP1, 2014)

3- Organização dos produtores

Segundo o representante da Federação, o número de associados aumentou após o reconhecimento da indicação geográfica contando hoje com mais de 300 entidades associadas considerando as cooperativas e associações de produtores filiadas a federação.

“Dos cerca de 5000 produtores da região, 3000 são filiados a alguma entidade ligada a Federação dos Cafeicultores do Cerrado. A tendência ao cooperativismo na região é uma iniciativa inerente à atividade cafeicultora mesmo antes do reconhecimento da IG. Tal aumento da organização se deve as estratégias do setor sendo o reconhecimento da IG uma consequência natural desta estratégia.” (ERP1, 2014)

No que se refere ao aumento da qualidade, o representante da Federação destaca o aumento na qualificação dos cafés produzidos pelos afiliados a Federação dos Cafeicultores de 75 para 80 pontos na escala da SCAA para os cafés identificados como procedentes da IG Região do Cerrado Mineiro. Os regulamentos são cumpridos por todos que desejam a certificação de sua produção.

Segundo o entrevistado, o entendimento da importância do conceito de IG na região tem sido disseminado através de palestras e cursos disponibilizados pela Federação a seus associados. Devido a grande dimensão territorial e grande número de produtores, o conceito de IG e as ações de certificação, se concentram nas representações de produtores.

“Os produtores de café sabem da importância da diferenciação e manutenção das boas práticas de produção, intuitivamente os conceitos de IG são bem assimilados, mas formalmente as estratégias quanto ao uso da IG está concentrada na Federação e entidades representativas.” (ERP1, 2014)

4- Desenvolvimento Local

A percepção da Federação dos Cafeicultores do Cerrado com relação ao reconhecimento da região como IG é de que houve uma melhora da visibilidade da região principalmente no mercado externo o que ajudou a impulsionar um aumento da demanda pelo produto. Em termos de atividades complementares ainda não é possível verificar uma relação

direta entre a atividade produtiva do café e o turismo por exemplo. Segundo a Federação dos Cafeicultores, o turismo de negócio talvez seja a atividade decorrente da produção de café mais perceptível, porém não é possível relacioná-la a IG.

“A produção do café na região é relativamente nova, não havendo uma tradição histórica relacionada a um passado colonial/imperial assim como houve no Rio de Janeiro, São Paulo e Sul de Minas.” (ERP1, 2014)

Com relação ao setor de torrefação de café no local, o entrevistado pondera que o setor é ainda pequeno, considerando a dimensão da produção de matéria prima da Região sendo a maior parte da produção de grão verdes direcionada a exportação e uma menor parte vendida a outros centros de beneficiamento para torrefação e moagem do café.

“A comercialização de cafés especiais é uma das grandes fronteiras a serem exploradas pela Federação dos Cafeicultores no futuro.” (ERP1, 2014)

5- *Marco Legal*

Quanto ao atual marco legal relacionado a IG no Brasil, o representante da Federação considera as definições da lei não muito claras e que existem dúvidas quanto às formas de utilização do sinal distintivo no caso de licenciamento para venda no mercado externo e para as torrefadoras fora da região.

“Não está muito claro as ações possíveis quanto ao que se pode fazer com relação ao uso indevido da IG no que se refere às condições estabelecidas pela Federação ao uso do nome da Região.” (ERP1, 2014)

O significado do sinal distintivo proporcionado pela IG ainda não é muito bem entendido nos outros elos da cadeia produtiva assim como para o consumidor em geral, pois, segundo os entrevistados, a legislação não é suficientemente clara nesse aspecto.

“Carece por parte do INPI um acompanhamento mais próximo das atividades relacionadas à IG. A falta de um órgão regulador e de uma política nacional que possa nortear as ações das indicações geográficas no Brasil é sentida pela entidade gestora dos produtores de café.” (ERP1, 2014)

Quanto à utilização dos mecanismos de exclusão de terceiros do uso do nome geográfico, o monitoramento da utilização da denominação ainda é uma preocupação secundária para a Federação dos Cafeicultores pois, segundo o entrevistado, uma melhor abordagem sobre o tema está ainda em fase de estruturação na entidade.

“(…) até o momento, não houve nenhuma ação, por parte da Federação, contra a utilização indevida da denominação “Cerrado Mineiro” para produtos relacionados a café no mercado interno ou externo.” (ERP1, 2014)

6.8.2- Percepção dos produtores de Café

São quatro mil e quinhentos produtores, organizados em cooperativas e associações, com uma produção anual de cinco milhões de sacas em uma área total de 170 mil hectares,

distribuídos em 55 municípios da região de Indicação Geográfica do Café do Cerrado Mineiro (CAFÉ DO CERRADO, 2011).

A coleta de dados e a percepção dos produtores de café obtida em entrevistas e respostas ao questionário estruturado do Apêndice II, conforme descrita no Quadro 05 do Capítulo 4, está descrita a seguir:

1- Entendimento sobre o tema

Baseado nas respostas ao questionário objetivo e nas entrevistas realizadas em campo, verificou-se que do total de entrevistados, a minoria manifestou algum conhecimento sobre o tema indicação geográfica, sendo que quatro entrevistados se apresentaram como dirigentes de cooperativas ou associações. O restante dos entrevistados declararam não saber o significado de indicação geográfica, o que demandou uma breve explanação sobre o tema.

Entre os que se manifestaram saber algo sobre o assunto, quatro responderam no questionário que IG se refere ao produto cuja característica está relacionada com sua origem. Quanto à importância do registro no INPI, dois responderam que se refere a proteção ao uso do nome da região, dois responderam que é útil como propaganda.

Ao serem perguntados sobre o conhecimento do tema entre os produtores de café, todos os entrevistados acreditam que menos de 5% dos produtores já ouviram falar sobre o conceito de IG ou sabem a que se refere.

2- Resultados perceptíveis após o reconhecimento da IG

Do total de entrevistados, todos consideraram que houve uma melhoria do valor do produto nos últimos anos. Somente três relacionaram o fato a alguma relação com o reconhecimento da IG ou com relação ao reconhecimento da Região como produtora de café. Para a maioria, a melhora dos preços está relacionada ao comportamento do mercado e a maior qualidade do produto da região. Para quatro entrevistados, a melhora dos preços em relação a outras regiões se deve às ações de certificação por parte da Federação dos Cafeicultores e das entidades representativas de produtores.

“O produtor de café da Região não quer esquentar a cabeça. Eles fazem os procedimentos conforme orientação das cooperativas e associações. O que importa para o produtor é quanto ele irá lucrar com a venda de sua produção.” (PRO3, 2014)

Para a maioria dos produtores entrevistados, a valorização média da produção em relação a outras regiões chega a 10 a 20%, porém não relacionam esta valorização ao reconhecimento como IG e sim com a produtividade e as boas práticas de produção adotadas

assim como aos programas de certificação. Para quatro produtores não houve nenhum tipo de benefício perceptível com relação ao reconhecimento da região como IG (após esclarecer o que significava o reconhecimento) e dois não souberam responder.

Com relação às dificuldades em alcançar benefícios como valorização do produto, aumento da visibilidade e organização dos produtores (benefícios esperados pelos produtores em ações envolvendo a Federação dos Cafeicultores e o reconhecimento da região como produtora de café), quatro produtores responderam que a falta de uma cultura cooperativa entre os produtores é a maior dificuldade, quatro responderam que é o mercado externo que determina a valorização dos produtos e quatro responderam que a dificuldade está na falta de incentivo governamental para valorização da produção local.

3- Desenvolvimento local

Sobre as mudanças perceptíveis após o reconhecimento da região como indicação geográfica (considerando a data do registro da IG em 2005), oito responderam que perceberam algum aumento na visibilidade da região nos últimos nove anos, dois responderam que melhorou a auto estima dos produtores por estarem na Região do Cerrado Mineiro e dois responderam que não perceberam melhora alguma.

Sobre os principais beneficiários do reconhecimento da Região, na opinião dos entrevistados, oito responderam que o setor que exporta o produto foi o que mais se beneficiou com o aumento da visibilidade do local, dois responderam que foi toda a cadeia de produção e dois responderam que foram os pequenos e médios produtores de café.

Sobre a utilização indevida do nome da Região, dois responderam que houve alguma inibição na utilização do nome Cerrado Mineiro por outros fora da região, oito responderam que não sabem e dois responderam que não perceberam mudanças.

6.8.3- Percepção da entidade de apoio de fomento e apoio técnico/científico

O SEBRAE-MG se destaca como a entidade de apoio e fomento mais atuante na Região do Cerrado Mineiro.

O SEBRAE-MG é uma unidade federativa do sistema SEBRAE com autonomia para implantar ações e projetos de interesse das micro e pequenas empresas do estado de Minas Gerais. O SEBRAE-MG vem desenvolvendo um trabalho em conjunto com produtores da Região do Cerrado Mineiro desde final da década de 1990, quando, através de programas

como o EDUCAMPO⁵⁰, implementou ações de assistência gerencial e tecnológica a grupo de produtores de uma mesma atividade econômica, vinculados à agroindústria.(SEBRAE, 2004)

O SEBRAE-MG apoia o reconhecimento de indicações geográficas no estado de Minas Gerais como uma estratégia complementar as ações voltadas à valorização dos produtos locais e como uma forma de organizar o setor produtivo através do fortalecimento de entidades representativas dos produtores do produto distinguido pela IG (SEBRAE, 2004).

O SEBRAE-MG apoiou as iniciativas a favor do reconhecimento da Denominação de Origem Região do Cerrado Mineiro. A seguir, a descrição das entrevistas realizadas com os representantes do SEBRAE-MG, conforme Quadro 05 do Capítulo 4:

1- Participação do SEBRAE na obtenção do reconhecimento da IG

Segundo os entrevistados, o SEBRAE-MG vem apoiando a organização dos cafeicultores do Cerrado desde a década de 1990, não necessariamente visando o reconhecimento como IG. Com relação ao reconhecimento como IG, o reconhecimento como IP partiu de iniciativa dos produtores do Cerrado Mineiro na época (1999) o SEBRAE-MG veio apoiar o projeto de reconhecimento como DO em 2010.

“O SEBRAE-MG não incentiva o registro de IG sem que haja uma forte organização dos produtores locais de forma a efetivar a consolidar o diferencial da região.” (EFA1, 2014)

Segundo um dos entrevistados, após o reconhecimento da Região do Cerrado Mineiro como IG o SEBRAE-MG passou a apoiar as iniciativas dos pequenos e médios produtores na inserção de seus produtos no mercado, promovendo eventos, encontros, rodada de negócios e apoio através de financiamento de projetos.

Para os entrevistados, tomando como base os objetivos esperados com o reconhecimento da região como IG, os projetos de fomento destinados ao setor do café vêm apresentando bons resultados nos últimos anos.

“Apesar de não ser a única ferramenta, o reconhecimento como IG aparece como forma de diferenciação entre as regiões produtoras e melhora a visibilidade do local.” (EFA1, 2014)

O SEBRAE-MG apoia as iniciativas envolvendo a estruturação da governança da IG por parte da Federação dos Cafeicultores oferecendo parcerias, cursos e projetos de incentivo

⁵⁰ O EDUCAMPO é um projeto de educação do SEBRAE, voltado ao homem do campo que busca, por meio da capacitação gerencial e técnica de grupos de Produtores Rurais, desenvolver todos os aspectos de gestão da propriedade, tornando-os mais eficientes e competitivos. Mais informações em: <http://www.cpeducampo.com.br/1/EducampoProjeto.htm>

a adoção de inovações no campo, tendo como motivação para a busca do reconhecimento a organização do setor entorno de objetivos comuns.

“O registro de IG no INPI é uma consequência não a causa da organização dos produtores. O registro de IG serve como forma de divulgação dos produtores locais e atesta a qualidade dos produtos da região.”(EFA1, 2014)

2- *Resultados esperados*

Consolidar a governança dos produtores locais é tido como o maior objetivo esperado pelo SEBRAE-MG com o reconhecimento da Região como IG. Para o primeiro entrevistado, o registro de IG não agrega valor se não houver uma forte governança local, o que o Cerrado Mineiro tem demonstrado a partir das ações da Federação dos Cafeicultores.

Desta forma, a percepção do representantes do SEBRAE-MG é de que o reconhecimento como IG tem possibilitado uma melhor inserção dos produtos locais no mercado, principalmente no que se refere a exportação.

Conforme o segundo entrevistado, o SEBRAE-MG tem como objetivo a promoção dos pequenos e médios negócios. No caso da Região do Cerrado Mineiro, o SEBRAE-MG contribui com a promoção, com a divulgação e cursos para os produtores. Com relação à IG, a percepção do entrevistado é de que os objetivos estão sendo alcançados aos poucos. A principal dificuldade apontada está na resistência dos produtores em assimilar a cultura associativa, ainda mais quando esta é baseada em um conceito pouco conhecido como é a IG.

“Os produtores mineiros tem dificuldade em se organizar através de entidades representativas. É um fator cultural possivelmente herdado no ciclo do ouro.” (EFA2, 2014)

Para o primeiro entrevistado, em termos de visibilidade proporcionada pelo reconhecimento como IG, o resultado é maior no mercado internacional. Para ele, o mercado doméstico não valoriza os produtos de origem distinguidos por IG.

“(…) hoje, a experiência pioneira da Região do Cerrado Mineiro com cafés de qualidade diferenciados por IG é tida como modelo para as outras regiões. Desta forma, os esforços empregados nos projetos de valorização da produção de café na Região do Cerrado Mineiro têm sido recompensados com a valorização dos pequenos e médios produtores organizados em associações e cooperativas. Dentro desta perspectiva o reconhecimento da Região como IG vem a se somar com as outras ações de valorização do produto da Região.” (EFA1, 2014)

3- *Desenvolvimento local*

A cooperação e a coordenação entre os produtores é um fator de desenvolvimento local mais visível, segundo um dos entrevistados, houve uma melhora na organização dos produtores, porém tal organização se originou na década de 1990. O reconhecimento da IG veio consolidar o movimento de organização do setor produtivo na Região.

“Mesmo não sabendo o significado de uma IG, os produtores organizados da Região do Cerrado Mineiro percebem a valorização de seus produtos ao longo dos anos devido à melhoria da governança local.” (EFA1, 2014)

Para os representantes do SEBRAE-MG, o desenvolvimento do setor se traduz em melhoria socioeconômica para a Região na medida em que os produtos locais apresentam uma evolução qualitativa e alcançam melhor preço quando comparados a produção de outras regiões:

“O Cerrado Mineiro hoje é um modelo a ser seguido por outras regiões devido ao seu desenvolvimento nos últimos anos. Por ser uma região nova, comparativamente a regiões mais tradicionais na produção de café, os produtores do Cerrado foram incentivados a investir no melhoramento das terras, em inovação e mecanização.” (EFA2, 2014)

Para os entrevistados, o reconhecimento como IG contribuiu para a melhoria da organização do setor pelo fato do comprometimento com a melhoria da qualidade dos produtos por parte dos cafeicultores filiados às entidades representativas ligadas à Federação.

“Tem havido programas de melhoria da qualidade e incentivos através de premiações como o Prêmio Café do Cerrado para os produtores que se destacaram na produção de cafés de qualidade.” (EFA1, 2014)

Para o segundo entrevistado do SEBRAE-MG, o desenvolvimento do setor de produção de café na Região do Cerrado Mineiro se traduz em melhoria socioeconômica na medida em que se observa uma valorização dos produtos, a mecanização do setor absorvendo mão de obra especializada e o acesso a novos mercados.

“O reconhecimento da Região como a primeira IG para café no Brasil possibilitou a melhoria da identificação e distinção dos produtos da região.” (EFA2, 2014)

É consenso entre os representantes do SEBRAE-MG que o reconhecimento da Região do Cerrado Mineiro como uma IG para café foi uma consequência do esforço de organização do setor, sendo o reconhecimento oficial como IG mais um dos indicativos que visam apresentar ao mercado a Região como produtora de um bom café.

4- Marco Legal

Para os representantes do SEBRAE-MG, o atual marco legal se mostra adequado no que se refere a proteção ao nome geográfico na medida em que possibilita uma ferramenta de proteção quanto a utilização indevida do nome da região por terceiros, porém tal ferramenta é de pouca utilização pois mesmo a entidade representativa dos produtores não sabe como fazer valer o direito de uso exclusivo da denominação.

Dentre as dificuldades encontradas com relação ao atual marco legal, os representantes do SEBRAE-MG citam a pouca clareza quanto a questões como fiscalização e controle das atividades propostas na IG.

“Não se sabe a quem recorrer em caso da utilização indevida do nome da região. As normas para registro são muito subjetivas e pouco claras.”(EFA01; EFA2, 2014)

Para os representantes do SEBRAE-MG, a falta de definição legal quanto responsabilidade de um controle externo a quem se possa recorrer em caso de adulteração e a falta de controle dos produtos é uma deficiência no que se refere as garantias ao consumidor dos produtos distinguidos por IG(s).

“(…) falta uma política pública adequada vinculada ao registro de IG. A instituição de um selo único, a exemplo da EU, vinculado a normas de qualidade e controle seria uma forma de comunicar ao consumidor que os produtos identificados por IG são diferenciados dos produtos genéricos no mercado.” (EFA2, 2014)

6.8.4- Percepção dos especialistas do ramo e comerciantes de café

Conforme descrito no Quadro 05 do Capítulo 4, foram realizadas entrevistas abertas com especialistas do ramo de café na ocasião dos eventos de Belo Horizonte e Uberlândia como também na ocasião da visita ao município de Araguari que faz parte dos municípios relevantes da IG, segundo a Federação dos Cafeicultores do Cerrado Mineiro.

Foram entrevistados quatro especialistas no ramo de café entre produtores, diretores de associações/cooperativas de produtores e comerciantes de café para exportação.

1- Mercado

Para três dos especialistas no ramo do café, o reconhecimento de regiões como IG para café é um movimento em busca de diferenciação em um mercado de *commodities* cada vez mais homogêneo. Para três dos entrevistados, a diferenciação da origem é ainda pouco conhecida no Brasil, tendo alguma importância no mercado externo.

“O conceito de IG para o mercado de café é muito novo e ainda não é possível mensurar seu impacto no mercado na ponta da cadeia, pois são raros os produtos acabados que chegam no mercado com o diferencial de origem.” (ESP2, 2014)

Para um dos comerciantes de café entrevistados, a distinção da origem só é relevante para o exportador que utiliza a produção de certos locais na confecção de *blends* na produção do produto acabado (torrado e moído).

“Mesmo no exterior os produtos chegam na forma de misturas, não havendo no grande mercado a distinção de produtos de origem, a não ser nas lojas especializadas, o que é minoria.” (ESP3, 2014)

No que se refere ao mercado externo, a produção de café do Cerrado Mineiro é tida como uma produção de grandes quantidades, com um diferencial de preço devido a qualidade do produto em função do clima seco. A identificação de IG favorece ao exportador em função da homogeneidade do produto. Portanto, para os especialistas, a identificação como IG

favorece a comercialização do produto, valorizando a produção de determinadas regiões como o Cerrado Mineiro, por suas características, porém a produção de cafés verdes para exportação representa apenas 5 a 10% do valor total do produto acabado, sendo que a maior parcela dos lucros do produto acabado ficando na mão dos exportadores e beneficiadores.

“Caberia as entidades de produtores de café um esforço de aproveitamento de parte da produção no beneficiamento e comercialização de cafés com diferenciais de origem para que o consumidor se beneficie da distinção proporcionada pela IG.” (ESP4, 2014)

2- *Desenvolvimento local*

Segundo um dos especialistas, o café talvez seja a segunda maior *commodity* comercializada no mundo, perdendo apenas para o petróleo. Portanto trata-se de um produto comercializado como matéria prima onde o beneficiamento ocorre, na maioria das vezes, fora da região. É de entendimento dos especialistas entrevistados que a produção de café no Cerrado Mineiro traz recursos e desenvolvimento para as localidades produtoras, porém o nível do emprego e a faixa salarial médias são baixas, como o observado em todas as atividades primárias.

“Para que o setor de café consiga maiores resultados com a IG é necessário investimento no beneficiamento e comercialização do café especial com diferencial de origem. Tal movimento vem crescendo no mundo, sendo às IG uma oportunidade para o desenvolvimento de uma indústria local forte.” (ESP1, 2014)

3- *Papel das Instituições de apoio*

Para os especialistas entrevistados, as instituições de apoio tem um papel essencial na consolidação das IG(s) para café no Brasil. Destacam os trabalhos realizados pelo SEBRAE em Minas Gerais como incentivador do reconhecimento da IG para o setor de cafés.

Para três dos quatro entrevistados, a autogestão, no caso do Cerrado Mineiro vem se demonstrando eficaz na produção, comercialização e divulgação do produto diferenciado por sua origem, o que leva outras regiões a seguir o mesmo modelo.

4- *Marco Legal*

A maioria dos especialistas não opinaram com relação ao marco legal por afirmarem não conhecer os detalhes da legislação. Para dois especialistas a identificação da IG como um indicativo de homogeneidade e qualidade para os cafés tipo exportação representa um diferencial cada vez mais valorizado, sendo a proteção ao nome da Região uma preocupação

futura. Porém, no que tange a proteção e incentivo a produção local, a legislação é pouco evoluída, para pelo menos um dos especialistas entrevistados:

“O marco legal é simplório não definindo claramente os limites da proteção e o alcance do sinal distintivo no mercado externo. Uma melhor clareza quanto a proteção aos produtos diferenciados pela origem no que se refere a qualidade, rastreabilidade e pureza seria mais um diferencial a ser incorporado aos produtos identificados por IG.” (ESP3, 2014)

6.9- ANÁLISE DOS DADOS E DISCUSSÃO

Considerações iniciais

A indicação Geográfica Região do Cerrado Mineiro se apresenta como a primeira IG para café no Brasil e segunda IG registrada no INPI. Os esforços para o reconhecimento da região como IG se iniciou na década de 1990 com o objetivo dos produtores da Região em se diferenciar de outras regiões mais tradicionais, cuja reputação vinha se depreciando com o tempo, de forma a obterem maior valorização em um mercado cada vez mais competitivo externamente.

Por ser uma região de produção recente, os produtores da Região do Cerrado Mineiro tiveram que inovar e se adaptar as novas condições da região que se caracterizam por seu clima seco, o que favorece alguns aspectos da produção, mas que demanda a introdução de inovações no que se refere a irrigação e manejo.

O reconhecimento da Região como IG para café, principalmente em sua forma de grãos verdes, se apresenta de forma diferenciada do conceito tradicional de IG, que na maioria das vezes, se refere ao produto acabado. A maior parte da produção da Região destina-se ao mercado externo onde o produto é beneficiado e comercializado na forma de *blends*, perdendo seu referencial de origem para o consumidor final.

O setor vem apresentando diminuição do número de empregos gerados muito em função da mecanização. Se por um lado a mecanização diminui os postos de trabalhos na colheita, por outro lado aumenta a oferta de trabalhos mais especializados.

No que se refere aos objetivos da pesquisa, verifica-se que o reconhecimento como indicação geográfica, primeiro na espécie de indicação de procedência e depois como denominação de origem, apresentaram resultados de percepção com os principais atores da IG conforme descritos na Tabela 33:

Tabela 33: Consolidação dos dados referentes à percepção dos principais atores identificados na IG Região do cerrado Mineiro

| Indicador | Resultado da entrevista |
|--|--------------------------------|
| Aumento da visibilidade | Melhorou |
| Valorização dos produtos | Melhorou |
| Aumento da coordenação do setor produtivo | Não houve mudança |
| Aumento de atividades complementares | Não houve mudança |
| Efetividade do marco legal: | |
| Quanto à proteção ao nome geográfico | Pouco eficiente |
| Como ferramenta de desenvolvimento local | Pouco eficiente |

Contribuição do reconhecimento como IG à visibilidade dos produtos e ao local

O reconhecimento oficial, conforme opinião da maioria dos entrevistados, possibilitou um diferencial do café da região no mercado externo, destino de cerca de 90% da produção certificada do Cerrado Mineiro. A delimitação da área geográfica, a divulgação e o trabalho de melhoria da qualidade, resultante dos regulamentos de produção, possibilitaram uma diferenciação no mercado com um aumento da visibilidade do produto local e conseqüentemente da Região. Um dos benefícios apontados pela entidade que representa os produtores organizados diz respeito à mídia espontânea propiciada pelo reconhecimento oficial como indicação geográfica. Por outro lado, especialistas entrevistados apontam para o fato do produto beneficiado não chegar ao consumidor final como produto de origem, pois a maioria da produção é exportada e beneficiada junto com cafés de outras origens. Os ganhos com o aumento da visibilidade do produto local se restringem a comercialização e a exportação do café.

No que se refere a reputação e ao aumento da visibilidade proporcionada pelo reconhecimento da região como IG, verifica-se que, por se tratar de um setor voltado para grandes produções e de consolidação recente, tal visibilidade não favoreceu, até o momento, o surgimento de atividades complementares como turismo, assim como observado em outros exemplos estudados. Tal dificuldade pode residir no fato de ser a Região do Cerrado Mineiro territorialmente vasta, agregando um grande número de municípios tendo a reputação na produção de café se consolidada em tempos recentes, diferentemente de outras regiões mais tradicionais que guardam relação com períodos históricos passados.

Valorização dos produtos

Conforme verificado nos dados obtidos no IBGE e na CONAB, o café produzido no Cerrado Mineiro atinge produtividade e valores maiores que a média nacional. Segundo a entidade representativa dos produtores, a valorização dos produtos se dá em função das certificações obtidas através dos programas de certificação quanto a origem e a qualidade dos

produtos emitidos pela Federação dos Cafeicultores. O reconhecimento da região como IG é acessório no processo de valorização dos produtos locais. Tal valorização, por intermédio deste sinal distintivo, se concentra no setor exportador e no grande mercado externo de *commodities*.

Coordenação do setor produtivo de café

Tendo como base os dados pesquisados, foi possível verificar que o movimento de organização dos produtores de café do Cerrado Mineiro vem se consolidando desde a década de 1980 quando um grupo de produtores, buscou formas de diferenciação do produto local através do organização do setor e aumento da qualidade. Conforme o que foi possível inferir através do estudo de caso, o reconhecimento da Região como IG contribuiu para consolidar o movimento de organização do setor produtivo de café em grãos verdes para exportação iniciado bem antes do reconhecimento como IG por parte do INPI.

Verifica-se que certos elos da cadeia de produção ainda não foram alcançados pelos benefícios decorrentes do reconhecimento da região como IG. O setor de torrefação e moagem de café parece não estar representado na IG, o que dificulta a oferta ao consumidor final dos produtos diferenciados pela origem.

O setor de beneficiamento proporciona postos de trabalho com melhor remuneração e melhor nível de escolaridade. Iniciativas para a consolidação do setor de beneficiamento possibilitaria maiores ganhos para região e conseqüentemente maior desenvolvimento local. Portanto, é possível observar uma falha de coordenação entre os produtores de matéria prima (cafés em grãos verdes) e o setor industrial de beneficiamento.

Quanto à efetividade da proteção proporcionada pelo registro de IG no INPI

Baseado na pesquisa realizada nos bancos de dados do INPI, a denominação Cerrado encontra-se amplamente difundida como marca para produtos em diversas classes da Classificação Internacional de Nice (NIC). No que se refere a classe 30 da NIC, relacionada ao produto café, verifica-se a existência de 16 marcas contendo o termo “Cerrado” registradas após a concessão do registro da IG Região do Cerrado Mineiro, sendo quatro destas referentes ao produto café. Portanto, a proteção ao nome geográfico advinda do registro da IG, no que se refere ao impedimento do registro de marcas segundo item IX o art. 124 da LPI/96, fica prejudicada pela existência de marcas anteriores assim como pelo desgaste do termo “Cerrado” como elemento distintivo. Verifica-se também a inexistência de ações de oposição e monitoramento por parte da Federação dos Cafeicultores do Cerrado no intuito de inibir a

utilização da IG como elemento constituinte de marca na classe 30 da NCL como especificamente para o produto café.

A marca registrada “Café do Cerrado”, de propriedade da Federação dos Cafeicultores do Cerrado mineiro, também não impediu o registro de marcas posteriores. Segundo especialistas em marcas consultados, o termo “Cerrado” encontra-se “desgastado”. Desta forma, observa-se que o registro da IG Região do Cerrado Mineiro no INPI não proporciona o efeito esperado quanto ao uso exclusivo do nome geográfico “Cerrado”.

Contribuição do reconhecimento da IG Região do Cerrado Mineiro ao desenvolvimento local

Verificou-se que a percepção da contribuição do reconhecimento da indicação geográfica Região do Cerrado Mineiro ao desenvolvimento local é acessória. O reconhecimento como IG proporcionou um aumento da visibilidade da região, concentrado no setor de produção de café. Até o momento, o reconhecimento da região como indicação para produção de café não contribuiu para o aparecimento de atividades paralelas como o turismo. A mecanização da produção parece não favorecer a absorção de mão de obra em um grande número como o observado no passado recente, mas, por outro lado, proporcionou o aparecimento de postos de trabalho mais estáveis que aqueles observados no trabalho de colheita, que, no caso da colheita de café, é, em sua maioria, temporário.

No que se refere a consolidação de estratégias de coordenação entre os produtores, a percepção dos principais atores identificados, foi de que o reconhecimento oficial como IG contribuiu com a definição de uma delimitação, a identificação dos produtores e formalização de regulamentos que propiciaram um aumento da qualidade dos produtos. Segundo os dados primários e secundários obtidos, a inexistência de uma política de incentivo a consolidação de indústrias de beneficiamento voltado à produção de cafés especiais não favoreceu a um maior desenvolvimento local baseado na produção de cafés especiais distinguidos pela IG.

Uma política de valorização dos produtos locais poderia possibilitar avanços, no que se refere a produção de cafés especiais, voltadas ao consumidor interno e externo diferenciados pela IG Região do Cerrado Mineiro.

Capítulo 7 – CASO 3 - INDICAÇÃO GEOGRÁFICA PARATY

Paraty é um município do estado do Rio de Janeiro situado ao sul do estado, junto a Baía de Ilha Grande e integra a região conhecida como Costa Verde juntamente com Angra dos Reis e Mangaratiba. No extremo sul, faz divisa com o estado de São Paulo. O município teve grande importância como porto de exportação de produtos para a Europa, fazendo parte no ciclo do ouro do antigo caminho da Estrada Real que ligava de Paraty a Vila Rica (hoje Ouro Preto).

7.1 - HISTÓRICO

A produção da cachaça de Paraty remonta à época do Brasil colônia. Acredita-se que já a partir do ano de 1600 a bebida tenha começado a ser alambicada na cidade. Apesar de não ter sido pioneira na produção da aguardente de cana, foi a mais importante região produtora de aguardente no Brasil colônia, quer pelas suas terras, quer pelas suas águas ou lenhas, ou ainda pelos saber fazer local. Na época, quando as pessoas desejavam pedir uma aguardente, tanto na colônia como na corte, pediam por uma Paraty (PARATY, 2013).

No início da prospecção do ouro no Brasil, em torno de 1665, Paraty dispunha do único caminho de ligação do Rio de Janeiro com as minas. Por isso, nesse período, o porto de Paraty embarcava o ouro e as pedras preciosas para as cidades do Rio e Lisboa. Assim como a aguardente produzida na região, levada para a Europa para ser consumida como aperitivo, para a África para ser usada como dinheiro na compra de escravos e para as minas servindo como “alimento” para os escravos mineiros. Em 1808 a vinda da família real para o Brasil, e sua instalação no Rio de Janeiro (na época capital do país) impulsionou o comércio de Paraty com aquela cidade. A produção cresce, e em torno de 1870, Paraty produzia em torno de 2.700.000 litros da aguardente de cana ao ano. Todavia, desde 1870, com a abertura da estrada de ferro que ligava o Rio de Janeiro a São Paulo, a cidade foi perdendo a sua importância econômica.

No século XX a exploração da cachaça é mantida, no entanto, dos cento e cinquenta alambiques que a região possuía, restavam apenas três no início da década de 1990.

Em 1997, inicia-se um movimento de retomada da produção da cachaça em Paraty com um convenio de consultoria entre o SEBRAE e Fundação Bio Rio.

Em 1999, os produtores de cachaça remanescentes da cidade formam uma associação. Esse fato teve como consequência a melhoria no processo de produção, a reestruturação dos

engenhos e da produção da cachaça verificou-se também um crescimento do setor com a instalação de novos engenhos.

Em 2004, é fundada a Associação dos Produtores e Amigos da Cachaça de Paraty (APACAP). Esta mesma associação, no ano de 2006, em parceria com o Ministério da Agricultura, Agropecuária e Abastecimento (MAPA), com a Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), com a Associação Comercial e Industrial de Paraty (ACIP), com a EMATER, o SEBRAE, o INPI e a Prefeitura de Paraty deu início ao processo de reconhecimento da indicação geográfica Paraty para produção de cachaça de alambique.

Para que o reconhecimento como indicação geográfica se tornasse possível, foi tomada uma série de atitudes buscando o enquadramento aos requisitos exigidos pelo INPI para o registro da IG. Os produtores unidos na busca deste objetivo realizaram modificações no Estatuto Social da APACAP, além de criarem um Conselho Regulador (APACAP, 2014).

Houve a necessidade de elaboração de um regulamento interno para o produto da indicação geográfica que definisse suas características específicas assim como sua produção no território delimitado. Conforme ilustrado na Figura 16, a área geográfica delimitada exclui da cidade de Paraty no vale do Rio Mambucaba, região que não possui relação com a produção da cachaça. As cachaças produzidas na cidade obedecem a padrões próprios e superiores aos determinados pela legislação brasileira. Esse diferencial contribui para valorizar o produto nos mercados interno e externo. O levantamento histórico foi fundamental para demonstrar que a região se tornou reconhecida há séculos pela produção da cachaça artesanal (APACAP, 2014).

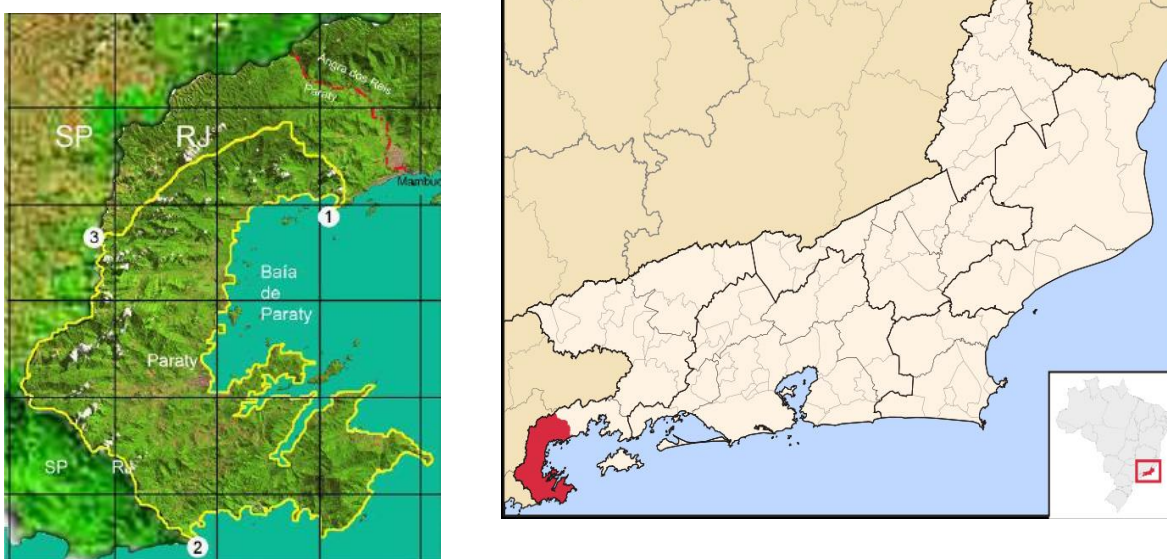


Figura 16: Mapa de delimitação da Indicação Geográfica Paraty, a área delimitada na figura da esquerda exclui o vale do Rio Mambucaba, região que não possui relação com a produção de cachaça.

Fonte: APACAP (2006) e www.guascatur.com/2011_09_01_archive.html

7.2 - O PEDIDO DE REGISTRO DO RECONHECIMENTO DA IG PARATY.

O pedido para registro do nome geográfico Paraty como indicação geográfica para os produtos aguardentes tipo cachaça e aguardente composta azulada na espécie Indicação de Procedência, foi solicitado no INPI em 27/11/2006 tendo como requerente a Associação dos Produtores e Amigos da Cachaça de Paraty – APACAP, sob o nº IG200602 sendo o registro concedido em 10/07/2007 e publicado na RPI 1905 (APACAP, 2006).

Conforme consta no pedido de registro IG200602, a região delimitada está inteiramente compreendida no fuso 23, e possui o seguinte perímetro: partindo do ponto 1, de coordenadas aproximadas 541.250mE e 7.449.250mS (...) segue pela linha da costa (...) até atingir a ponta da Trindade que é o ponto 2 com coordenadas 528.250mE e 7.415.750mS que também é divisa do estado do Rio de Janeiro e o estado de São Paulo, deste ponto segue inicialmente rumo aproximado Norte pela Divisa entre os estados citados (...) até atingir o ponto 3 de coordenadas 519.205mE e 7.447.750mS, deste ponto o perímetro deflete à direita, abandonando a divisa interestadual e assumindo a Serra de São Roque, que é o divisor e águas dos rios São Gonçalo e do Funil, este ultimo é afluente do rio Manbucaba com toda a sua sinuosidade, sempre pelo divisor de águas principal, até atingir o ponto 1, onde iniciou a descrição deste perímetro, encerrando uma área de aproximadamente 700 Km². Nessa delimitação estão respeitadas as áreas de reserva e proteção ambiental compreendidas pelo Parque Nacional da Serra da Bocaina, a Reserva Ecológica da Joatinga e a A.P.A. do Cairuçu, conforme Figura 16.

O pedido de registro traz importantes informações acerca da reputação alcançada pelo local como produtora de aguardente de cana (cachaça) desde os tempos do Brasil colônia, onde Paraty se apresentava como um importante porto para exportação dos produtos extrativistas, ouro como também aguardente. A instalação dos primeiros engenhos de açúcar de cana datam de 1540, período também atribuído ao início da produção de aguardente de cana. Os primeiros alambiques vieram dos Açores onde eram utilizados na produção da Bagaceira⁵¹ (APACAP, 2006).

Na ocasião do pedido de registro da indicação geográfica a APACAP representava sete produtores cadastrados conforme descrito no Quadro 09.

⁵¹ Bebida destilada obtida do mosto fermentado do bagaço de uvas.

Fonte: <http://culturaseafectoslusofonos.blogspot.com.br/2010/03/bagaceira-origem-portuguesa-da-cachaca.html>

Quadro 09: Produtores cadastrados na APACAP

| Produtor |
|-------------------------------|
| Cachaça Coqueiro |
| Cachaça Corisco |
| Cachaça Maria Izabel |
| Cachaça Paratiana e Mulatinha |
| Cachaça Pedra Branca |
| Cachaça Maré Cheia |
| Cachaça Engenho D'Ouro |

Fonte: APACAP (2006)

A fim de distinguir os produtos conformados ao regulamento de uso da indicação de procedência, a APACAP instituiu um selo a ser afixado no pescoço das garrafas do produto qualificado, conforme Figura 17.



Figura 17: Representação na forma de selo apresentada pela APACAP para identificar os produtos da Indicação de Procedência Paraty

Fonte: APACAP (2006)

O pedido apresentou, além das condições formais estabelecidas como condição para o registro no INPI, regulamento de uso do nome geográfico dispondo da área de produção, da elaboração do produto - definindo a matéria prima, formas de preparo, estocagem e envelhecimento – rotulagem e a constituição de conselho regulador que tem como atribuições, entre outros, a elaboração do regulamento de uso, o registro dos produtores e o controle e fiscalização do cumprimento dos regulamentos previamente aprovados em assembleia da APACAP (APACAP, 2006).

7.3 - IMPACTOS DO RECONHECIMENTO COMO INDICAÇÃO GEOGRÁFICA SOBRE O DESENVOLVIMENTO LOCAL

Segundo APACAP, os impactos do reconhecimento da indicação geográfica Paraty podem ser evidenciados pelos seguintes benefícios apontados:

- Propaganda e mídia espontânea (revistas, jornais, televisão e internet).
- Maior visibilidade na participação em feiras.
- Convite para participações em cursos, simpósios e encontros sobre IG e Cachaça.

- Aumento da procura pela cachaça com selo da IG pelos consumidores e turistas.
- Elaboração do projeto de fortalecimento da indicação geográfica de Paraty junto ao Sebrae-RJ incluindo: plano de marketing, roteiro turístico, plano de negócios entre outras ações.
- Valorização do produto.

7.4- CARACTERIZAÇÃO DO MUNICÍPIO DE PARATY

O município de Paraty está localizado no litoral sul do estado do Rio de Janeiro, junto à Bahia de Ilha Grande e integra a Região Turística da Costa Verde juntamente com os municípios de Angra dos Reis e Mangaratiba. Apresenta uma extensão territorial de 930,7 Km², tendo como limites: ao norte o município de Angra dos Reis (RJ), ao sul o Município de Ubatuba (SP), a leste o Oceano Atlântico e a Oeste com o município de Cunha (SP).

7.4.1- Dados socioeconômicos

O município de Paraty comportava uma população, em 2012, de 39.965 habitantes e uma densidade demográfica de cerca de 40 habitantes por Km², conforme descrito na Tabela 34.

Tabela 34: Dados relativos à área, população e densidade demográfica de Paraty no ano de 2013.

| Município | Área (Km ²) | População 2010 | População 2013 | Dens. demográfica (Hab./Km ²) |
|-----------|-------------------------|----------------|----------------|---|
| Paraty | 925.053 | 37.533 | 39.965 | 40,57 |

Fonte: Organização do autor a partir de dados do IBGE CIDADES (2014)

Segundo dados de IBGE CIDADES (2014), descritos na Tabela 35, o município de Paraty apresentou um crescimento em seu PIB a valores constantes de 75% em relação a ano de 2006. O município concentra seu PIB em atividades industriais, seguida de serviços e agropecuária, conforme expresso na Tabela 36. Os *royalties* de petróleo contribuíram em 2010 com 46,8% do orçamento do município, o que pode explicar o grande aumento observado do PIB em relação a 2006 (SERRA, 2010).

Tabela 35: Variação do PIB municipal de Paraty no período selecionado

| Município | PIB 2000 (Mil R\$) | | PI 2006 (Mil R\$) | | PIB 2010 (Mil R\$) | |
|-----------|--------------------|-------------|-------------------|-------------|--------------------|-------------|
| Paraty | 144.733,40 | 144.733,40* | 271.605,00 | 161.240,54* | 637.594,00 | 282.355,66* |

* PIB a preços constantes em valores de 2000

Fonte: Organização do autor a partir de dados do IBGE CIDADES (2014) e IPEADATA (2014)

Entre as principais atividades industriais, destacam-se a extração mineral, e a produção de aguardente. No setor de serviços, destacam-se as atividades ligadas ao turismo (alojamentos e alimentação) (PARATY, 2014).

Tabela 36: PIB por setor de atividade econômica de Paraty. Valores em mil Reais, 2013.

| Variável | Paraty | Rio de Janeiro | Brasil |
|---------------------|-----------|----------------|---------------|
| Agropecuária | 20.775 | 1.072.848 | 105.163.000 |
| Indústria | 1.455.432 | 62.966.386 | 539.315.998 |
| Serviços | 473.074 | 144.387.422 | 1.197.774.001 |

Fonte: Organização do autor a partir de dados do IBGE (2014)

Segundo os dados organizados na Tabela 37, o Índice de Desenvolvimento Humano (IDHM) de Paraty foi de 0,693, em 2010, o que situa esse município na faixa de Desenvolvimento Humano Médio (IDHM entre 0,600 e 0,699).

Tabela 37: Variação do IDHM em Paraty para os anos selecionados

| Município | IDHM 2000 | IDHM 2010 |
|---------------|-----------|-----------|
| Paraty | 0,583 | 0,693 |

Fonte: Organização do autor a partir de dados do IBGE (2014)

O IDHM passou de 0,583 em 2000 para 0,693 em 2010 - uma taxa de crescimento de 18,87%. O hiato de desenvolvimento humano, ou seja, a distância entre o IDHM do município e o limite máximo do índice, que é 1, foi reduzido em 73,62% entre 2000 e 2010. Paraty ocupa a 2105ª posição entre os 5.565 municípios brasileiros segundo o IDHM.

7.4.2- Histórico do município

A data de fundação de Paraty diverge de historiador para historiador. Uns falam que em 1540/1560 já havia um núcleo devotado a São Roque no Morro da Vila Velha (hoje Morro do Forte); outros, de 1597, quando Martim Corrêa de Sá empreende uma expedição contra os índios Guaianás do Vale do Paraíba; alguns outros, de 1600, quando havia um povoamento de paulistas da Capitania de São Vicente; e alguns mais, 1606, quando da chegada dos primeiros sesmeiros da Capitania de Itanhahém que, acredita-se, venha a ser a origem do povoamento como, a grosso modo, foi o sistema de Capitânicas Hereditárias à base da exploração dos bens naturais, defesa e fixação do homem à terra no Brasil (PARATY, 2014).

Por volta de 1640 o núcleo chamado Paratii foi transferido para onde hoje se situa o centro histórico, em “légua e meia de terra entre os rios Paratiguaçu (hoje Perequê-Açu) e Patitiba” doadas por Maria Jácome de Mello. Esta, ao fazer a doação, teria imposto duas condições: que a nova capela fosse feita em devoção a Nossa Senhora dos Remédios e que se guardasse a segurança dos gentios Guaianases (PARATY, 2014).

Em 1660, o florescente povoado se rebela exigindo a separação de Angra dos Reis e elevação à categoria de Vila. Surgia em 1667 a Villa de Nossa Senhora dos Remédios de Paratii. Convém salientar que Paraty foi a primeira cidade brasileira a ter sua autonomia política decidida por escolha popular. Decaindo a extração e exportação do ouro, em meados do século XVIII, Paraty vai perdendo importância. Com o ciclo do café, a partir do século XIX, a cidade revive, temporariamente, seus prósperos dias de glórias coloniais. A produção de pinga e derivados da cana também ajudou na economia local. Foi nesta época que Paraty virou sinônimo de pinga. No século XVIII, a cidade chegou a ter mais de 200 engenhos de pinga e casas de moenda (PARATY, 2014).

Em 1870 com a abertura de um novo caminho por via ferroviária entre Rio e São Paulo, através do Vale do Paraíba, a antiga trilha de burros pela Serra do Mar perdeu sua função, afetando de forma intensa a atividade econômica de Paraty como um todo. Um segundo fator de decadência do comércio e da cidade foi a abolição da escravatura em 1888, causando um êxodo tal que, dos 16 000 habitantes existentes em 1851, restaram, no final do século XIX, apenas “600 velhos, mulheres e crianças” isolando Paraty definitivamente do país por décadas (PARATY, 2014).

Enquanto abriam-se estradas pelo resto do país, continuava-se chegar à Paraty como na época Colonial: de barco, vindo de Angra dos Reis ou, a partir de 1950, por terra, via Cunha, em estrada que só comportava movimento quando não chovia e que aproveitava em parte o trecho da velha estrada do ouro e do café. Este isolamento involuntário foi o que preservou não só a estrutura arquitetônica urbana da cidade como também seus usos e costumes (PARATY, 2014).

7.5 - CARACTERIZAÇÃO DO SETOR DA AGUARDENTE DE CANA (CACHAÇA) NO BRASIL

Segundo Martins (2011), a história da cachaça se confunde com a História do Brasil, tendo como protagonistas a cana-de-açúcar, o imigrante português e o escravo africano, que juntos, numa Terra de Índios, criaram a bebida que mais simboliza o modo de viver e o espírito descontraído do brasileiro.

Segundo Trindade (2012), a história da cachaça começa quando os portugueses trouxeram da Ilha da Madeira a cana-de-açúcar e as técnicas de destilação. Uma das versões conta que o destilado teria surgido em Pernambuco quando um escravo, que trabalhava no

engenho, deixou armazenada a “cagaça” – um caldo esverdeado e escuro que se forma durante a fervura do caldo da cana. O líquido fermentava naturalmente e, devido às mudanças de temperatura, ele evaporava e condensava, formando pequenos pingos de cachaça nos tetos do engenho. Inclusive, a origem do sinônimo “pinga” teria surgido dessa versão popular da origem do destilado.

Outra versão apresentada por Cascudo (1962), no livro *Prelúdio da Cachaça*, aponta que a primeira cachaça foi destilada por volta de 1532 em São Vicente, onde surgiram os primeiros engenhos de açúcar no Brasil. Nessa versão de Cascudo, foram os portugueses, depois de aprenderem as técnicas de destilação com os árabes, que produziram os primeiros litros da bebida.

Apesar de não haver um registro preciso sobre o verdadeiro local onde a primeira destilação da cachaça tenha sido iniciada, pode-se afirmar que ela se deu no território brasileiro, em algum engenho do litoral, entre os anos de 1516 e 1532, sendo, portanto, o primeiro destilado da América Latina, antes mesmo do aparecimento do pisco peruano, da tequila mexicana e do rum caribenho (MARTINS, 2011).

Levada pelos comerciantes, a bebida brasileira começou a fazer sucesso também na Europa e na África, onde era usada como moeda de troca para comprar escravos que iam trabalhar na lavoura colonial. Pela relevância econômica da cachaça em terras brasileiras, a venda e troca do produto representavam uma ameaça para a metrópole, já que ajudava a enriquecer os inimigos da Coroa, como os piratas holandeses que se estabeleceram no Nordeste. Nessa mesma época, Portugal produzia um destilado de uva chamado bagaceira, e o aumento da produção de cachaça fazia com que os colonos se desinteressassem cada vez mais em consumir a bebida portuguesa. Para inibir a produção da cachaça, Portugal estabeleceu um excessivo imposto cobrado dos fabricantes da aguardente, que insatisfeitos com a taxaço, se rebelaram contra Portugal, marcando o episódio conhecido como Revolta da Cachaça, em 1660 (TRINDADE, 2006).

Nos séculos XVI e XVII, em que houve significativa multiplicação dos alambiques nos engenhos de São Paulo e Pernambuco, a cachaça se espalhou pelo Rio de Janeiro e Minas Gerais devido à descoberta do ouro e pedras preciosas. Durante o século XVIII a economia do açúcar entra em decadência e passa então a ser substituída pela extração de ouro em Minas Gerais. No início da migração para Minas, as cachaças brancas (puras) eram colocadas em barris de madeira para serem transportadas até Minas Gerais. No tempo da viagem, a cachaça, pelo contato com a madeira, acabava amarelando e tomando aromas e sabores próprios. Há

quem diga que daí que surgiu o hábito de envelhecer e armazenar cachaças em barris de madeira. Hoje, podemos observar que em cidades litorâneas, como Paraty, há um predomínio de produção de cachaças brancas, enquanto que em Minas Gerais, os produtores optam sempre por armazenar suas cachaças em barris para que elas adquiram características sensoriais, como cor e sabor, provenientes da madeira. Nas regiões de extração estavam também os pequenos alambiques que abasteciam a florescente população urbana que tentava enriquecer com a mineração, apesar dos impostos cobrados pela metrópole portuguesa (TRINDADE, 2006).

A partir de 1850 com o declínio do trabalho escravo e a intensificação econômica do café, um novo setor social surge no Brasil, os Barões do Café. Com ideais elitistas, fugindo dos hábitos rurais e com uma identificação maior com os produtos e hábitos europeus, a nova elite brasileira rejeitava os produtos nacionais, como a cachaça, tida como coisa sem valor, destinada a pessoas pobres, incultas e, geralmente, negras. Contra esse posicionamento discriminatório, surgem intelectuais, artistas e estudiosos com o compromisso de resgatar a brasilidade criticando com ironia e inteligência a incorporação da cultura e do costume estrangeiro. Em 1922, em São Paulo, é realizada a Semana de Arte Moderna, onde Mário de Andrade, um dos seus maiores expoentes, dedica um estudo chamado “Os Eufemismos da Cachaça”. No decorrer do século XX, outros importantes intelectuais como Luís da Câmara Cascudo, Gilberto Freire e Mário Souto Maior, estudaram a sua importância cultural, econômica e histórica para o Brasil.

Conforme Trindade (2006), a cachaça se caracterizou inicialmente pela produção artesanal em pequenos alambiques familiares, o que ocasionou a enorme quantidade de marcas de cachaça espalhadas por todo o território brasileiro. Segundo a autora”:

“O fato é que a cachaça acompanhou a história do Brasil desde o seu início, passando pelo o ciclo do açúcar, pelo crescimento das fronteiras territoriais e chegando até a urbanização do país. Originalmente, a cachaça era destinada aos escravos mas logo caiu no gosto popular, se tornando um importante componente da emergente economia nacional e, por consequência, proliferando sua produção por todo o litoral do Brasil.” (TRINDADE, 2006, p.12)

Mais recentemente, a partir de uma demanda do setor produtivo, importantes acontecimentos têm contribuído para a valorização do destilado e seu reconhecimento como patrimônio nacional. Em 1997, com a criação da Associação Brasileira de Bebidas – ABRABE e o movimento em prol da valorização do mercado nacional de bebidas nacionais, em especial, ao setor da produção da cachaça que passava por período de reestruturação face a abertura comercial iniciada no início da década de 90, foi criado o Programa Brasileiro de

Desenvolvimento da Aguardente de Cana – PBDAC. O programa deflagrou ações com vistas à capacitação nas práticas de controle de qualidade e de tecnologias, principalmente junto aos pequenos produtores e organizou o setor produtivo buscando melhorar a qualidade da bebida e adequá-la aos mercados locais e internacionais. Também implementou ações que visavam mudar a imagem da Cachaça dentro do Brasil e ainda divulgar a bebida no mercado internacional (BARBOSA 2011).

Em 2001, o então presidente Fernando Henrique Cardoso legitima a cachaça como produto tipicamente brasileiro, estabelecendo critérios mínimos de fabricação e comercialização através do decreto presidencial 4.062 de 21 de dezembro de 2001 que define as expressões "cachaça", "Brasil" e "cachaça do Brasil" como indicações geográficas e dá outras providências. Segundo Barbosa (2011), a Cachaça tornou-se assim a primeira e a única indicação geográfica brasileira protegida por Decreto presidencial até o momento. No entanto sua proteção possui caráter preferencialmente internacional, já que está em consonância com as regras do TRIPS e não da LPI que é mais restritiva. TRIPS em seu Art. 22 permite que os países membros protejam determinadas indicações de produto como originário de seu território. Desta forma o termo “Cachaça do Brasil”, embora não seja um nome geográfico, possui conotação geográfica vinculada ao território brasileiro.

Segundo o MAPA, em sua Instrução Normativa nº 13 de 29/07/2005, baseada no decreto presidencial 4851 de 02 de outubro de 2003, aprovou o Regulamento Técnico para a fixação dos Padrões de Identidade e Qualidade para a Aguardente de Cana e para a Cachaça, define:

Aguardente de cana como 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.

Cachaça é a denominação típica e exclusiva da aguardente de cana produzida no Brasil, com graduação alcoólica de trinta e oito a quarenta e oito por cento em volume, a vinte graus Celsius, obtida pela destilação do mosto fermentado de cana-de-açúcar com características sensoriais peculiares, podendo ser adicionada de açúcares até seis gramas por litro, expressos em sacarose.

Conforme definição do MAPA, a cachaça é um tipo de aguardente de cana-de-açúcar, porém nem toda aguardente pode ser considerada uma Cachaça. No passado, sem a devida distinção, todo destilado do mosto fermentado da cana de açúcar era denominado Cachaça. Talvez por esse motivo, a cachaça foi por muito tempo tida como bebida popular de baixo custo e baixa qualidade.

7.5.1- Dados sobre o setor produtivo

Segundo Lima (2012), o setor da cachaça possui uma capacidade instalada de produção de 1,2 bilhão de litros com cerca de 40.000 produtores instalados em todo território nacional, gerando cerca de 600.000 empregos diretos e indiretos (Estimativa do IBRAC com base em informações das principais entidades Estaduais). O setor é acentuadamente heterogêneo e pulverizado em praticamente todo território brasileiro. Há unidades de produção familiares e grandes empresas convivendo no mesmo setor.

Segundo dados do IBRAC, existem cerca de 4000 marcas registradas para o produto no Brasil e os principais estados produtores são: São Paulo, Pernambuco, Ceará, Minas Gerais e Paraíba. Em termos de consumo, São Paulo, Pernambuco, Rio de Janeiro, Ceará, Bahia e Minas Gerais figuram entre os principais estados consumidores (LIMA, 2012).

No geral, o estado de São Paulo é o maior produtor (44%), seguido por Pernambuco (12%), Ceará (12%), Minas Gerais (8%) e Paraíba (8%) (SILVEIRA, 2007).

Segundo ABRABE (2014), a cachaça ocupa no mercado nacional 50% do consumo em volume de bebidas destiladas e o segundo maior mercado de bebidas alcoólicas no Brasil, atrás apenas da cerveja. Conforme dados organizados na Tabela 38, o faturamento do setor alcançou R\$5,95 bilhões em 2013, quando foram produzidos 511,54 milhões de litros da bebida, de acordo com o Sistema de Controle da Produção de Bebidas da Receita Federal – SICOBE, responsável por controlar a produção das principais empresas formais do setor.

Tabela 38: Dados referentes ao setor produtivo da Cachaça no Brasil, 2012.

Dados do Setor Produtivo da Cachaça no Brasil

| | |
|--|--------------------------|
| Nº estimado de produtores | 40.000 |
| Capacidade instalada | 1,2 bilhões de litros |
| Produção (SICOBE) | 511,54 milhões de litros |
| Faturamento oficial | R\$ 5,95 bilhões |
| Empregos gerados | 600.000 |
| Informalidade | Aprox/ 85% |
| Principais estados produtores | SP, PE, CE, MG, PB |
| Principais estados consumidores | SP, PE, RJ, CE, BA, MG |
| Nº estimado de marcas | 4000 |

Fonte: LIMA (2012)

Conforme visto em Barbosa (2011), a cachaça é a segunda bebida mais consumida do país, com cerca de 7 litros per capita por ano de consumo, só perdendo para a cerveja. O Brasil consome quase toda a produção de cachaça; por volta de 1% a 2%, apenas, é exportado (2,5 milhões de litros).

No mercado internacional, a cachaça vem apresentando crescimento significativo nos últimos anos. Aliada ao reconhecimento internacional que a Cachaça vem recebendo nas últimas décadas, parece estar se reduzindo o índice de rejeição dos próprios brasileiros. Os principais países compradores são: Alemanha, Paraguai, Itália, Uruguai e Portugal (RODRIGUES; OLIVEIRA, 2006).

O setor apresenta alto grau de informalidade, apenas 15% dos produtores são formalizados, sendo 1.554 produtores registrados no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento em dados de 2011.

Segundo o IBRAC (2014), os produtores estão submetidos a níveis especialmente altos de tributação e com grande dificuldade por parte das empresas na administração dos aspectos regulatórios, em especial tributários o que influencia no alto grau de informalidade do setor.

7.5.2- Tipos de produção

De um modo simplificado, pode-se caracterizar a produção de Cachaça em dois segmentos: o produto obtido por processo industrial muito conhecido como processo de destilação contínua ou produção por coluna e aquele obtido pela produção em alambiques, também conhecida por cachaça de alambique, produção descontínua feita em bateladas, muito relacionada com o processo mais tradicional e por vezes artesanal de obtenção do destilado. Apesar de ambas serem consideradas Cachaça o processo de produção destas bebidas é diferenciado de tal modo de que o processo de obtenção distingue os produtos e esses passam a nomear a tipo de cachaça: de alambique ou coluna.

As Cachaças do tipo de coluna possuem custo de produção menor⁵², pois geralmente são fruto de processos de redestilação de Cachaças geralmente produzidas por pequenos produtores. Na indústria normalmente se usa o chamado “Blend” onde as Cachaças de alambique advindas dos pequenos produtores são misturadas e passam por processo de redestilação para uniformização do sabor. Nesta a destilação é contínua não havendo as separações entre “cabeça”, “coração” e “cauda”. Por isto são causadas as mudanças nas

⁵² Os custos de produção são menores apesar da necessidade de um investimento inicial maior em equipamentos e pessoal especializado.

propriedades sensoriais da bebida. De um modo geral a Cachaça bidestilada perde suas características naturais tal como o aroma natural que é mais reforçado na Cachaça destilada apenas uma vez e em alambique. Devido ao volume maior e o custo menor de produção estas são as Cachaças mais fáceis de serem encontrada no mercado, seja em supermercados, mercadinhos e bares são as Cachaças do tipo industrial (BARBOSA, 2011).

As cachaças de alambique são obtidas por técnica tradicional de destilação onde se despreza o destilado inicial (cabeça) assim como a fração final da destilação (cauda). O chamado coração, fração intermediária entre a cabeça e a calda define a qualidade do produto final. Geralmente as cachaças de alambique, produzidas no método tradicional, apresentam um custo unitário maior devido às perdas maiores do processo.

Conforme visto em Barbosa (2011), dados do Programa Brasileiro de Desenvolvimento da Aguardente de Cana, Caninha ou Cachaça de 2010, do total de aguardente de cana produzido, cerca de 75% era proveniente da fabricação industrial e 25%, da forma artesanal. Apesar do menor volume de produção, a cachaça alambique concentra o maior número de produtores, em sua maioria, produtores informais, pequenas e médias empresas.

Instituto Brasileiro da Cachaça – IBRAC

Fundado em março de 2006 o IBRAC tem: 44 associados diretos (entidades e empresas) representando mais de 80% do volume produzido e comercializado formalmente no país e congregando as principais entidades representativas do setor e Cooperativas.

Segundo Lima (2012), a criação do IBRAC foi um grande passo para o setor, pois foi o primeiro esforço setorial envolvendo micro, pequenas, médias e grandes empresas, além de entidades de classe do setor, na construção de uma entidade nacional.

O Instituto tem como grande missão dar corpo à defesa da Cachaça, em âmbito nacional e internacional, unindo os produtores, buscando a padronização da Cachaça, de acordo com os critérios definidos por lei, e buscando o reconhecimento da Cachaça no mercado internacional como bebida genuinamente brasileira.

O principal objetivo do instituto é promover, ordenar institucionalmente e colaborar com as autoridades competentes no controle e regulamentação da Cachaça, da aguardente de cana e de outras bebidas derivadas da cachaça ou da aguardente de cana, para assegurar o cumprimento da legislação nacional.

7.6 - CARACTERIZAÇÃO DO SETOR DE AGUARDENTE EM PARATY

Conforme visto em Barbosa (2011), a produção de aguardente de cana, mais conhecida como cachaça ou para muitos pinga, se confunde com a história de Paraty.

Mesmo sem ter sido a pioneira na produção da aguardente de cana no Brasil, Paraty ganhou fama por sua produção de aguardente quer pelas suas terras, quer pelas suas águas ou lenhas ou ainda pelos segredos da própria alambicagem - foi a mais importante região produtora de aguardente de cana no Brasil Colônia. Passou a designar aguardente não apenas na Corte como na Colônia, todos pediam uma dose de Paraty quando desejavam uma simples aguardente (PARATY 2014).

Paraty chegou a ter mais de 100 alambiques de aguardente que funcionaram no município a partir de meados de 1700. Porém, com a decadência, a cidade chegou a ter apenas três estabelecimentos registrados no início da década de 1990.

No passado, a fama da aguardente produzida em Paraty chegou a ser tanta, que foi cantada em verso e prosa no samba Camisa Listrada, de Assis Valente, composto em 1937 e imortalizado na voz de Carmem Miranda:

”Vestiu uma camisa listada e saiu por aí.
Em vez de tomar chá com torrada
Ele bebeu Paraty”.

Conforme Barbosa (2011), no início da década de 90, o setor de produção de aguardente no município de Paraty encontrava-se decadente e próximo da extinção quando, a partir de 1997 com a criação do PBDAC, surgiram iniciativas que visavam impulsionar a cadeia produtiva da Cachaça e com isso uma retomada das atividades de produção de aguardentes de cana. Entre as iniciativas que surgiram, destaca-se as ações do SEBRAE em 1996 no levantamento dos alambiques fluminenses catalogando cerca de mil alambiques no estado do Rio de Janeiro. Paralelamente ao levantamento efetuado pelo SEBRAE, o MAPA passou a intensificar a fiscalização dos estabelecimentos produtores de aguardentes em todo país visando melhorar o nível de qualidade dos produtos oferecidos no mercado. Com estabelecimentos sucateados e com um mercado reduzido, não restou outra saída aos remanescentes do legado histórico de Paraty a não ser procurar formas de se adaptar as novas condições impostas pelo mercado e aproveitar as oportunidades decorrentes dos programas de incentivo. Em 1997 com os incentivos à melhoria da produção da cachaça um pequeno grupo de produtores remanescentes fizeram as primeiras ações visando melhorar os processos produtivos da Cachaça de Paraty firmando um convênio com o SEBRAE e a Fundação Bio

Rio. Nesta mesma época o MAPA-RJ havia lançado o Programa de Melhoria da Qualidade da Cachaça no estado do Rio de Janeiro. Em 1999 foi fundada a Associação dos Produtores de Pinga de Paraty – APPAP. Uma melhoria dos processos de produção e reestruturação dos engenhos foram postos em prática ocorrendo uma melhoria das condições de produção (APACAP, 2006). Em 2004, a APPAP tem sua razão social alterada para Associação dos Produtores e Amigos da Cachaça de Paraty – APACAP.

Outro fato relevante foi a reforma administrativa do MAPA através do decreto 5.351 de 21/05/2005 (atualizado pelo decreto 7.127 de 04/03/2010), formalizando a criação da 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). Desde a sua criação, essa coordenação vem oferecendo capacitação e apoio financeiro para a organização dos produtores e realização de estudos para promoção e reconhecimento de IG. No ano de 2006, começou a ser implantado no MAPA um projeto que visava identificar produtos com potencial para receberem o sinal de IG no país (BARBOSA, 2011).

Em 2006, uma parceria entre APACAP, MAPA-RJ, SEBRAE, INPI, UFFRJ, ACIP, EMATER e prefeitura de Paraty é firmada para elaboração do processo de reconhecimento da Indicação Geográfica Paraty (APACAP, 2006).

Em 2007 é concedido o registro de reconhecimento da Indicação de Procedência Paraty para aguardente de cana tipo cachaça e aguardente composta azul e início dos trabalhos de melhoria e aumento da produtividade do plantio de cana de açúcar no município (MELLO, 2012).

7.6.1 - Produção de aguardente em Paraty

A evolução no número de estabelecimentos produtores de aguardente, pesquisada no banco de dados da RAIS e expressa Tabela 39, revela que o número de estabelecimentos de produção de bebidas alcoólicas em Paraty apresentou um decréscimo no período pesquisado, se estabilizando em 9 estabelecimentos em 2012. Segundo dados da APACAP, dos sete alambiques inicialmente associados a APACAP, um abandonou a produção em 2013 restando atualmente seis alambiques associados.

Tabela 39: Evolução do número de estabelecimentos produtores de aguardente por número de empregados em Paraty no período de 2000 a 2013.

| Tamanho Estabelecimento | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|--------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 0 Empregado | 8 | 8 | 8 | 6 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| De 1 a 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| De 5 a 9 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| Total | 11 | 11 | 11 | 9 | 8 | 8 | 9 | 9 |

Fonte: MTE-RAIS (2014)

Os estabelecimentos locais podem ser considerados como empresas de pequeno porte. O estabelecimento com o maior número de empregados está na categoria de cinco (5) a nove (9) empregados, 04 estão na faixa de até 4 empregados e 4 estabelecimentos estão classificados como tendo 0 empregados formais.

Em termos de produção, os dados organizados na Tabela 40, indicam que em 2011 os alambiques associados apresentavam uma capacidade de produção de 480.000 l/safra e uma produção estimada em 350.000 litros, o que, em termos de produção é um volume muito pequeno se comparado aos números da produção nacional de mais de 500 milhões de litros/ano (ABRABE, 2014).

Tabela 40: Produção anual de aguardente de cana em Paraty.

| |
|--|
| Produção da safra 2008: 280.000 litros |
| Produção da safra 2009: 300.000 litros |
| Produção da safra 2010: 290.000 litros |
| Estimativa da safra 2011: 350.000 litros |

Fonte: Mello (2012)

Conforme informações coletadas na APACAP (2014), cerca de 90% da produção de aguardentes incluindo a do tipo cachaça são comercializadas no próprio local. Apenas uma pequena quantidade é vendida para fora do município, principalmente nos estados do Rio de Janeiro e São Paulo.

Segundo dados obtidos em Mello (2012) e organizados na Tabela 41, verificou-se um aumento no valor dos produtos após o reconhecimento do local como indicação geográfica. As cachaças de Paraty concorrem diretamente com bebidas de outras localidades também tradicionais na produção do destilado e comercializadas no município.

Tabela 41: Evolução do preço médio da cachaça em Paraty, garrafa 700ml no período de 2006 a 2010.

| Ano | Prata | Ouro |
|------|-----------|-----------|
| 2006 | R\$ 13,00 | R\$ 18,00 |
| 2007 | R\$ 15,00 | R\$ 19,00 |
| 2008 | R\$ 22,00 | R\$ 29,00 |
| 2009 | R\$ 23,00 | R\$ 30,00 |
| 2010 | R\$ 25,00 | R\$ 35,00 |

Fonte: Mello 2012

Número de empregos gerados pelo setor em Paraty

O setor de produção de aguardente de cana tem uma participação ainda pequena no mercado de trabalho do município tendo gerado, em 2013, 17 empregos formais diretos na produção de aguardente (Gráfico 08, Apêndice VI). É observado um aumento no número de empregos nos últimos anos do período pesquisado, porém a contribuição no mercado de trabalho formal parece ser muito pequena. O aumento nos últimos anos pode indicar um potencial de crescimento.

A faixa salarial se concentra em postos de trabalho com remuneração entre 1 a 3 salários (Gráfico 09, apêndice VI). A quantidade de empregos diretos gerados é baixa, porém é possível verificar que a demanda por nível de escolaridade se concentra no nível fundamental, o que denota atividades que necessitam de baixo grau de especialização. No último ano do período verifica-se um incremento de postos de trabalho de nível médio e um posto de nível superior. O setor ainda é incipiente, mas com potencial de crescimento para os anos futuros (Gráfico 10, apêndice VI).

7.6.2 - Produção de matéria prima - Lavoura temporária – cana de açúcar

Segundo informação da APACAP (2014), a produção de cana de açúcar local contribui com apenas uma fração do total consumido na produção de aguardente de cana, sendo que aproximadamente 1/3 da cana de açúcar consumida é obtida através de produtores independentes locais, 1/3 oriunda de produção própria dos alambiques e outro 1/3 através de compras externas, principalmente do município de Caçapava- SP.

Segundo pesquisa no banco de dados da RAIS, apenas uma unidade de produção de cana de açúcar estava formalizada até o ano de 2012. Em 2013 aparecem cadastradas 03 unidades, o que não é condizente com as informações coletadas nas entrevistas abertas com produtores de aguardente que informaram a existência de mais de 30 produtores. A explicação para tal observação se deve a alto grau de informalidade desta atividade no Município. Pelas

informações obtidas nas entrevistas, existem vários produtores independentes de base familiar e informal. A produção voltada para a atividade de produção de aguardente é em parte suprida por produção própria dos alambiques seguida por compras externas ao município.

Os dados fornecidos pelo CAGED apontam para praticamente uma nulidade na geração de empregos formais na produção de cana de açúcar em Paraty. Tal fato pode estar relacionado à alta informalidade da atividade, que é majoritariamente de base familiar, ou está vinculada a produção própria dos alambiques que se confunde com a mão de obra destes estabelecimentos de produção da aguardente.

Portanto, verifica-se que, a produção de cana de açúcar em Paraty está concentrada nas plantações próprias dos alambiques e alguns agricultores familiares na região de encosta. Praticamente toda a produção local de cana-de-açúcar visa o atendimento das demandas da produção de aguardente e consumo próprio.

A produtividade no cultivo de cana-de-açúcar no município de Paraty é inferior à média brasileira (conforme Gráfico 05, apêndice VII), o que é de se esperar tendo em vista que a maior parte da produção de cana de açúcar no Brasil está voltada para a produção de álcool e açúcar, indústrias com alta escala e alta produtividade.

O valor da produção de cana-de-açúcar/tonelada é cerca de quatro vezes maior que o valor médio do Brasil (conforme Gráfico 06, apêndice VII). Tal fato pode estar relacionado à pequena produção e a baixa produtividade do local, quase exclusivamente voltado a produção de bebidas destiladas.

7.6.3 - A relação entre a produção de aguardente e o turismo em Paraty

O longo processo de estagnação vivido por Paraty ao longo do século XX manteve, paradoxalmente, o casario colonial, conservado no conjunto conhecido como Centro Histórico, tornando a cidade um dos destinos turísticos mais procurados do país (PARATY, 2014).

A abertura da BR 101 e o Programa Nuclear de Angra dos Reis foram um dos fatores que influenciaram o processo de “turistificação” de Paraty. Porém, outros acontecimentos contribuíram para que esse processo se desenvolvesse, como o Projeto Turis e o tombamento pelo IPHAN (PARATY, 2014).

Com a construção da BR 101 na década de 1970 o Turismo passou a ser uma das principais atividades para a revitalização econômica da cidade. O público que visita a cidade é diferenciado de acordo com o evento que é realizado, quais como o Carnaval, a FLIP, o

Festival da Pinga, os feriados, porém em baixas temporadas prevalece a presença do público interessado nos aspectos culturais (AXER, 2009).

Pelas ruas de pedra irregular, circulam, a pé – a entrada de veículos é proibida na maior parte do Centro Histórico -, turistas do mundo inteiro, atraídos pela beleza da arquitetura típica do Brasil Colônia. As casas históricas foram requalificadas como pousadas, restaurantes, lojas de artesanato e museus, em meio a apresentações de músicos populares e de estátuas vivas.

Vários eventos culturais têm Paraty como sede, sendo o mais concorrido e conceituado a Festa Literária Internacional de Paraty (FLIP).

Realizada desde 2003, a FLIP conta com a presença de escritores nacionais e estrangeiros que participam de palestras e debates nos prédios históricos ou em tendas armadas nas ruas. Segundo dados estimados da Secretaria de Turismo de Paraty, a cidade recebe um número estimado de 500.000 visitantes por ano (quando consultada, a Secretaria de Turismo de Paraty disse não ter estatísticas oficiais quanto ao número de turistas que visitam a cidade).

Conforme informações obtidas na página oficial de Paraty (2014), o festival da cachaça de Paraty chega a atrair cerca de 30.000 pessoas com 91% de ocupação dos hotéis sendo o considerado o segundo maior evento da cidade perdendo apenas para a FLIP.

Festival da cachaça

Criado na década de 1980 por um grupo de jovens empresários que compunham a ACIP-Associação Comercial e Industrial de Paraty, objetivando reunir aqueles que participam da cultura culinária e artística da cidade e divulgar os produtos típicos produzidos no município, e seu artesanato. Não deixando de dar ênfase à pinga artesanal que por tantos anos movimentou o mercado financeiro do município (PARATY GUIA, 2014).

Conforme visto em Paraty (2014), o Festival da Cachaça de Paraty, realizado desde 1982, quando começou com o nome Festival da Pinga, é um dos eventos mais tradicionais da cidade e do mesmo modo que ocorreu com a bebida que celebra - que lhe obteve a distinção de um selo de Indicação de Procedência e fez com que algumas de suas marcas estejam entre as melhores do Brasil - vem passando por um processo de requalificação em sua estrutura e funcionamento, cenografia e programação, num esforço conjunto das secretarias de Turismo e Cultura da cidade, Associação dos Produtores de Cachaça de Paraty (APACAP) e o Polo Gastronômico de Paraty.

“Ordenar o funcionamento do Festival, elevar a qualidade dos pratos servidos fazendo jus à cachaça como um produto gourmet, resgatar a aparência acolhedora de uma quermesse tradicional em instalações adequadas e dar ênfase às músicas tradicionais da cidade, também em suas versões modernas, bem como ao choro e samba, estão entre os princípios que norteiam a edição (...) do Festival, reintegrando a cachaça à cultura tradicional que a envolve.” (PARATY, 2014)

7.6.4 - Análise do setor de alojamentos e alimentação em Paraty

Por ser o Município de Paraty um destino turístico, as atividades relacionadas a alojamentos (rede hoteleira, pousadas, pensões) e alimentação (restaurante, bares e afins) podem se beneficiar do reconhecimento da IG como forma de potencializar a vocação turística local através de atividades complementares como circuitos de visitação aos alambiques e os eventos relacionados a atividade da IG. Ocorre uma relação intrínseca entre o resgate da atividade de produção de aguardente e os aspectos históricos e culturais da cidade. Um crescimento da atividade turística realimenta a atividade de produção e aguardente que por sua vez atrai mais visitantes ao município. Na realidade a atividade de produção de aguardente se beneficia dos incentivos ao turismo na região. Abaixo, levantamento da evolução do número de estabelecimentos e empregos relacionados às atividades de alojamentos e alimentação que podem se beneficiar do reconhecimento da IG.

Nos últimos anos é possível verificar um aumento do número de estabelecimentos ligados à atividade turística como alojamentos e alimentação (Gráfico 11, apêndice VI). O aumento do fluxo turístico favorece a comercialização do produto da IG que por sua vez também possibilita mais um atrativo para o município ao proporcionar as rota dos alambiques possibilitando a venda direta de produtos vinculados a IG e favorecendo o aparecimento de rendas indiretas e postos de trabalho.

As atividades ligadas ao turismo respondem por grande parte dos empregos gerados no município. No período pesquisado observa-se um incremento no número de empregos formais o que indica uma evolução das atividades turísticas nos últimos anos (Gráfico 12, apêndice VII).

O setor de serviços é o que mais emprega, porém são em sua maioria empregos temporários concentrados nas épocas festivas e férias (PARATY, 2014).

A faixa salarial predominante no setor de alojamentos e alimentação é a de até 1.5 salários o que pode ser considerado como atividades de baixa remuneração. O levantamento indica uma pequena elevação no número de empregados com faixa salarial de 1.51 a 2.0 salários, o que não chega a indicar uma evolução consistente do setor (Gráfico 13, apêndice VII).

Com relação ao grau de instrução dos empregados no setor de alojamentos e alimentação o Gráfico 14 do apêndice VII indica uma coerência com o observado na evolução da faixa salarial, ou seja, o setor emprega em sua grande maioria mão de obra com predominância do nível fundamental.

É possível verificar um pequeno crescimento da faixa de escolaridade relacionada ao nível médio e superior nos últimos anos, o que pode ser um indicativo de uma pequena melhora no nível de escolaridade da mão de obra local no setor de turismo.

7.7 - UTILIZAÇÃO DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL COMO PROTEÇÃO AO USO DO NOME GEOGRÁFICO

Foi efetuada pesquisa no banco de dados de marcas do INPI, conforme Tabela 42, para verificar a efetividade do registro de indicação geográfica como impedimento a utilização do nome geográfico como elemento de marca e interposição de oposição a pedidos de marcas por parte dos interessados como forma de demonstrar a utilização da ferramenta da propriedade industrial como forma de evitar a diluição do sinal distintivo como forma de diferenciação no mercado de aguardente e cachaça.



















Verificando o histórico dos pedidos de registro de marcas envolvendo a radical Parati e Paraty na classe 33 da classificação de Nice (bebidas alcoólicas). Foram encontrados três registros ativos concedidos antes da entrada em vigor da LPI/96 :

Tabela 42: Levantamento do número de pedidos de registro de marcas envolvendo o nome geográfico Parati e Paraty para a classe relativa a bebidas alcoólicas (Classe 33 de Nice)

RESULTADO DA PESQUISA (05/01/2015 às 19:12:17) Marca: parati

Classe Internacional: 33

Foram encontrados 16 processos que satisfazem à pesquisa. Mostrando página 1 de 1.

| Número | Prioridade | Marca | Situação | Titular | Classe |
|-----------|------------|---|--|---|--------------|
| 790024756 | 31/01/1979 |  PARATI FAZENDA |  Extinto | INDÚSTRIAS REUNIDAS DE BEBIDAS TATUZINHO 3 FAZENDAS LTDA. | 35 : 10 |
| 007106190 | 19/02/1979 |  PARATI |  Extinto | SEFFF PARATI SA | 33 : 10 |
| 816039518 | 08/02/1991 |  VELHO PARATI |  Arquivado | ESCRITÓRIO ANTARES S/C LTDA. | 35 : 10 |
| 816802521 | 25/06/1992 |  VELHO PARATI |  Registro | RECANTO DA ENGENHOCA - IND E COM DE BEBIDAS LTDA | 35 : 10 |
| 816802513 | 25/06/1992 |  VELHO PARATI |  Registro | RECANTO DA ENGENHOCA - IND E COM DE BEBIDAS LTDA | 35 : 10 |
| 818671556 | 28/07/1995 |  PARATI |  Extinto | PARATI S/A | 33 : 10 |
| 819582050 | 27/11/1996 |  PARATI |  Reg.c/Pan. | PARATI S/A | 35 : 10 |
| 819582077 | 27/11/1996 |  PARATI |  Registro | PARATI S/A | 33 : 10 |
| 200010948 | 06/08/1998 |  OURO DE PARATI |  Extinto | MIDAS INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE BEBIDAS LTDA | NCL(7) 33 |
| 820831093 | 06/08/1998 |  PARATI IMPERIAL |  Ped.Sobrest. | PERNOD RICARD BRASIL INDÚSTRIA E COMÉRCIO LTDA. | 35 : 10 |
| 824889410 | 03/10/2002 |  PARATIANA CACHAÇA DE PARATY |  Arquivado | PAULO EDUARDO G. MIRANDA ME | NCL(8) 33 |
| 828074178 | 05/10/2005 |  PARATINI |  Reg.c/Pan. | HILTON NAVES ARAUJO | NCL(8) 33 |
| 828712603 | 14/08/2006 |  PARATINI T |  Ped.Sobrest. | HILTON NAVES ARAUJO | NCL(8) 33 |
| 828712590 | 14/08/2006 |  PARATINI B |  Ped.Sobrest. | HILTON NAVES ARAUJO | NCL(8) 33 |

| | | | | | | | |
|-----------|------------|---|-----------|---|-----------|-----------------------|-----------|
| 900404361 | 19/07/2007 | N | PARATINGA | ✗ | Arquivado | JOSÉ DE SOUZA BERUNES | NCL(9) 33 |
| 903865378 | 18/07/2011 | N | PARATINGA | ✓ | Oposição | JOSÉ DE SOUZA BERUNES | NCL(9) 33 |

RESULTADO DA PESQUISA (05/01/2015 às 19:07:02) Marca: Paraty

Classe Internacional: 33

Foram encontrados 9 processos que satisfazem à pesquisa. Mostrando página 1 de 1.

| Número | Prioridade | Marca | Situação | Titular | Classe |
|-----------|------------|--|----------------|---|-----------|
| 813427410 | 03/04/1987 | M PARATY IMP. RES. DE S.A.I.R PR. D.JOÃO DE O. E BRAGANÇ | ✗ Arquivado | DOMBRAJO INDUSTRIA DE BEBIDAS LTDA | 35 : 10 |
| 814387705 | 26/07/1988 | N PARATY | ✗ Arquivado | PARENTE RODRIGUES S A INDUSTRIA E COMERCIO DE BEBIDAS | 35 : 10 |
| 820024007 | 23/07/1997 | M PARATY CRUCK | ✗ Arquivado | COMERCIO E INDUSTRIA CARVALHO LTDA | 35 : 10 |
| 821446134 | 02/03/1999 | M LICOR DE PARATY PARATY BRASIL | ✓ Ped.Sobrest. | PARATIANDO PRODUTORA DE BEBIDAS ALCOÓLICAS FINAS LTDA | 35 : 10 |
| 824647971 | 13/06/2002 | M PARATY CRUCK | ✗ Arquivado | COMÉRCIO E INDÚSTRIA CARVALHO LTDA ME. | NCL(8) 33 |
| 824889410 | 03/10/2002 | M PARATIANA CACHAÇA DE PARATY | ✗ Arquivado | PAULO EDUARDO G. MIRANDA ME | NCL(8) 33 |
| 825259908 | 31/01/2003 | M ENGENHO D'OURO CACHAÇA PARATY | ✗ Arquivado | NORIVAL DA SILVA CARNEIRO | NCL(8) 33 |
| 827032250 | 28/10/2004 | M PARATY COLONIAL | ✓ Ped.Sobrest. | TABACAUM ENGENHO E CACHAÇA LTDA | NCL(8) 33 |
| 830138161 | 27/04/2009 | M SANTO GRAU PARATY | ✓ Reg.c/Pan. | SANTO GRAU COMERCIO DE BEBIDAS LTDA. | NCL(9) 33 |

Fonte: INPI (2014) – pesquisa efetuada em 05/09/2014

Os pedidos posteriores foram indeferidos por anterioridade ou sofreram oposição por parte dos titulares dos registros anteriores de marcas.

Não foram encontrados registros de marcas ativos para o nome Paraty (com y no final). Verifica-se a incidência de três pedidos sobrestados (aguardando definição de oposição). As oposições foram peticionadas por Parati S/A (fabricante de produtos alimentícios como biscoitos), titular do registro Parati na classe 33. Não houve manifestação por parte da APACAP aos pedidos de registro de marcas envolvendo o nome geográfico após o registro da IG, indicando uma ausência de monitoramento por parte da entidade representativa dos produtores.

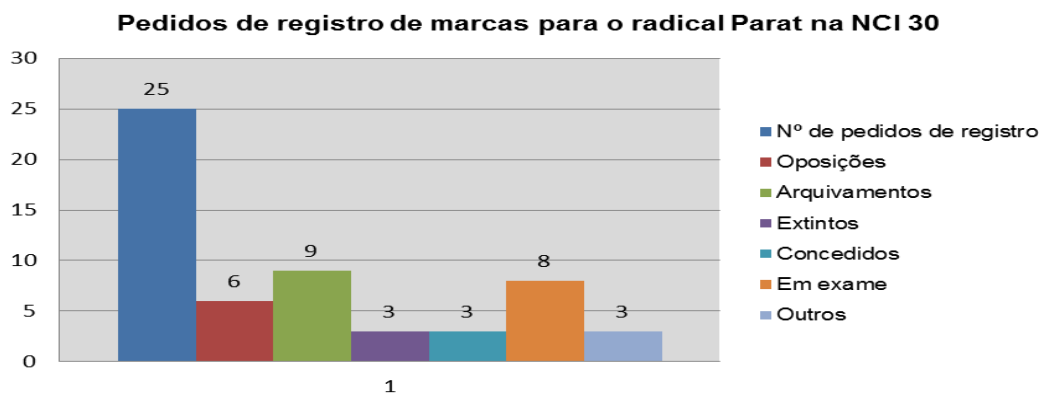


Gráfico 14: Decisões relativas a pedidos de registro de marcas para o nome geográfico Parati e Paraty.

Fonte: Dados do banco de dados de marcas do INPI organizados pelo autor

Portanto, no caso do nome Parati(y), o mesmo já era objeto de registro de marca por empresa do ramo alimentício na classe 33 de Nice. O registro foi concedido antes da entrada

em vigor da LPI/96, portanto a IG, por ser posterior ao registro da marca, não impediu a continuidade da utilização da marca pelas empresas titulares dos registros anteriores.

7.8- PESQUISA DE PERCEPÇÃO QUANTO AOS BENEFÍCIOS DO RECONHECIMENTO DA IG ENTRE OS PRINCIPAIS ATORES ENVOLVIDOS NA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA PARATY

Conforme verificado na pesquisa bibliográfica e na pesquisa de campo para a IG Paraty para aguardente de cana tipo cachaça e bebidas destiladas de cana de açúcar, os principais atores atuantes na gestão, estruturação e apoio da indicação geográfica identificados são: a entidade representativa dos produtores, representada pela APACAP, os alambiques, o Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento através de sua representação estadual do Rio de Janeiro – MAPA-RJ e o próprio INPI por ocasião da organização dos documentos relacionados ao pedido de reconhecimento do município como indicação geografia.

7.8.1- Percepção da entidade representativa dos produtores

A associação dos produtores de aguardente de cana de Paraty existe desde 1999 com sede na cidade neste Município. No início a Associação de produtores era denominada de Associação dos Produtores de Pinga de Paraty – APPAP, sendo que, em 2004, mudou sua razão social para a denominação atual de Associação dos Produtores e Amigos da Cachaça de Paraty – APACAP. Inicialmente a associação contava com oito associados, todos produtores de aguardente. Atualmente a APACAP conta com 07 Alambiques associados.

A APACAP é uma entidade sem fins lucrativos que visa apoiar as atividades de produção de cachaça artesanal no município de Paraty se propondo, entre outros, a desenvolver ações para elevar o nome da Cachaça de Paraty, incentivar a formalização dos alambiques, a adoção de boas práticas de produção, promover, preservar e gerir a indicação geográfica Paraty para cachaça.

Foram efetuadas entrevistas com representantes da APACAP na sede da Associação em Paraty conforme descrito no Quadro 05 da Capítulo 4.

1- Motivação para a busca do reconhecimento como IG

Segundo um dos representante da APACAP entrevistado, as motivações para a busca do reconhecimento da IG Paraty se basearam na necessidade de consolidação das ações de

busca da melhoria da qualidade e do resgate da reputação local na produção de aguardente de cana (cachaça) que havia entrado em declínio já na primeira metade do século XX.

“Paraty concentrava um grande número de alambiques no passado, porém com o esvaziamento do município devido a má conservação das estradas e a dificuldade de escoamento da produção, o setor entrou em decadência. Nós, procuramos resgatar esta tradição e com o aumento do turismo novas possibilidades de crescimento surgiram.” (ERP2, 2014)

2- Resultados perceptíveis

Para os entrevistados, o reconhecimento do local como IG para aguardente de cana e destilados trouxe um incentivo aos produtores locais em buscar melhorias da qualidade. Os benefícios obtidos até o momento se concentram na melhoria da mobilização dos produtores em consolidar os avanços na qualidade e na visibilidade alcançada através da mídia espontânea proporcionada pelo reconhecimento do local como indicação geográfica.

“Em sete anos houve uma evolução no setor. A IG serviu como uma alavanca para o desenvolvimento do setor antes abandonado.” (ERP2, 2014)

Para os representantes da APACAP, outro resultado positivo do reconhecimento do local como IG foi a melhoria na coordenação dos produtores, pois o conceito de IG serviu como um modelo a ser alcançado.

“Após o reconhecimento oficial, exigiram-se mais responsabilidades dos produtores. As condições de registro estabelecidas pelo INPI induziram a uma sistematização e a criação de uma estrutura de controle.” (ERP3, 2014)

Com relação às dificuldades encontradas na gestão da IG Paraty, um dos entrevistado cita a falta de incentivos e financiamento à produção e comercialização da produção local por parte dos agentes públicos e a falta de uma política de valorização e divulgação dos produtos identificados por IG.

No que se refere ao aumento da visibilidade dos produtos e do local, a percepção da APACAP é de que houve uma grande melhora, pois a IG trouxe um fato novo que serviu como motivo para uma maior exposição dos produtos locais na mídia, aliado ao fato de Paraty ser um local turístico, o resgate da produção de aguardente vem possibilitando investimentos na produção e comercialização do destilado de cana.

“(…) ainda não é possível relacionar o aumento da procura pela cachaça de Paraty muito em função da pequena produção e da comercialização praticamente toda local. Externamente, em centros como Rio de Janeiro e São Paulo, a reputação da Cachaça de Paraty aumentou em função do reconhecimento como IG, porém ainda não há escala em termos de quantidade para atender a estes mercados.” (ERP2, 2014)

“Mas já é possível vender bem o produto para fora do município, o que serve como indicador da boa aceitação do produto no comércio especializado.” (ERP3, 2014)

Para os entrevistados, em termos de valorização do produto, os preços evoluíram, porém não foi possível relacionar o aumento de preço ao reconhecimento da IG, pois houve um grande esforço dos produtores em aumentar a qualidade.

“O resgate da reputação da Cachaça de Paraty aliada a uma melhor qualidade propiciou um melhor posicionamento do produto frente à produção de outras regiões brasileiras mais produtivas como Minas Gerais, por exemplo, que se destaca na produção de cachaça de alambique. Os valores alcançados rivalizam com as boas cachaças de Minas Gerais. É possível estimar uma valorização de 30%, porém ainda não é possível creditar a valorização ao reconhecimento da IG. O conceito ainda é pouco conhecido do consumidor. A reputação de Paraty é anterior ao registro no INPI.” (ERP2, 2014)

3- *Valorização dos produtos no mercado*

Segundo os representantes da APACAP, o reconhecimento como IG propiciou um ambiente cooperativo, porém ainda não é possível creditar ao reconhecimento o aumento nos valores da produção. A percepção dos entrevistados é de que a melhora nos preços está mais relacionada ao aumento da qualidade dos produtos fruto de um trabalho anterior ao reconhecimento oficial. O reconhecimento como IG consolidou algumas ações já em andamento deste de final da década de 90.

“O conceito de IG é muito pouco conhecido de todos principalmente dos consumidores. Existe a necessidade de se comunicar melhor os valores decorrentes da IG como forma de diferenciação e agregação de valor aos produtos.” (ERP3, 2014)

4- *Desenvolvimento Local*

Para os representantes da APACAP, em termos de desenvolvimento local, a contribuição do setor de aguardente de Paraty é ainda potencial. O setor produtivo de aguardente ainda é muito pequeno em Paraty.

“Praticamente todos os alambiques formalizados fazem parte da APACAP com exceção de 01 que preferiu fechar as atividades de produção de aguardente.” (ERP2, 2014)

“O setor de aguardente de cana em Paraty encontra-se em um estágio de recuperação após longo período de declínio, com a melhoria das condições de produção. Os planos futuros para atendimento ao mercado de fora do município poderá fazer com que o setor aumente sua participação no desenvolvimento econômico local. Porém, a falta de incentivos impede uma evolução mais rápida.” (ERP3, 2014)

Para a APACAP, a contribuição do setor ao turismo local se baseia no desenvolvendo de roteiros turísticos envolvendo visitas aos alambiques além de patrocinar o Festival da Cachaça de Paraty.

“Paraty já é um local bastante conhecido e visitado. O reconhecimento da IG e as ações da melhoria da qualidade da cachaça fornecem mais um motivo para se visitar o local. A festa da Cachaça vem atraindo cada vez maior público, o que traz benefícios ao município.” (ERP2, 2014)

A APACAP estima que o setor de aguardente e destilados contribua com 10 a 15% do turismo em Paraty ao ano através do Festival da Cachaça, além de contribuir com as rotas dos alambiques que atrai turistas à cidade oferecendo mais um atrativo turístico. O roteiro dos alambiques promove o produto local e uma oportunidade de venda direta ao consumidor possibilitando uma renda adicional aos produtores de aguardente de cana.

5- Marco Legal

Segundo a APACAP, a proteção ao nome geográfico não foi o objetivo principal por parte da associação de produtores.

“A APACAP ainda carece de estrutura para acompanhar as questões relacionadas ao uso indevido do nome. Mesmo porque o nome Paraty já é objeto de marca, o que já ocasiona anterioridade. A legislação se torna ambígua a partir do momento que permite a convivência de marcas registradas e a indicação geográfica no mesmo setor. No momento não há nenhuma ações sistematizada. Os próprios produtores procuram verificar esta utilização, mas não há nenhuma ação da APACAP de monitoração do uso do nome. Hoje existem duas cachaças que utilizam o nome Paraty, mas não são da região.” (ERP2, 2014)

Segundo o representante da APACAP, tais observações expõem a fragilidade da proteção obtida com o registro de IG no INPI, pois, segundo o representante da APACAP, não há na realidade a apropriação do nome geográfico haja vista os registros de marcas anteriores.

“O acompanhamento do uso do nome Paraty para cachaça é feito a partir dos próprios produtores. Não é uma preocupação no momento.” (ERP2 e ERP3, 2014)

Com relação a proteção ao uso do nome geográfico, a APACAP acredita que a proteção oferecida pelo registro fica enfraquecida devido a existência de marcas anteriores ao registro da IG. A falta uma política de apoio por parte dos organismos de fiscalização e controle também acarretam enfraquecimento do sinal distintivo. Segundo um dos entrevistados, hoje em dia, o selo do INMETRO, referente a conformação da produção e a normas voluntárias, tem um respaldo muito maior junto aos consumidores no que se refere a identificação da qualidade dos produtos.

“Hoje o selo do INMETRO é muito mais conhecido e respeitado pela população do que o selo da IG. Falta uma maior credibilidade a este sinal distintivo.”(ERP2, 2014)

“Em Portugal existe apenas um selo para todos os produtos reconhecidos. Os diversos selos podem trazer uma confusão ao consumidor, pois ele não sabe como relacionar os selos a questões de qualidade ou certificação. O selo do INMETRO talvez venha agregar mais valor aos produtos do que o selo da IG pois é de reconhecimento nacional enquanto que o selo gerado pelas associações não passam a informação de qualidade reconhecível pelo consumidor.” (ERP3, 2014)

A falta de uma política de incentivo aos produtos locais identificados por IG, ainda não possibilitou uma expansão do setor e a distribuição de benefícios ao longo da cadeia produtiva. Segundo a APACAP:

“Hoje você tem facilidades de crédito para agricultor familiar, para quilombolas, produtos indígenas, agricultura familiar, mas não existe nenhum programa de apoio e financiamento à iniciativas de consolidação de indicações geográficas.” (ERP3, 2014)

Um dos entrevistados sugere a criação de uma linha de financiamento para indicações geográficas da mesma forma como existem linhas de créditos para outras atividades e agrupamentos produtivos.

7.8.2 – Percepção dos produtores de aguardente de cana e destilados

Conforme pesquisa no banco de dados do MTE-RAIS (2014), o município de Paraty conta hoje com nove estabelecimentos de produção de aguardente e bebidas destiladas. Dos nove estabelecimentos, sete fazem parte da APACAP, os outros dois não foram identificados. Todos os alambiques podem ser classificados como pequenos estabelecimentos, com no máximo nove empregados registrados sendo que quatro estabelecimentos apresentavam RAIS negativa (zero empregados). (MTE – RAIS, 2014).

Segundo Mello (2012) os sete alambiques produziram juntos cerca de 350.000 litros de destilados e derivados em 2013, todos, praticamente, comercializados localmente. O produto produzido no local é todo obtido pelo método tradicional de fermentação alcoólica do mosto do caldo da cana-de-açúcar, destilado em alambiques de cobre, mantendo as práticas e a forma de produção tradicional de Paraty. Todos os alambiques associados a APACAP apresentam atividades de visitação e comercialização direta aos consumidores, resultando em um roteiro turístico já incorporado às atrações do local. O Quadro 10 apresenta os nomes comerciais dos alambiques e suas marcas mistas mais conhecidas.

Quadro 10: Alambiques associados à APACAP e suas marcas

| <i>Alambiques</i> | <i>Marca</i> |
|-------------------------------|--|
| Coqueiro |  |
| Corisco |  |
| Maria Isabel |  |
| Paratiana e Mulatinha |  |
| Pedra Branca |  |
| Maré Cheia |  |
| Cachaça Engenho D'Ouro |  |

Fonte: APACAP (2014)

Foi aplicado o questionário estruturado, conforme Apêndice II, à seis produtores de aguardente e destilados, todos associados à APACAP, no intuito de verificar a percepção do setor produtivo com relação às mudanças que possam ser atribuídas ao reconhecimento da IG Paraty, conforme descrito no Quadro 05 no Capítulo 4. Os resultados das respostas ao questionário foram consolidados conforme descrito abaixo:

1- Entendimento sobre o tema

Dos seis questionários respondidos por produtores, quatro assinalaram que IG refere-se ao produto ou serviço cuja qualidade ou características estão relacionadas com sua origem geográfica. Um respondeu que IG refere-se ao local que identifica determinado produto. Portanto, a relação da IG com a qualidade e reputação do produto é mais perceptível pelo meio produtivo que necessariamente a sinalização quanto a origem do produto.

Sobre a importância do reconhecimento oficial atribuída ao registro no INPI, quatro produtores responderam que consideram que a importância do registro está relacionada à proteção ao uso do nome do local na comercialização dos produtos, dois produtores responderam que a publicidade proporcionada pelo registro é fator mais importante.

2- Resultados obtidos

Quanto às expectativas quanto ao reconhecimento da IG, três responderam que o aumento da visibilidade dos produtos no mercado seria o resultado mais esperado, um respondeu que a expectativa seria de melhorar a qualidade dos produtos e dois responderam que é aumento da valorização do produto.

Entre os objetivos perceptíveis após o reconhecimento oficial da IG, quatro assinalaram que a melhoria na cooperação entre os produtores foi o resultado mais aparente, um respondeu que foi a melhoria da visibilidade no mercado e um respondeu que foi a valorização do produto.

Sobre a valorização dos produtos, três produtores assinalaram que houve alguma valorização ao longo do tempo, porém não atribuem ao registro da IG e sim às ações de melhoria na qualidade dos produtos, um respondeu que houve alguma valorização devido ao selo da IG e dois responderam que não houve valorização de seus produtos após o registro no INPI.

Com relação às dificuldades em alcançar os resultados esperados, três produtores assinalaram que a falta de uma política de valorização de produtos locais é o maior empecilho, um assinalou que a falta de conhecimento do consumidor sobre o assunto é a maior dificuldade em se alcançar os resultados esperados e dois disseram que a falta de divulgação das ações de melhoria da qualidade após o reconhecimento é um obstáculo a ser superado.

3- Desenvolvimento local

A contribuição da IG para o desenvolvimento local está mais relacionada aos ganhos obtidos com a melhoria da cooperação, é o que assinalaram quatro produtores. O aumento do turismo nas rotas dos alambiques ocasionado por um aumento da visibilidade atribuída ao reconhecimento do local como IG é a contribuição mais perceptível ao desenvolvimento local para dois produtores. Segundo as respostas obtidas no questionário estruturado, para quatro produtores, o segmento que mais se beneficiou com o reconhecimento da IG Paraty foi o de produção de aguardente de cana e derivados, um respondeu ser o produtor de cana-de-açúcar e um respondeu que foi o setor de turismo.

4- Marco Legal

No que se refere a percepção dos produtores quanto ao marco legal, todos os produtores admitiram não conhecer os mecanismos de proteção da propriedade industrial e que, no momento, não é a preocupação principal na gestão da IG, sendo que quatro produtores assinalaram que não houve mudança quanto a utilização indevida do nome do local, apenas um respondeu que houve alguma inibição ao uso do nome Paraty em bebidas e um não soube responder.

7.8.3 – Percepção das entidades de fomento e apoio técnico/científico

Duas Instituições de Fomento e apoio técnico tiveram papel de destaque nos esforços para o reconhecimento da IG Paraty, o Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento – regional do Rio de Janeiro - MAPA-RJ e o Instituto Nacional da Propriedade Industrial.

A participação do MAPA-RJ na estruturação da IG Paraty teve origem nas ações empreendidas pelo Ministério ainda no final da década de 1990 com o programa de melhoria da qualidade da cachaça no estado do Rio de Janeiro com o I Fórum sobre a Produção de Cachaça e Derivados da Cana de Açúcar do estado do Rio de Janeiro, realizado em Itaperuna em dezembro de 1998 (BARBOSA, 2011).

A partir de uma movimentação dos produtores remanescentes da produção de aguardente de cana em Paraty, pela melhoria da qualidade do produto desenvolvido no Município, na década de 1990, o MAPA, que até então restringia suas atividades apenas no âmbito da fiscalização, passou a desenvolver projetos de fomento e melhoria das condições de obtenção do destilado local. Em 2006, com a implantação dos projetos de identificação de potenciais indicações geográficas para produtos agroindustriais no Rio de Janeiro, os alambiques associados de Paraty já possuíam os requisitos iniciais para se tornar a primeira IG do estado. Desde então, o MAPA-RJ, vem realizando diversas ações de apoio ao resgate

das atividades de produção de aguardente no município de Paraty. A seguir, descrição da entrevista com o representante do MAPA-RJ conforme organizado no Quadro 5 do capítulo 4.

Participação do MAPA-RJ na estruturação da IG Paraty

Segundo o entrevistado, a participação do MAPA no processo de reconhecimento de Paraty começou em 2005 quando se intensificou a fiscalização aos alambiques visando aumentar a qualidade do produto. Com a criação da coordenação de apoio e fomento às indicações geográficas do MAPA, a associação então existente aderiu ao projeto de incentivo a criação da indicação geográfica Paraty. O MAPA apoiou a estruturação do setor no município e o levantamento dos requisitos para o registro no INPI.

“Após a obtenção do registro no INPI, o MAPA continua apoiando os produtores e acompanhando através da fiscalização e propondo estratégias para a melhoria do produto.” (EAF3, 2014)

Segundo o entrevistado, a motivação para o resgate do reconhecimento de Paraty como referência na produção de aguardente coincidia com as ações visando a melhoria da qualidade do produto lançada pelo Programa de Melhoria da Qualidade da Cachaça - PBDAC no estado do Rio de Janeiro.

“O MAPA acreditava que o incentivo ao reconhecimento de IG Paraty geraria melhorias na qualidade e na organização do setor produtivo.” (EAF3, 2014)

1- Resultados

Segundo o entrevistado, o principal resultado esperado com as ações de fomento ao reconhecimento da IG Paraty era a melhoria da qualidade do produto e a conformação as normas mínimas de produção estabelecidas pelo MAPA. Também havia a intenção de incentivar a retomada da produção de cana de açúcar que havia entrado em declínio no município.

“Os objetivos para melhoria da qualidade do produto foram bem sucedidos. O incentivo para a produção de cana ainda é pequeno, porém já começa a trazer resultados com a seleção de variedades mais adaptadas. Cerca de 50% da cana de açúcar utilizada na produção de aguardente é local (seja através de produção própria ou de fornecedores independentes).” (EAF3, 2014)

Para o MAPA-RJ, Paraty já reunia uma reputação histórica na fabricação de aguardente que justificaria a implantação de um projeto baseado no conceito de IG, porém com o declínio do setor produtivo no município ao longo dos anos, a atividade encontrava-se bastante abandonada. Como resultado do incentivo às melhorias de produção, a reputação de outrora serviu como inspiração para uma retomada da produção que vem se desenvolvendo a cada ano.

Com relação à valorização do produto no mercado após o reconhecimento da IG Paraty, o representante do MAPA-RJ acredita que o aumento da visibilidade proporcionado pelo reconhecimento oficial possibilitou uma valorização do produto local no comércio especializado, porém a contribuição do reconhecimento como IG é complementar aos ganhos obtidos com a melhoria da qualidade.

“A Cachaça produzida em Paraty vem se valorizando em função da melhoria da qualidade e da maior visibilidade. Algo em torno de 30%.” (EAF3, 2014)

Para o entrevistado, o conceito de IG serviu como modelo para a consolidação das melhorias já iniciadas no final dos anos 1990.

“Os benefícios da implantação do projeto da IG podem ser medidos pelo aumento na produção, melhora na qualidade e resgate da reputação local entre os consumidores mais atentos. O turismo também se beneficiou com o resgate da reputação do local em produzir boas cachaças. A produção, ainda pequena, é praticamente toda comercializada no local com um pequeno excedente sendo comercializado nos grandes centros como São Paulo, Rio e Belo Horizonte.” (EAF3, 2014)

Com relação às dificuldades encontradas, o representante do MAPA-RJ aponta a resistência à mudanças por parte de alguns produtores e a falta de recursos para investimentos. Com a melhoria das condições de acesso ao município e o aumento do fluxo turístico, o investimento no setor tornou-se viável a partir do final da década de 1990. Atualmente a falta de recursos para continuidade às ações do MAPA são um dos obstáculos a continuação dos projetos de acompanhamento.

2- Desenvolvimento local

Segundo o entrevistado, o setor da aguardente em Paraty vem evoluindo nos últimos anos, porém apresenta baixa produtividade, problemas de logística e alta informalidade no setor de matéria prima.

“(…) o reconhecimento como IG ainda é pouco conhecido, mas, indiretamente, a melhoria da coordenação dos produtores aliada a fama do local sedimentada através do reconhecimento oficial como IG, vem contribuindo para o desenvolvimento da localidade.” (EAF3, 2014)

O representante do MAPA-RJ aponta como um dos indicadores do desenvolvimento do setor a organização dos produtores induzida pela necessidade de melhoria na qualidade dos produtos, muito em parte devido ao aumento da fiscalização por parte do MAPA e a implantação do programa de melhoria da qualidade da aguardente de cana.

“A Associação dos Produtores de Pinga e Amigos de Paraty - APPAP já existia como forma de organizar o setor antes mesmo das ações do MAPA e o projeto de reconhecimento da IG. O apoio do MAPA no reconhecimento da indicação geográfica veio acelerar e consolidar um movimento iniciado no final da década de 90. O resgate do valor histórico, a implementação de regulamento e controle do produto foram consolidados na ocasião do pedido de registro, Portanto, a IG foi um

modelo utilizado para a consolidação da organização dos produtores de cachaça de Paraty.” (EAF3, 2014)

Com relação à contribuição da produção de destilados no mercado de trabalho local, o entrevistado acredita que o setor está se estruturando e a falta de incentivos é um limitante a expansão da produção, embora alguns produtores ressaltem o pouco interesse em aumentar a produção com receio da perda da qualidade e da tradição artesanal.

“O setor contrata pouca mão de obra pois a produção é pequena e destinada ao consumo local dos visitantes da cidade. Os alambiques novos contratam mais pessoas, porém a produção ainda é limitada.” (EAF3, 2014)

No que se refere à contribuição do reconhecimento da IG Paraty ao turismo, a percepção do entrevistado é de que os alambiques vem se estruturando para a consolidação do circuito da cachaça que a cada ano atrai mais visitantes, além do patrocínio ao Festival da Cachaça por parte dos alambiques e do comércio local.

“Indiretamente o setor da cachaça contribui para o turismo local, o que fica evidenciado na ocasião da Festival da Cachaça de Paraty.” (EAF3, 2014)

Segundo o entrevistado, a interação com os hotéis e restaurantes ainda é primária. Alguns hotéis oferecem visitas aos alambiques, porém somente alguns restaurantes servem preferencialmente o destilado local.

Com relação ao apoio da municipalidade, a percepção do entrevistado é de que o arranjo setorial ainda é muito fraco no que se refere às relações entre o comércio local, a municipalidade e o setor de turismo.

“Poderia haver uma melhor interação entre o setor produtivo, o setor de matéria prima e as atividades turísticas complementares a exemplo do Vale dos Vinhedos.” (EAF3, 2014)

3- Marco legal

A percepção do representante do MAPA-RJ, com relação ao atual marco legal, é que o mesmo possibilita proteção do nome geográfico, porém é insuficiente quanto aos outros requisitos que se espera de uma IG:

“Em termos de proteção e repressão ao uso indevido do nome do local, a legislação cumpre sua função, porém com relação a melhor inserção no mercado e como garantia de qualidade, a legislação de propriedade industrial é insuficiente, pois não se preocupa com certos requisitos que na Europa fazem parte da proteção e garantia dos produtos identificados por IG.” (EAF3, 2014)

Percepção do INPI quanto ao reconhecimento da IG Paraty

O INPI, no início dos trabalhos relacionados ao registro de indicações geográficas, a partir de 1997, se restringia basicamente em receber as solicitações de registros e proceder administrativamente as solicitações de registro, sem que houvesse um envolvimento direto

com as ações de disseminação e fomento do conceito de IG no Brasil. A partir de 2005, o INPI passou a incorporar em sua meta institucional a disseminação da cultura da propriedade industrial no Brasil, incentivando e fomentando entre outros o registro de IG(s) brasileiras. Nesta ocasião, a pedido dos APACAP e do MAPA-RJ, o INPI passou a apoiar a estruturação da entidade representativa dos produtores de aguardente de Paraty de forma a possibilitar o registro da primeira indicação geográfica para destilados nos moldes da LPI/96. Desta forma, a estruturação da IG de Paraty serviu como aprendizado para as outras ações de disseminação do registro de IG brasileiras por parte da Autarquia.

Foi realizada entrevista com o representante do INPI, responsável pelo acompanhamento e disseminação do conceito de IG na ocasião da estruturação do pedido de reconhecimento da IG Paraty para aguardente de cana tipo cachaça, no intuito de verificar a percepção da Autarquia quanto à contribuição do reconhecimento da IG para o desenvolvimento local. Abaixo, descrição da entrevista realizada com o representante do INPI conforme Quadro 5 no Capítulo 4:

1- Participação do INPI na estruturação do pedido de registro da IG Paraty

A participação do INPI ocorreu na forma de orientação quanto aos procedimentos e as documentação necessária a formalização do pedido de registro. Segundo o representante do INPI entrevistado, uma vez dirimida as dúvidas quanto aos documentos de convicção, o exame e deferimento do pedido ocorreu sem maiores problemas.

“Após a concessão do registro, o INPI procura manter um acompanhamento esporádico e participar de eventos no local quando solicitado.” (EAF4, 2014)

Segundo, a percepção do especialista do INPI:

“(…) as motivações que levaram os produtores locais a buscar o reconhecimento oficial da IG estão relacionadas à busca por diferenciação no mercado, valorização dos produtos e manutenção da competitividade frente aos produtos de outras regiões, assim como inibir a pirataria.” (EAF4, 2014)

2- Resultados esperados

O INPI, como o órgão responsável pelo recebimento exame e concessão dos registros de IG, procura disseminar os conceitos relacionados aos ativos intelectuais como as indicações geográficas como forma de repressão às falsas indicações geográficas.

“No que tange a IG Paraty, os objetivos de disseminação e incentivo ao registro de IG no Brasil foram alcançados na medida em que ficaram definidas a organização dos produtores do local, a apresentação de uma delimitação geográfica ratificada pelo ministério afim ao produto, tendo como resultado prático a identificação dos produtos da IG no mercado conforme as condições estabelecidas para o registro das IG(s)”. (EAF04, 2014)

No que se refere aos resultados esperados pelos produtores quanto ao reconhecimento oficial da IG, o representante do INPI avalia que a expectativa pela ampliação do mercado e a melhora da qualidade dos produtos estavam entre os principais resultados esperados pelos produtores de aguardente de Paraty.

Passados cerca de sete anos do reconhecimento, o especialista do INPI aponta para uma melhora da competitividade, qualidade e visibilidade como os resultados obtidos até o momento. Com relação as dificuldade, foi apontado o baixo volume de produção capaz de atender apenas o mercado local, o que dificulta a expansão do mercado externo ao município.

3- Desenvolvimento local

A consolidação da organização entre os produtores é fator de desenvolvimento local mais visível no caso de Paraty. Segundo o representante do INPI:

“(...) apesar do setor de aguardente ser ainda muito pequeno, os avanços alcançados nos anos após o reconhecimento da IG apontam para um crescimento futuro com a melhora das condições de trabalho nos alambiques, maior formalização do setor, fortalecimento dos elos da cadeia produtiva e resgate das boas práticas de produção podem ser associadas ao reconhecimento oficial da IG.” (EAF4, 2014)

4- Marco legal

O representante do INPI considera o marco legal voltado a proteção do nome geográfico adequado a sua finalidade legal que é a repressão as falsas indicações geográficas. Contudo, a falta de um maior detalhamento sobre o alcance dos direitos relacionados ao registro das indicações geográficas é apontada como uma das dificuldades apresentadas pelo marco legal.

“Uma melhor definição sobre os prazos, inclusive de vigência do registro de IG, com previsão de revisões periódicas com relação as condições de registro seria uma das melhorias nas normas de registro”. (EAF4, 2014)

7.9 – ANÁLISE DOS DADOS E DISCUSSÃO

O município de Paraty tem um grande legado histórico com relação à produção de aguardente de cana. O resgate desta tradição proporciona uma grande vantagem aos produtores locais.

A produção de aguardente em Paraty é baseada no processo tradicional em alambiques sendo a produção obtida em pequena escala quando comparada à produção industrial por coluna. A maior parte da produção de aguardente de cana de Paraty é comercializada localmente sendo uma pequena parcela comercializada para fora do município, principalmente em lojas especializadas e restaurantes em São Paulo e Rio de Janeiro.

O setor de produção de aguardente e destilados empregou formalmente em 2013 apenas 17 pessoas no município fluminense. Houve geração de empregos indiretos na comercialização dos produtos em lojas especializadas no centro de Paraty, porém o impacto na absorção de mão de obra local é reduzido.

Elos da cadeia produtiva se apresentam ainda em desenvolvimento. A produção de matéria prima local e pequena e de alto custo, levando os produtores de aguardente a produzirem parte da matéria prima complementando com a compra de cana-de-açúcar de outros municípios. Há indícios de uma articulação para a comercialização do produto nas redes de restaurantes e pousadas, porém o que se observou na prática foi a ainda pouca articulação entre o setor produtivo e a comercialização na rede hoteleira.

A Tabela 43 apresenta a consolidação do estudo de percepção entre os principais atores envolvidos na IG Paraty:

Tabela 43: Percepção dos atores relevantes da IG Paraty quanto ao reconhecimento oficial

| Indicador | Percepção |
|---|---|
| Visibilidade | Melhorou |
| Valorização dos produtos | Melhorou (Pequena valorização) |
| Coordenação do setor produtivo | Melhorou (entre os participantes da IG) |
| Atividades complementares | Melhorou (atividades relacionadas ao turismo) |
| Efetividade do marco legal: | |
| Quanto a proteção ao nome geográfico | Pouco eficiente |
| Como ferramenta de desenvolvimento local | Pouco eficiente |

A seguir, os comentários sobre os resultados da pesquisa quanto a percepção das mudanças ocorridas no local após o reconhecimento da IG Paraty:

Aumento da visibilidade dos produtos e do local:

Os benefícios do reconhecimento de Paraty como IG para aguardente de cana tipo cachaça se concentraram no aumento da visibilidade do produto em função de uma mídia espontânea decorrente das ações de divulgação das IG(s) brasileiras na grande mídia. Porém, o crescimento do setor se mostrou lento muito em função das limitações ao atendimento das demandas do mercado externo ao município.

Valorização dos produtos

A percepção do setor produtivo quanto a valorização do produto está mais relacionada com as ações de melhoria da qualidade e aumento do fluxo turístico do que necessariamente pela identificação do consumidor do produto ao sinal distintivo da IG. Segundo informação do presidente da APACAP, o selo que identifica o produto de IG não consegue comunicar ao consumidor as boas práticas e os regulamentos definidos para a IG, muito em função da falta de conhecimento por parte dos consumidores do conceito de produtos identificados por IG. Segundo o presidente da APACAP, selos, como por exemplo, do INMETRO, relacionado à normatização e conformação do produto, apresentam mais apelo junto ao consumidor que a identificação criada para distinguir o produto de IG.

Contribuição do reconhecimento da IG Paraty para a melhoria da coordenação do setor produtivo

O resultado da pesquisa de campo, complementado pelos dados secundários, aponta para uma contribuição complementar do reconhecimento da IG Paraty para produtos de aguardente de cana tipo cachaça na organização do setor produtivo. Foi possível observar uma dificuldade de coordenação entre os produtores de aguardente e os produtores de matéria prima locais. Não há atratividade por partes dos produtores de aguardente em desenvolver parcerias com os produtores de cana locais muito em função dos altos custos da produção no município quando comparada à produção própria e a de fornecedores externos. A questão do custo ainda é um fator preponderante na escolha dos fornecedores de cana-de-açúcar. A opção pela compra de parte da matéria prima em municípios distantes, porém mais produtivos, diminui o vínculo do produto com o meio geográfico local além de enfraquecer o elo entre o setor de beneficiamento e a produção de matéria prima local (apesar de tal fator não ser preponderante no caso de uma indicação de procedência, como é o caso da IG Paraty).

Desenvolvimento local e atividades complementares

A contribuição do setor de aguardente de cana para a economia municipal é ainda pequena. Contudo, segundo os indicadores de produção, é crescente, apontando para uma melhora em função do aumento observado nos últimos anos do fluxo turístico, tendo em vista que a comercialização de aguardente é praticamente toda local e direcionada, sobretudo, aos visitantes.

No que diz respeito a produção de matéria prima local para a produção de aguardente, observou-se o mesmo comportamento de culturas agrícolas de base familiar, ou seja, alta informalidade, baixos salários com baixa escolaridade.

Segundo os produtores de aguardente de cana entrevistados, 1/3 da matéria prima é cultivada nas propriedades dos alambiques, 1/3 é obtida pela compra de produtores locais e o restante de compras externas ao município, principalmente da Caçapava no interior de São Paulo, o que diminui o impacto da atividade econômica no município. Um programa de incentivo ao cultivo de cana-de-açúcar no local poderia possibilitar o desenvolvimento desta cultura, incentivando a formalização, aumentando a oferta de empregos e a fixação de recursos no município. Também proporcionaria maior vínculo do produto com o meio local.

A pesquisa mostrou que o município de Paraty tem no turismo sua principal atividade econômica, confirmando sua vocação de cidade histórica. O setor de alimentação e alojamentos é o que mais emprega no município considerando as atividades de hotelaria e restaurantes.

O setor de produção de aguardente se beneficia do fluxo turístico. O festival da cachaça vem atraindo um público cada vez maior evidenciado nos indicadores de ocupação hoteleira. O turismo potencializa os benefícios do reconhecimento de Paraty como IG para aguardente de cana favorecendo o surgimento de atividades complementares ao setor de produção de aguardente como é o caso das rotas dos alambiques. Conforme observação participativa e informações obtidas por meio de entrevistas informais, os alambiques vêm se beneficiando do aumento do fluxo turístico, melhorando as instalações para receber os visitantes e criando novas rendas como o artesanato, o que vem a favorecer o desenvolvimento local.

Marco legal

A pesquisa apontou uma baixa proteção ao uso exclusivo do nome geográfico Paraty pelo registro da IG no INPI, muito em função da existência de marcas anteriormente

registradas identificando produtos na mesma classe de Nice (classe 33). Verificou-se também o pouco conhecimento do uso do registro da IG, por parte da entidade representativa de produtores, como ferramenta de exclusão de terceiros ao uso do sinal distintivo.

Não foi observado, por parte da APACAP, manifestações de oposição à pedidos de registros de marcas contendo o termo “Paraty” para bebidas alcoólicas, principalmente no que se refere ao produto aguardente de cana (cachaça), evidenciando que o propósito do registro da IG Paraty no INPI não era necessariamente a proteção ao uso exclusivo do nome geográfico aos produtores locais.

No que se refere ao desenvolvimento local, a percepção dos entrevistados aponta para uma deficiência no atual arranjo institucional que, segundo os atores relevantes identificados, carece de melhores definições quanto aos aspectos relacionados a fiscalização e qualidade dos produtos identificados pela IG assim como de formas de incentivos à produção local.

Para a maioria dos entrevistados, apenas a proteção ao sinal distintivo, como propriedade industrial, torna o reconhecimento oficial insuficiente como ferramenta indutora de desenvolvimento local.

CONCLUSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este Capítulo, referente a conclusão do trabalho, está dividido em três seções: a primeira destina-se a análise comparativa entre os três casos estudados, a segunda apresenta as conclusões baseadas no conjunto de informações obtidas na pesquisa bibliográfica e nos dados primários e secundários, todos alinhados aos objetivos e hipóteses levantadas ao longo da pesquisa. A terceira seção apresenta as considerações finais com as contribuições, limitações e sugestões para trabalhos futuros.

I - Análise comparativa dos casos

Ao longo da pesquisa foi possível observar similaridades e singularidades nos casos pesquisados. Trata-se de três casos distintos de indicações geográficas para determinados produtos: vinhos no caso do Vale dos Vinhedos, aguardente de cana no caso de Paraty e café verde em grãos e industrializado no caso da Região do Cerrado Mineiro.

Analisando os três casos foi possível identificar algumas semelhanças entre as IG(s) Vale dos Vinhedos e Paraty. As duas referem-se à produção de bebidas alcoólicas como produto principal, utilizando-se de matéria prima de origem agrícola para obtenção do produto final através de processo fermentativo.

O caso da IG Região do Cerrado Mineiro refere-se a um produto agrícola ,praticamente todo comercializado na forma de *commodities*, sendo o beneficiamento industrial (torrefação e moagem) secundário, pois a maior parte da produção de café verde em grãos, cerca de 90%, é exportada e beneficiada fora da região delimitada.

Avaliando os resultados da pesquisa de percepção entre os principais atores identificados para cada caso, verificou-se que os benefícios alcançados pelo reconhecimento das IG(s) concentraram-se no aumento da visibilidade, na consolidação de ações de coordenação entre os produtores organizados e na melhoria da percepção de qualidade dos produtos. O registro concedido pelo INPI foi utilizado nos casos avaliados mais como uma forma de sinalização da melhoria da qualidade dos produtos locais no mercado do que necessariamente como uma estratégia de proteção ao nome geográfico como sinal distintivo, apesar de tal sinalização ser ainda pouco perceptível pela maior parte dos consumidores.

De uma forma geral, mesmo aqueles produtos locais não identificados com o sinal distintivo da IG, também foram beneficiados com o aumento da visibilidade decorrente do reconhecimento oficial, constituindo-se nestes casos, em uma fonte de *marketing* adicional para os produtores locais.

O Vale dos Vinhedos, com a produção de vinhos finos e a Região do Cerrado Mineiro na produção de café estão localizados em regiões bastante consolidadas em seus ramos de atividades. O reconhecimento como indicações geográficas em seus respectivos ramos de atividades consolidam as ações de valorização e diferenciação de seus produtos locais iniciadas no final da década de 1980 e início da década de 1990.

No caso de Paraty, verifica-se que as ações de organização e valorização dos produtos tiveram como objetivo o resgate da tradição da produção de aguardente de cana, muito abalada pelo declínio das atividades econômicas na localidade ao longo da segunda metade do século XX, e o atendimento ao recrudescimento das ações do MAPA que intensificou a fiscalização ao produto, e induziu uma melhora na qualidade da aguardente de cana produzida no local.

Considerando as hipóteses desenvolvidas na pesquisa e os resultados obtidos no estudo de casos, foi possível concluir que o reconhecimento de indicações geográficas apresenta aderência aos conceitos de desenvolvimento local na medida em que não apenas os resultados econômicos importaram nas estratégias desenvolvidas pelos atores atuantes nas IG(s) pesquisadas mas também outras dimensões relacionadas ao conceito de desenvolvimento local estiveram presentes conforme discriminadas abaixo:

a) A formação de redes coordenadas entre os atores do meio produtivo e as formas de apropriação do bem imaterial coletivo agregado aos produtos locais podem proporcionar benefícios sociais na forma de preservação da tradição, geração de melhores empregos com melhores remunerações assim como o desenvolvimento de atividades paralelas e complementares foram resultados potenciais das ações envolvendo o apoio e o fomento às IG(s).

Com base nos dados secundários, foi possível observar que as localidades envolvidas experimentaram crescimento econômico no período pesquisado, porém a contribuição do reconhecimento da IG para o desenvolvimento local foi acessório na medida em que fatores concorrentes como o dinamismo econômico das localidades, fatores de aglomeração, incentivos a exportação e aumento das atividades turísticas de forma geral nos últimos anos foram fatores de grande relevância para o desenvolvimento das localidades envolvidas.

A percepção dos principais atores identificados apontou para uma melhoria das atividades relacionadas ao turismo em localidades envolvidas com as IG(s) Vale dos Vinhedos e Paraty onde o reconhecimento como IG para determinados produtos contribuiu,

mesmo que de forma indireta, para o aumento da visibilidade destas localidades por intermédio de uma mídia espontânea contribuindo para o crescimento de atividades turísticas como o enoturismo e a rota dos alambiques respectivamente.

b) A pesquisa de percepção apontou para uma insuficiência do atual marco legal no que se refere à utilização deste ativo de propriedade intelectual como dinamizadora do desenvolvimento local a exemplo do observado na CE. Considerando a percepção das entidades representativas de produtores e entidades de apoio e fomento, o reconhecimento da IG, proporcionado pelo registro no INPI, não demonstrou ser suficiente para induzir o desenvolvimento local, apesar da maioria admitir a sua importância no aumento da visibilidade tanto do local quanto dos produtos identificados pela IG, assim como fator de consolidação de ações de coordenação entre produtores. A ausência de uma política pública baseada na valorização de produtos identificados por indicação geográfica foi mencionada pela maioria como um dos obstáculos à utilização desta ferramenta como indutora de desenvolvimento local.

c) Ao se comparar os três casos, chamou atenção à existência de falhas de coordenação onde a ordem espontânea não foi capaz de ordenar as interações econômicas entre os setores primários e secundários relacionados ao setor produtivo dos produtos distinguidos pela IG. No caso do Vale dos Vinhedos, as dificuldades de coordenação entre os produtores de uvas independentes e as vinícolas acarretam um aumento da verticalização nas empresas, com aumento do custo de produção por parte das vinícolas, e que pode vir a limitar a expansão da produção de vinhos finos e vinhos distinguidos pela IG no local.

Fenômeno parecido pôde ser observado na IG de Paraty onde não há incentivos à produção de cana-de açúcar para a produção de aguardente, seja devido a pequena escala de produção dos alambiques, seja pela concorrência da matéria prima a preços menores produzidos em outros municípios.

Foi possível observar, no caso das IG(s) Vale dos Vinhedos e Paraty, que os produtos identificados pelo sinal distintivo da IG se restringiu a apenas uma parcela da produção (com mais intensidade no caso do Vale dos Vinhedos, onde os regulamentos da DO diminuiram ainda mais a produção de vinhos distinguidos pelo sinal da IG).

No caso da IG Região do Cerrado Mineiro verificou-se uma inversão na falha de coordenação entre o setor primário e secundário pois, neste caso, a falha parece estar concentrada entre os produtores de café verde em grãos (matéria prima) e o setor de

beneficiamento (torrefação e moagem). A ausência do setor de torrefação na organização da IG pode estar relacionada à falta de incentivos à implantação de indústrias de beneficiamento de café na região, visto que, segundo os dados secundários obtidos na pesquisa, a maior parte da produção da matéria prima tem como destino a exportação da matéria prima para beneficiamento no exterior onde a referência da origem se dilui para o consumidor final.

d) Apesar dos três casos estudados representaram os casos mais consolidados de IG(s) para o caso brasileiro, ficou bastante caracterizado a fragilidade dos elos das cadeias produtivas envolvidas assim como a ainda fraca relação entre o setor produtivo, o mercado e o consumidor final, muito em função da pouca experiência acumulada. O sucesso das iniciativas envolvendo o reconhecimento de IG(s) no Brasil depende muito do grau de maturidade dos setores envolvidos. Enquanto que no Vale dos Vinhedos, foi possível observar relações mais estreitas entre os atores institucionais, iniciativa privada e o poder público, o mesmo não foi identificado com a mesma intensidade para os outros casos estudados. Mudanças estruturais significativas relacionadas ao reconhecimento da IG que tenham resultado em um aumento da produtividade, valorização dos produtos ou melhor acesso a aos mercados, com reflexos na melhoria das ofertas de emprego e salários, não foram possíveis de serem detectadas utilizando apenas os indicadores selecionados. A falta de indicadores mais específicos relacionados ao conceito de IG também dificultaram a análise.

e) Comparativamente com o modelo de IG da CE – cuja legislação está vinculada a uma política de desenvolvimento rural e não apenas a questão da propriedade industrial - a legislação sobre o assunto no Brasil se concentra na repressão às falsas indicações geográficas (art. 2º da LPI/96), sendo o registro no INPI uma forma de instrumentalizar a ação de repressão ao uso indevido do nome geográfico reconhecido como IG. A ausência de uma política que utilize o reconhecimento de IG(s) como ferramenta de desenvolvimento, a exemplo do observado na CE, limita a utilização dos fatores de diferenciação dos produtos identificados por esse sinal distintivo e que poderiam proporcionar vantagens comparativas no mercado, incentivando a produção local, assim como atividades complementares e outros elos da cadeia produtiva.

II- Conclusões

Com base nos estudos realizados, e nas hipóteses levantadas, é possível concluir que o sistema de indicações geográficas no Brasil se apresenta ainda imaturo e incompleto:

Imaturo, por serem as experiências com IG(s) reconhecidas no Brasil ainda recentes. Conforme visto no Capítulo 3, o primeiro registro de IG no Brasil tem 11 anos (considerando a abrangência do estudo que vai até 2013), o que, comparativamente com a experiência europeia, trata-se de um reconhecimento muito recente (ex.: Champagne, registro de 1927; Roquefort, 1925; Porto, 1756). Cerca de 80% das IG(s) reconhecidas pelo INPI possuem menos de 3 anos de registro considerando a abrangência do presente estudo.

O pouco conhecimento sobre propriedade intelectual coletiva no Brasil por parte dos produtores e consumidores é outro indicativo da imaturidade do tema no país. A falta de uma cultura associativa foi outro fator apontado como obstáculo à consolidação do conceito de IG, principalmente em pequenos agrupamentos produtivos locais como na agricultura familiar e em produtores de produtos/serviços tradicionais vinculados ao território. Tais grupamentos poderiam se beneficiar do reconhecimento de IG(s) quando vinculados a projetos de desenvolvimento baseados na geração de renda, sustentabilidade de recursos naturais e proteção aos conhecimentos tradicionais associados.

Incompleto, pois se verificou que, apesar dos avanços conquistados em anos recentes, as instituições envolvidas no apoio e fomento das IG(s) no Brasil ainda não se estruturaram de forma a consolidar uma rede de apoio, sendo observadas algumas iniciativas por vezes duplicadas, não favorecendo uma distribuição dos esforços para o acompanhamento das experiências recentes de IG(s) no Brasil.

O papel de instituições como o MAPA, EMBRAPA e SEBRAE, apesar de importantes em suas áreas de atuação, se restringem a iniciativas localizadas, não sendo observada uma política coordenada em torno deste ativo da propriedade intelectual como ferramenta de desenvolvimento, apesar de ter havido importantes esforços nos últimos anos por parte destas instituições em conjunto com o INPI na disseminação do conceito de IG no público alvo, através de publicações seminários e reuniões para discutir estratégias conjuntas de atuação no tema.

É possível inferir que não houve um avanço significativo com relação ao ambiente institucional. O atual marco regulatório referente às IG(s) se restringe basicamente à proteção ao nome geográfico (sinal distintivo), não tendo sido verificado na pesquisa referências à outras normas relacionadas ao controle, fiscalização e incentivos fiscais aos produtos identificados por indicações geográficas nos diferentes setores como vinícola, agropecuário, artesanato entre outros.

Não foi possível identificar ao longo da pesquisa a existência de um arranjo institucional, relacionado ao reconhecimento de IG(s), que permitisse a inclusão de elos da cadeia produtiva, como os setores primários e, no caso específico do café, do setor de beneficiamento, nas estratégias de diferenciação pela origem dos produtos.

Os resultados da pesquisa de percepção, considerando as hipóteses levantadas e os objetivos específicos da tese, apontaram para potenciais benefícios do reconhecimento de IG(s) para produtos nos três casos estudados, como também problemas identificados no atual estágio de desenvolvimento do tema no Brasil quando direcionado ao desenvolvimento local:

i) O reconhecimento de uma IG favorece uma melhora na comercialização dos produtos na medida em que o consumidor passa a relacionar a origem do produto a requisitos de qualidade e especificidade do local. No caso dos Vale dos Vinhedos, a percepção dos atores relevantes foi de que o reconhecimento como IG proporcionou melhor *status* à produção local (mesmo aquela não identificada pelo símbolo da IG). O reconhecimento contribuiu para uma melhor aceitação do produto no mercado no mesmo patamar dos vinhos finos importados. No caso da IG Região do Cerrado Mineiro, a identificação da região como origem para um bom café, sedimentada no reconhecimento oficial, possibilitou em uma melhor aceitação da matéria prima no mercado externo e um marketing adicional para o setor de exportação. No caso da IG Paraty, os efeitos do reconhecimento, no que se refere à produção e comercialização da aguardente de cana, não foram tão perceptíveis em termos de valorização do produto pois praticamente toda a produção é comercializada localmente. Fora do município, o produto produzido em Paraty é bastante conceituado, principalmente em nichos especializados para este mercado, no entanto, o atendimento à demanda externa ainda é pequena.

ii) Segundo o que se pode inferir da pesquisa, o reconhecimento oficial como IG, a partir do registro no INPI para os três casos, possibilitou uma mídia espontânea que favoreceu o aumento da visibilidade para os produtos locais. O Vale dos Vinhedos, por ter sido pioneiro como indicação geográfica no Brasil, serviu de modelo para outras iniciativas de reconhecimento de IG no país. No caso da Região do Cerrado Mineiro, o aumento da visibilidade se concentrou no âmbito setorial e no mercado exportador. A IG Região do Cerrado Mineiro se transformou em modelo para as outras iniciativas de reconhecimento de regiões produtoras de café no Brasil como por exemplo: Serra da Mantiqueira de Minas Gerais, Norte Pioneiro do Paraná e Alta Mogiana em São Paulo.

Nos casos do Vale dos Vinhedos e Paraty foi possível perceber que o aumento da visibilidade, proporcionado pelo reconhecimento oficial como IG, contribuiu, de forma complementar, às atividades turísticas como a rota dos vinho e dos alambiques respectivamente.

iii) A melhoria na coordenação do setor produtivo é outro benefício atribuído pela literatura ao reconhecimento de IG. Nos casos estudados, sem dúvida o estabelecimento de uma delimitação, a definição dos atores, aliada a formalização normas e convenções, contribuíram para o aumento inter-relação entre os atores dos setor produtivos envolvidos. Nos casos pesquisados, verificou-se que a melhoria na coordenação se concentrou basicamente nas atividades principais da IG. Em todos os três casos, o reconhecimento da IG foi precedido de ações de organização do setor produtivo induzidas por necessidades impostas pelo mercado, seja pelo aumento da concorrência (caso do Vale dos Vinhedos), seja pela necessidade em atender as exigências de qualidade impostas pelo mercado internacional (caso do Cerrado Mineiro) ou pela necessidade de conformação à legislação imposta pelos programas de melhoria da qualidade e aumento da fiscalização (caso de Paraty). No caso do Vale dos Vinhedos, o modelo de organização baseado no reconhecimento da IG para vinhos finos, proposto pela EMBRAPA Uva e Vinho, consolidou o movimento de valorização do produto da região, seguindo o padrão reconhecido internacionalmente para este segmento de mercado. Na Região do Cerrado Mineiro, por ser uma área abrangendo vários municípios, as ações de coordenação setorial estão concentradas nas associações e cooperativas integradas à Federação dos Produtores de Café do Cerrado (antiga CACCER). O reconhecimento como IG consolidou a liderança da Federação do Cerrado Mineiro na região, promovendo ações de valorização e marketing ao produto local. No caso de Paraty, por ser uma IG com um menor número de produtores, a contribuição do reconhecimento como IG para a melhoria da coordenação entre os produtores foi mais visível em função da proximidade, havendo uma participação mais ativa dos produtores de aguardentes envolvidos nas ações de divulgação, melhorias de qualidade, controle técnico e participação em eventos. Porém, a melhoria na coordenação observada entre os produtores associados, não foi observada em outros elos da cadeia produtiva.

iv) No que se refere à proteção ao nome geográfico, verificou-se que o registro da IG no INPI se mostrou efetivo apenas no caso do Vale dos Vinhedos onde não havia registro anteriores de marcas relacionadas ao nome geográfico do local e onde a entidade representativa dos produtores (APROVALE) demonstrou estar atenta às solicitações de marcas, por parte de terceiros, relacionadas ao nome geográfico objeto do registro da IG. No caso da IG Região do

Cerrado Mineiro, o termo “Cerrado” (termo distintivo da IG) relacionado ao produto café, já constava como elemento de marcas registradas anteriormente à concessão do registro de IG. Também foram verificados registros de marcas posteriores ao reconhecimento da IG, o que indica uma diluição do termo como referencial de origem de produtos. Também não foram verificadas ações de oposição ao uso do nome geográfico “Cerrado” por parte da Federação dos Cafeicultores do Cerrado Mineiro. O mesmo foi observado no caso da IG Paraty onde o nome geográfico já era utilizado como elemento de marcas anteriormente concedidas antes do registro da IG. Assim como no caso da IG Região do Cerrado Mineiro pouca ou nenhuma ação relacionada a repressão ao uso indevido do nome geográfico por parte de terceiros, foi observado por parte da entidade representativa dos produtores (APACAP) o que evidencia que a busca pelo registro da IG, nestes dois casos, não tinha como motivação principal a proteção ao nome geográfico.

v) Quanto à contribuição do reconhecimento da IG ao desenvolvimento local, a pesquisa de percepção apontou para uma contribuição do reconhecimento da IG na melhoria da visibilidade do local no caso do Vale dos Vinhedos (o exemplo mais consistente, pois não havia grande reconhecimento do nome geográfico antes do registro da IG) o que favoreceu ao aumento das atividades voltadas ao enoturismo e conseqüentemente a um aumento de atividades como alojamentos e alimentação. Os benefícios do aumento da visibilidade observados no setor de vinhos parece ainda não ter alcançado os produtores de uvas independentes, seja devido a resistência à mudança de paradigma, seja devido a falta de um contrato social que inclua este elo da cadeia de produção na estratégia da IG. Por estar dentro de uma região de grande dinamismo econômico, os efeitos perceptíveis do reconhecimento oficial como IG para vinhos finos, no que se refere ao desenvolvimento local, é de difícil mensuração. Contudo, sem dúvida, trata-se da experiência mais conhecida e exitosa no que se refere a uma indicação geográfica para o caso brasileiro, o que pode ser comprovado pelo grande número de citações e trabalhos acadêmicos encontrados na literatura.

Nos outros dois casos pesquisados, a contribuição do reconhecimento da IG no desenvolvimento local parece ser ainda de difícil correlação. Em Paraty, a contribuição da IG ao desenvolvimento local se concentra na melhoria da coordenação entre os produtores de aguardente, porém apesar dos avanços conquistados nos últimos anos, o impacto da atividade na economia local é ainda pequeno. A partir do projeto de reconhecimento da IG Paraty, apoiado pelo MAPA, normas e regulamentos foram instituídos possibilitando uma melhoria na qualidade dos produtos. A contribuição do setor no mercado de trabalho é ainda pequena.

No que se refere à atividade turística, a contribuição do setor de aguardente se concentra na organização do festival da cachaça e na estruturação das rotas dos alambiques. Os elos da cadeia de produção e comercialização do produto se mostram ainda em fase de desenvolvimento, principalmente com relação a produção de matéria prima e as parcerias entre restaurantes e pousadas.

No caso da Região do Cerrado Mineiro, por ser um território de grande dimensão, a contribuição do reconhecimento como IG ao desenvolvimento local parece estar restrita à atividade de exportação de café verde em grãos. O aumento da mecanização contribuiu para a diminuição do número de postos de trabalho no cultivo e colheita do café. Contudo, observa-se um aumento no número de empregos em áreas com melhor qualificação e faixa salarial. O setor de beneficiamento de café vem apresentando melhoria no número de empregos gerados o que pode indicar um aumento da atividade de beneficiamento da matéria prima, porém observou-se a ausência do setor de beneficiamento nas ações da IG, que se concentra na produção de grãos para exportação. O consumidor final ainda não se beneficia pela oferta do produto de melhor qualidade, com origem reconhecida, o que enfraquece o vínculo do consumidor final com o produto produzido na região.

No que se refere à coordenação do setor produtivo, o aumento da cooperação é perceptível no nível da atividade principal da IG. Outros elos da cadeia produtiva não se mostraram diretamente impactadas pelo reconhecimento das IG(s) no que se refere à interação com a atividade principal como, por exemplo, os produtores de matérias primas nos casos do Vale dos Vinhedos e Paraty e o setor de beneficiamento do café na Região do Cerrado Mineiro.

Fatores como baixo poder aquisitivo, falta de uma cultura de valorização de produtos locais por parte dos consumidores e a inexistência de políticas direcionada aos setores relacionados às IG(s) contribuem negativamente para reconhecimento do sinal distintivo como referência de qualidade e tipicidade dos produtos identificados pela IG.

vi) A legislação nacional relacionada às indicações geográficas se restringe basicamente a Lei da Propriedade Industrial que apresenta como objetivo principal a repressão às falsas indicações geográficas, conforme estabelecido no item IV do art. 2º da LPI/96.

O registro do reconhecimento da IG no INPI visa, sobretudo, à proteção ao nome geográfico como forma de repressão as falsas indicações geográficas. O que poderia ser utilizado como uma legislação importante dentro de uma política de valorização de produtos locais, o registro de IG no INPI se constitui atualmente no o único instrumento de proteção e disseminação do

tema no Brasil. Ainda não foram incorporadas á legislação nacional, questões relacionadas ao controle de qualidade, rotulagem e fiscalização dos produtos identificados por IG.

Analisando os três casos pesquisados, verifica-se que a contribuição do reconhecimento como IG ao desenvolvimento local se concentram na indução da organização dos produtores do produto distinguidos pelo sinal distintivo, o estabelecimento de uma delimitação geográfica e a formalização de regulamentos para a utilização do sinal distintivo (que invariavelmente se confunde com requisitos de produção e qualidade), porém tais condições ficam restritas a um pequeno grupo de produtores não sendo observado políticas de incentivos a novos entrantes.

Em se tratando de proteção ao nome geográfico, a legislação atual se mostrou deficiente na medida em que não disciplina a coexistência entre marcas registradas anteriormente e indicações geográficas reconhecidas, muito em função da tradição marcaria pré-existente à introdução do tema no Brasil. Marcas contendo nomes geográficos registradas antes do reconhecimento de dado local como IG permanecem convivendo com o registro de IG, o que pode acarretar confusão ao consumidor além de diluição do sinal distintivo.

Outra dificuldade observada na legislação atual, no que se refere ao uso da IG como ferramenta de desenvolvimento, é o tratamento paralelo entre as duas espécies de indicações geográficas previstas na LPI/96. Enquanto que na CE é possível uma progressão de uma IGP para DOP - as duas espécies se referem-se à produtos cuja reputação ou qualidades se devem a sua origem geográfica, apenas se diferenciando quanto ao número de etapas da produção local e a quantidade de matéria prima utilizada no obtenção dos produtos - nas definições da legislação nacional observa-se que, enquanto a IP refere-se ao local cujo nome ficou conhecido por produzir (...) determinado produto ou prestação de determinado serviço, a DO refere-se aos produtos e serviços cujas características ou características se devem a sua origem geográfica. Enquanto a primeira refere-se à reputação do local (não há questões qualitativas relacionadas ao produto, apenas a reputação do local), a segunda refere-se ao produto cujas qualidades se devem ao local de origem e que desta forma é designado por ele. Tais definições da LPI/96 impõem dificuldades na progressão de uma espécie de IG para a outra. Pois as comprovações necessárias ao registro no INPI são distintas. No caso da IP, o INPI em consonância com a LPI/96, condiciona o registro a comprovação, entre outros, de que o local se tornou conhecido, enquanto que no caso de pedidos de registro para DO são necessárias comprovações da influência do meio geográfico nas qualidades ou características do produto ou serviço designado pelo nome geográfico que se quer proteger. Desta forma, não é possível dentro do mesmo pedido de registro, solicitar uma progressão de uma espécie para outra. A

impossibilidade de uma progressão entre as espécies de IG no Brasil acarreta uma sobreposição de registros no INPI, o que não favorece a uma estratégia de evolução dos produtos distinguidos pela IG, a despeito do que acontece na Europa.

Foi observado na pesquisa sobre o marco regulatório, que países como a Argentina e Paraguai, que fazem parte do Mercosul, aproximaram suas legislações das definições adotadas na CE, enquanto que o Brasil ainda mantém, sem modificações, a mesma legislação de 1996, fruto do protocolo de harmonização do MERCOSUL. Tal fato, acarreta algumas assimetrias que podem dificultar a difusão do conceito e as trocas com o mercado externo baseadas em produtos identificados por sua origem.

III – Considerações finais

Contribuições do presente trabalho

A principal contribuição do presente trabalho reside em chamar a atenção para as potencialidades de utilização do conceito de IG como ferramenta de desenvolvimento local, contribuindo para a reorganização do setor produtivo, disponibilizando no mercado de produtos e serviços diferenciados por sua origem considerando aproveitando a grande diversidade de climas, culturas, tradições e biodiversidade existente no país,

A utilização de fatores materiais e imateriais endógenos ao meio geográfico torna-se um diferencial competitivo importante na oferta de produtos e serviços em crescentes nichos de mercado que valorizam diferenciais locais, se contrapondo a uma economia cada vez mais sujeita a padronização e diminuição da variedade destes produtos e serviços ofertados no mercado. A utilização de tais diferenciais pode significar o resgate e preservação de tradições e possibilitar o surgimento de importantes fontes de renda. Esse potencial, quando utilizado em conjunto com políticas públicas adequadas, pode alavancar o desenvolvimento de comunidades que se especializaram ao longo do tempo na produção de determinados produtos ou prestação de determinados serviços.

Pode-se considerar também, como contribuição desta pesquisa, apontar a necessidade em se criar uma metodologia de avaliação para as ações de fomento e incentivo ao reconhecimento de indicações geográficas no Brasil, pois ficou claro que apenas o registro no INPI não é suficiente para criar o ambiente favorável a uma economia baseada na oferta de produtos e serviços diferenciados por sua origem. As iniciativas de apoio às indicações geográficas no Brasil deveriam estar acompanhadas de maiores informações acerca da efetividade dos recursos escassos aplicados nos projetos envolvendo o reconhecimento de IG(s) para que os

futuros registros não sejam apenas reconhecimento formais sem impacto nas localidades reconhecidas.

Outra contribuição relevante do presente trabalho é chamar a atenção para a necessidade de aperfeiçoamento do ambiente institucional que carece de um amplo debate com o setor produtivo e os atores institucionais de modo a construir arranjos institucionais onde as IG(s), como propriedade intelectual coletiva, possam ser utilizadas como ferramenta de desenvolvimento local a exemplo do praticado em outros países como os da CE.

Limitações

Desde o início da pesquisa sabia-se das dificuldades em se avaliar a contribuição do reconhecimento de indicações geográficas ao desenvolvimento das localidades, dificuldades estas já antecipadas em trabalhos anteriores realizados em países de economia mais avançada. Porém, no caso brasileiro, a imaturidade do sistema, a ainda a frágil interação entre os atores institucionais assim como a ausência de uma política pública que utilize o conceito do IG como ferramenta de organização de setores produtivos, impõem dificuldades adicionais para a avaliação deste contributo ao desenvolvimento local no Brasil.

Outra limitação encontrada ao longo do trabalho foi a dificuldade na coleta de dados secundários que se mostrou restrita com relação aos dados oficiais disponíveis pois estes não se apresentam de forma desagregada, por municípios ou regiões, para valores de transformação industrial, o que impede uma melhor avaliação do impacto deste setor no desenvolvimento das localidades pesquisadas.

A grande informalidade observada nas atividades das IG(s) estudadas também foi outra fonte adicional de dificuldade em uma avaliação mais precisa, pois os dados da MTE alcançam apenas as atividades formalizadas, o que, na prática, evidenciou ser apenas uma pequena fração da realidade econômica dos casos pesquisados, principalmente no que tange as atividades do setor primário.

Sugestões para ações futuras

Tendo em vista o aprendizado proporcionado pela presente pesquisa, algumas ações visando a utilização do reconhecimento de indicações geográficas no Brasil como ferramenta para o desenvolvimento local podem ser sugeridas:

a) Incentivos à ações de valorização e inclusão de elos menos favorecidos da cadeia produtiva dos produtos ou serviços distinguidos pela IG como por exemplo: incentivo a

compra de matéria prima local, incentivos à instalação de indústrias de beneficiamentos no caso da produção majoritária ser de produtos primários como é o caso do café.

b) Elaboração de políticas setoriais utilizando o conceito de IG(s) como ferramenta de indução à organização e cooperação entre produtores.

c) No atual estágio de desenvolvimento do sistema de IG no Brasil, a formação de uma rede de apoio envolvendo os principais atores institucionais relacionados ao tema, incluindo o INMETRO na organização de estruturas de controle e elaboração de normas para os produtos identificados por indicação geográfica;

d) Criação de linhas de crédito e financiamento para agrupamentos de produtores/prestadores de serviços locais que possam se beneficiar do reconhecimento de indicações geográficas, condicionado os benefícios à adoção de boas práticas de produção, introdução de inovações e manejo sustentável de recursos ambientais;

e) Estruturação do INPI para acompanhamento das IG(s) no Brasil, com a criação de banco de dados contemplando o nº de produtores, acesso a mercados e ações de divulgação de modo a aumentar a visibilidade dos produtos diferenciados por sua origem e fortalecendo o compromisso do Estado com as ações de valorização dos produtos locais.

f) A formação de grupo de trabalho interministerial, composto pelos principais atores institucionais, com a participação do setor produtivo para sugerir adequação do marco legal visando o desenvolvimento do sistema de IG(s) no Brasil.

g) Instituições como o MAPA e outros ministérios afins deveriam estruturar políticas de fomento e apoio às IG(s) dentro de seus espectros de atuação, criando normativas e portarias internas regulamentando a produção, a comercialização, a rotulagem e a fiscalização dos produtos distinguidos por IG.

h) O SEBRAE, dentro de seu espectro de atuação, poderia concentrar esforços na estruturação das entidades representativas de produtores e na viabilização de planos de negócios visando o alcance de nichos de mercados que valorizam produtos diferenciados por sua origem.

i) No que se refere a proteção à propriedade industrial, uma melhor definição quanto ao escopo de proteção proporcionado pelo registro de IG no INPI, levando-se em consideração o ramo de atividade (considerando por exemplo a Classificação Internacional de Nice), proporcionaria uma melhor delimitação do direito, no que se refere ao impedimento ao

registro de marcas contendo nomes geográficos reconhecidos ou potenciais IG(s) para determinados produtos ou serviços.

j) Maior clareza quanto ao convívio entre marcas anteriormente concedidas e nomes geográficos, objetos de proteção por IG. Para os casos onde o reconhecimento de uma IG seja utilizado como política de valorização de produtos/serviços locais, um incentivo a não renovação de marcas anteriormente concedidas, objetos da IG, poderia reforçar o sinal distintivo de propriedade coletiva, considerando o fato do registro de marca ser um ativo de propriedade industrial pertencente a um único titular ou, na melhor das hipóteses, a um pequeno grupo de titulares não necessariamente vinculado ao meio geográfico.

l) No caso onde a produção de matéria prima é o produto principal da IG (a exemplo da Região do Cerrado Mineiro), um incentivo ao setor de beneficiamento aumentaria a oferta de empregos de melhor qualificação possibilitando o atendimento do crescente procura interna por produtos de origem como é o caso dos cafés especiais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ANJOS *et al* – Indicações Geográficas e Desenvolvimento Territorial: Um Diálogo Entre A Realidade Europeia e Brasileira. DADOS – *Revista de Ciências Sociais*, Rio de Janeiro, vol. 56, no 1, 2013, pp. 207 a 236.

AMARAL, J. A Endogeneização no desenvolvimento econômico regional e local. Planejamento e Políticas Públicas. Brasília, n. 23, p. 261-286, jun. 2001.

AXER, E. – Turismo Cultural: O município de Paraty. *Itinerarium* v.2 2009 Departamento de Turismo e Patrimônio – Escola de Museologia – Centro de Ciências Humanas e Sociais Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO).

ACEMOGLU D.; ROBINSON J. A. – *Why is Africa Poor? Economic History of Developing Regions*. Volume 25, Issue 1, June 2010.

BARBOSA, D. B. - *Uma introdução à propriedade intelectual: introdução, aspectos constitucionais, direito internacional, teoria da concorrência, Patentes, segredo industrial, cultivares, topografia de semicondutores, proteção de conhecimento e criações tradicionais, conceito de propriedade industrial e transferência de tecnologia*. 2.ed. Rio de Janeiro: Lumens Júris, 2003.

_____ - *Indicações Geográficas* (2002). Disponível em:
http://www.caxias.rs.gov.br/urbal/_upload/artigo_23.%20Barbosa.pdf, acesso em mar-2010.

_____ - *Introdução à Propriedade Intelectual*. Revisão dos textos anteriores de 1996 e 2003. Disponível em: http://www.denisbarbosa.addr.com/arquivos/200/propriedade/da_titularidade_multipla.pdf. Acessado em dezembro - 2014

BARBOSA, P. M. S. - A Importância do Uso de Sinais Distintivos Coletivos: Estudo de Caso da Indicação de Procedência “Paraty” do Estado do Rio De Janeiro – Brasil. *Dissertação de Mestrado, Academia da Propriedade Industrial – COPEPI/INPI*, fev. 2011, Rio de Janeiro.

BARDIN, L. - *Análise de conteúdo*. 5. ed. Lisboa: Edições 70, 2008.

BARQUERO, A.V. - *Desenvolvimento endógeno em tempos de globalização*. Porto Alegre: Fundação de Economia e Estatística, 2002.

BARJOLLE D, PAUS M and PERRET A.. Impact of geographical indications: A review of methods and empirical evidences. *Contributed paper prepared for presentation at the IAAE Conference 2009*, August 16 – 22, Beijing, China.

BARRAL, W. e PIMENTEL, L. O.- *Propriedade intelectual e desenvolvimento*. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2006.

BENI, M. C. – Relações Públicas e Desenvolvimento Sustentável do Turismo. *Organicom*, Ano 3, Número 5, 2006.

BENKENSTEIN, J. C - O Empoderamento Social e o Poder Local como Instrumentalizadores na Formulação Democrática de Políticas Publicas Municipais. *Trabalho publicado nos Anais do XIX Encontro Nacional do CONPEDI realizado em Fortaleza - CE nos dias 09, 10, 11 e 12 de Junho de 2010*

BIANCHI, Guiliano. «Requiem for the third Italy? Rise and fall of a too successful concept.» *Entrepreneurship & Regional Development*, 1998.

BOSCHMA, Ron A. «The industrial rise of the Third Italy: open window of locational opportunity?» *38th Congress of the European Regional Science Association*. Viena: European Regional Science Association, 1998.

BLUME, R.; PEDROSO A. E. - As indicações geográficas: barreira não tarifária ou dinamizadora de desenvolvimento local/regional?. Em: *XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural*. Rio Branco - Acre, 20 a 23 de julho de 2008.

BOWEN S. and VALENZUELS A.Z. - Geographical indications, Terroir and socioeconomic and ecological sustainability: The Case of Tequila. *Journal of Food and Plural studies*, 25(1), 2009.

BOFF, S.O. - Patentes na biotecnologia e desenvolvimento. In: BARRAL, W. e PIMENTEL, L. O. (Org.). *Propriedade intelectual e desenvolvimento*. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2006.

BOISIER, S. - Desarrollo (local): ¿ De qué estamos hablando ? In: MADOERY, O.; VÁZQUEZ BARQUERO, A. (Eds.), *Transformaciones globales, Instituciones y Políticas de desarrollo local*. Rosario: Editorial Homo Sapiens, 2001.

BRAMLEY, C. - A review of the socio-economic impact of geographical indications: considerations for the developing world. *Paper prepared for presentation at the WIPO Worldwide Symposium on Geographical Indications* June 22 - 24 2011, Lima, Peru. Acessado em <http://www.wipo.int>

BRUCH, K., L. – Indicações geográficas para o Brasil: problemas e perspectivas. Florianópolis: *Fundação Boiteux*, 2008.

_____ – Signos Coletivos de Origem : Entre o Velho e a Novo Mundo Vitivinícola. *Tese de doutorado em Direito da Universidade da UFRGS*. Porto Alegre 2011

BUARQUE, Sérgio C. *Metodologia de planejamento do desenvolvimento local e municipal sustentável*. Material para orientação técnica e treinamento de multiplicadores e técnicos em planejamento local e municipal. Brasília, DF: IICA, 1999.

BURRONE, E. – Economics Aspects of GI. In: *International Workshop on Geographical Indication*. Ankara-Turkey, 2008

BUZZI, R. C. - O Instituto das Indicações Geográficas e sua Aplicabilidade - *Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para obtenção do grau de Bacharel em Direito pela Universidade Regional de Blumenau – FURB – 2009*.

CALLIARI, M. A. – Questão da Genericidade no Âmbito das Indicações Geográficas – *Dissertação de Mestrado. da Academia da Propriedade Industrial, INPI*. Rio de Janeiro 2010.

_____ - Proteção às Indicações Geográficas: A Experiência Brasileira, *II Seminário Latino-Iberoamericano de Gestion Tecnológica- ALTEC* 2007.

Disponível em: <http://www.ige.unicamp.br/geopi/documentos/40292.pdf>

CALDAS, A. S. Novos usos do território: as indicações geográficas protegidas como unidades de desenvolvimento regional. In: *Bahia Análise & Dados Salvador*, v.14, n.3, p. 593-602, dez 2004. Brasil, 2004.

CALDAS *et al* – Mais Além de Arranjos Produtivos Locais: Indicações Geográficas Protegidas como Unidade de Desenvolvimento Local. *RDE- Revista de Desenvolvimento Econômico*. Ano VII nº 11, Salvador, Bahia, jan. 2005.

CARDOSO, D. - Venda de café especial para os E.U.A. *Gazeta Mercantil*, São Paulo, 20-21 abr. 2002.

CASCUDO, L.C. - *Prelúdio da cachaça: etnografia, história e sociologia da aguardente no Brasil*. Natal: Coleção Canaveira, 1962.

CÂMARA, M. - *Cachaça: prazer brasileiro*. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.

CE – Avaliação das medidas da PAC relativas às denominações de origem protegidas (DOP) e às indicações geográficas protegidas (IGP) – Síntese – versão abreviada. *London Economics*, novembro de 2008.

CE – Compreender as políticas da União Europeia: Agricultura. Uma política agrícola comum para uma alimentação, um espaço rural e um ambiente melhores. *Comissão Europeia, Direção Geral de Comunicação. Serviço das Publicações da União Europeia*, Bruxelas, abril, 2014.

CERDAN, C. - Valorização dos Produtos de Origem e do Patrimônio dos Territórios Rurais no Sul do Brasil: Contribuição para o desenvolvimento rural sustentável. *Revista Política e Sociedade*, nº 14, p. 277- 299, abr. 2009.

CIG/DEPTA/SDC/MAPA – Indicação Geográfica: Guia para solicitação de registro de indicação geográfica para produtos agropecuários. *Coordenação de Incentivo à Indicação Geográfica de Produtos Agropecuários - CIG/DEPTA/SDC/MAPA*, 2009, Brasília- DF

CHAMPREDONDE, M. - *La valorización de la tipicidad cultural y territorial de productos mediante certificaciones em países de América Latina*. In: FROEHLICH, J. M. (Org.). *Desenvolvimento Territorial – Produção, Identidade e Consumo*. Ijuí: Editora Unijui, 2012, p. 119-141.

CLEMENTE, A. - Espaços econômicos e regiões. In: CLEMENTE, E.; HIGACHI, H. Y. *Economia e desenvolvimento regional*. São Paulo: Atlas, 2000. pp. 13-21

CONAB – Acompanhamento da safra brasileira de café. Safra 2013 segundo estimativa. *Companhia Nacional de Abastecimento*, Brasília 2013.

COASE, R. H. – The Problem of Social Cost. *In Journal of Law and Economics*, V3, 1-44, 1960.

DALLABRIDA, V. R. – Desenvolvimento Territorial: políticas públicas brasileiras, experiências internacionais e a Indicação Geográfica como referência. Valdir Roque *Dallabrida (or.) e diversos autores*. São Paulo: LiberArs, 2014.

DAVIS, L. E. and NORTH, D. C. - *Institutional Change and American Economic Growth*. Cambridge: the University Press, 1971.

DE ALESSI, L. - Development of the property rights approach. *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, Berlin, 1990.

DINIZ, C.C.; CROCCO, M.A. - Bases teóricas e instrumentais da economia regional e urbana e sua aplicabilidade ao Brasil. In: DINIZ, C.C.; CROCCO, M.A. *Economia regional e urbana: contribuições teóricas recentes*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

DULLIUS, P.R. Indicações geográficas e desenvolvimento territorial: as experiências do Rio Grande do Sul. Santa Maria: Universidades de Santa Maria, 2009. *Dissertação*.

DUTFIELD, G. - Protecting Traditional Knowledge: Pathways to the Future, Geneva: *International Centre for Trade and Sustainable Development*, 2006, 52, ISSN: 1681-8954 [1]

EC - European Commission - Geographical indications and TRIPs: 10 Years Later... A roadmap for EU GI holders to get protection in other WTO Members. *O'CONNOR and COMPANY*, European lawyers, 2005.

ETEPS - Economic Assessment of the Food Quality Assurance Schemes – *Synthesis Report*, 2006.

FALCADE, I. MANDELLI, F. - Vale dos Vinhedos: caracterização geográfica da região. Caxias do Sul, *EDUCS*, 1999.

FALCADE, I. Indicações geográficas, o caso da região com indicação de procedência Vale dos Vinhedos. Porto Alegre: UFRGS, 2005. *Dissertação*

FAURÉ, Y.A.; HASENCLEVER, L. - Caleidoscópio do Desenvolvimento Local no Brasil: diversidade das abordagens e das experiências. *E-papers* - Rio de Janeiro, 2007

FAURÉ, Y. A.; HASENCLEVER, L – O desenvolvimento econômico local no estado do Rio de Janeiro – Quatro Estudos Exploratórios: Campos, Macaé, Itaguaí e Nova Friburgo. Rio de Janeiro: *E-papers*, 2003.

FEDERAÇÃO DOS CAFEICULTORES DO CERRADO MINEIRO – Trabalhos do Café da “Região do Cerrado Mineiro” - IG | Perspectiva DO. Ofício nº 040/2013, encaminhado ao autor em 14 de novembro de 2013.

FERNÁNDEZ, M. G. V. – Indicações Geográficas e seus Impactos no Desenvolvimento dos Pequenos Produtores do Vale dos Vinhedos. *Dissertação de Mestrado em Agronegócios*. UNB, fev. 2012, Brasília – DF.

FERREIRA, A. – Desenvolvimento Regional: Limites e Possibilidades Institucionais – Um estudo de Caso da Região do Vale do Paraíba – RJ. Tese de Doutorado PPED – IE. UFRJ, 2012.

FERREIRA, J. – Do Desenvolvimento Local ao Desenvolvimento Territorial. *XIX Encontro Nacional de Geografia Agrária*. São Paulo, 2009, pp. 1-21.

FIANI, R. - *Cooperação e Conflito - Instituições e Desenvolvimento Econômico*. Elsevier, Brasil, Ed. 2011.

FLORES, M.X. Da solidariedade social ao individualismo: um estudo sobre o desenvolvimento do Vale dos Vinhedos na Serra Gaúcha. Florianópolis: UFSC, 2007. *Tese*.

FRANCO A. B. – O território do café – XXI Encontro Nacional de Geografia agrária – Territórios em disputa: Os desafios da geografia agrária nas contradições do desenvolvimento brasileiro – UFU - Uberlândia - MG, 15 a 19 de outubro de 2012 – ISSN 1983-487X

FRAYSSIGNES, J. (2005). Les AOC dans le développement territorial – une analyse en termes d'ancrage appliquée aux cas français des filières fromagères. *Thèse de Doctorat en Etudes Rurales, mention Géographie*, INP – ENSAT, 469 p. (2 volumes).

FREITAS, S. C. - A Utilização da indicação geográfica (IG) como estratégia competitiva para as empresas: um estudo de caso acerca das quatro indicações geográficas que o Brasil possui na atualidade. Natal, 2009. *Monografia (Curso Superior: Tecnologia em Comércio Exterior)*. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte.

FREITAS, J. C. B. – As indicações Geográficas como Objeto de Direito Agrário. *Dissertação de mestrado*, Faculdade de Direito da Universidade Federal de Goiás. Goiânia 2012.

FRONZAGLIA, T; GUEDES, V.G. F. e FALCÃO, J.F. - Interação da pesquisa tecnológica com vitivinicultores: aprendizagem e transbordamento da construção social de indicação geográfica. *VII Congresso Latino-Americano de Sociologia Rural*. ALASRU. Porto de Galinhas – PE, Brasil, 2010.

FURTADO, C. - *Desenvolvimento e Subdesenvolvimento*. Paz e Terra: São Paulo, 1961.

_____ - *Teoria e política do desenvolvimento econômico*. Paz e Terra: São Paulo, 1967.

_____ - *Mito do Desenvolvimento Econômico*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996.

_____ - *Formação Econômica do Brasil*. 27 ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2000.

FUJITA, M.; KRUGMAN, P.; VENABLES, A. J. - *The spatial economy: cities, regions and international trade*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 1999.

FURUBOTN, E. and RICHTER, R. - Institutions and Economic Theory: *The Contribution of the New Institutional Economics*, Ann Arbor, The University of Michigan Press, 1998.

GOLLO, S.S. - Inovação e estratégia de cooperação competitiva: estudo de caso da indicação de procedência Vale dos Vinhedos - Serra Gaúcha/RS. *Tese de doutorado UFRGS*, 2006

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. In: *CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E SOCIOLOGIA RURAL*, 46., 2008, Rio Branco, AC. Anais. Brasília, DF: SOBER, 2008.

GONÇALVES, M F. W. - *Propriedade Industrial e a Proteção dos Nomes Geográficos - Indicações Geográficas, Indicações de Procedência e Denominações de Origem*. ISBN: 978853621696-6, 346p, Juruá Editora, Curitiba 2007.

GELLI, M. G. - Evolução da Inovação: O Caso do Café Produzido na Região do Cerrado de Minas Gerais – Brasil. *Cadernos da FUCAMP*, Ano 4, n. 4 – julho a dezembro de 2005.

GETZ, D. – Explore Wine Tourism: Management, Development and Destinations. *Cognizant Communication Corporation*, New York, 2000.

GROTE U. - Environmental labelling protected geographical indications and the interests of developing countries. *Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy*, 10(1), 2009.

GUERRA, C. C; MANDELLI, F; TONIETTO, J. ; ZANUS, M. C. ; CAMARGO, U. A. – Conhecendo o essencial sobre uvas e vinhos. Documentos nº 48, *EMBRAPA*. ISS1516-8107, Bento Gonçalves, junho/2009.

HUGHES J. - Coffee and chocolate: Can we help developing country farmers through geographical indications? *Report prepared for the International Intellectual Property Institute*, Washington DC, 2009.

IBGE CIDADES – *Histórico dos municípios*. Disponível em: www.cidades.ibge.gov.br/xtras/home.php. Acessado em: outubro de 2014

IBGE-PAM – *Produção Agrícola Municipal: Culturas Temporárias e Permanentes*. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Volume 39, p.1 – 101, 2012. ISS 0101-3963

IPR2 - EU – China Project for the Protection of Intellectual Property Rights 2 – European legislation on protection of Geographical Indications. *Overview of the EU Member States' Legal Framework for Protection of Geographical Indications*. Prepared February, 2011. Acessível em: www.ipr2.org/gi.

ITC - INTERNATIONAL TRADE CENTRE - *Guide to Geographical Indications – Linking Products and Their Origins – Export Impact for Good*. Geneva, Switzerland 2009.

JENA P.R. and GROTE U. - Changing institutions to protect regional heritage: A case for geographical indications in the Indian Agrifood sector. *Development Policy Review*, 28(2), 2010

JESUS, C. M. e ORTEGA, A. C. - *Café e Território – A Cafeicultura no Cerrado Mineiro* – Editora Alínea 2012. ISBN: 8575165984

JEZIORNY, D.L. Território Vale dos Vinhedos. Instituições, indicação geográfica e singularidade na vitivinicultura da Serra Gaúcha. *Dissertação*. : UFU, Uberlândia, 2009.

JORNAL O ESTADO DE SÃO PAULO. *Caderno de Economia*. Ano 127, nº 41060 - 19 de março de 2006.

KAKUTA, S. M.; SOUZA, A. L. I. L de; SCHWANKE, F. H.; GIESBRECHT, H. ° - Indicações geográficas: guia de respostas - Porto Alegre: *SEBRAE/RS*, 2006.

KERR W. A. - Enjoying a good port with a clear conscience: geographic indicators, rent seeking and development. *Estey Centre Journal off International Law and Trade Policy* 7(1), 2006.

KRÜCKEN-PEREIRA, L. - O processo de valorização de produtos alimentícios através das denominações de origem e qualidade: uma abordagem de gestão do conhecimento. 2001. 167f. *Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção)* - Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, SC.

LEÃO, E. A.; PAULA, N. M. – A Produção de Cafés Especiais no Brasil e a Emergência de Novos Padrões de Competitividade. *Artigo apresentado no XIII Encontro Regional de Economia – ANPEC Sul 2010*. Porto Alegre agosto de 2010.

LIMA, C. - Apresentação IBRAC: *Câmara Setorial da Cadeia Produtiva do Cacau*. Brasília, 07 de março de 2012. Disponível em:

http://www.agricultura.gov.br/arq_editor/file/camaras_setoriais/Cacau/22RO/App_IBRAC_Cacau.pdf

LASTRES, H.M.M.; CASSIOLATO, J.E.; CAMPOS, R. Arranjos e sistemas produtivos e inovativos locais: vantagens de enfoque: In LASTRES, H.M.M.; CASSIOLATO, J.E. (Org.). *Estratégias para o desenvolvimento*:

Um enfoque sobre Arranjos Produtivos Locais do Norte, Nordeste e Centro-Oeste Brasileiro. Rio de Janeiro: E-papers, 2006.

LOCATELLI, L. *Indicações geográficas e desenvolvimento econômico*. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2006.

_____. *Indicações Geográficas – A Proteção Jurídica sob a Perspectiva do Desenvolvimento Econômico*. Editora Juruá, Curitiba, 2008.

MAFRA, L. A. S. - *Indicação Geográfica e construção do mercado: a valorização da origem no Cerrado Mineiro*. UFRJ – *Tese de Doutorado do Curso de Pós-Graduação em desenvolvimento, Agricultura e Sociedade*. Rio de Janeiro 2008.

MAILLAT, D. – *Territorial dynamic, innovative milieus and regional policy*. IRER, Neuchâtel, Switzerland CH. *Entrepreneurship & Regional Development* – 1995

MANZINI, E.J. Considerações sobre a elaboração de roteiro para entrevista semi-estruturada. In: MARQUEZINE: M. C.; ALMEIDA, M. A.; OMOTE; S. (Orgs.) *Colóquios sobre pesquisa em Educação Especial*. Londrina: Eduel, 2003. p.11-25.

MARKUSEN, A. – *Sticky Places in Slippery Space: A Typology of Industrial Districts Economic Geography* 72, (3), jul. 1996, p.293-313.

MARSHALL, A. – *Princípios de Economia*. São Paulo: Nova Cultura, 1985.

MARTINS, J. - *Cachaça, o mais brasileiro dos prazeres*. 2ª ed, 211p, Ed. Anhembi Morumbi - SP, 2008.

MASCARENHAS, G. - *Indicações geográficas no Brasil: principais fatores determinantes do seu reconhecimento e desempenho*. In: *ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS DO CONSUMO*, 4., 2008, Rio de Janeiro. *Novos rumos da sociedade de consumo?* Rio de Janeiro: [s.n.], 2008.

MASCARENHAS, G e WILKINSON, J. - *Indicações geográficas em países em desenvolvimento Potencialidades e desafios*. *Revista de Política agrícola* – ano XXIII – nº 2, p.103-115 – abr./Maio/Jun. 2014.

MEIRA L., R. *Organização da Cadeia Produtiva do Vinho na Região do São Francisco o Caso da Vinícola do Vale do São Francisco Ltda, Dissertação de Mestrado(Administração Rural), UFRPE*. Recife, PE, 1995.

MELLO, L. M. R. – *Vitivinicultura Brasileira: Panorama 2012*. Embrapa Uva e Vinho, *Comunicado Técnico 137*. ISSN 1808-6802, Bento Gonçalves/RS, junho de 2013.

MELLO, L. M. R.; MACHADO, C. A. E. – *Cadastro Vitícola do Rio Grande do Sul: 2008 a 2012*. EMBRAPA, Brasília-DF, 2013

MELLO, E. C. – *Indicação de Procedência Paraty para Cachaça. Apresentação para o 1º Simpósio Internacional de Indicações Geográficas*. São Luis, 2012.

MENDONÇA *et al* – *Obtenção da Indicação Geográfica de Procedência “Paraty”: Uma Estratégia de Cooperação Competitiva*. *XXX Encontro Nacional de Engenharia de Produção – ENEGEP 2010*. Out. 2010, São Carlos, SP, Brasil.

MENGER, C. – *On the Origin of Money*. *Economic Journal* V.2: 238-255, 1892

MILANI, Carlos. *Teorias do Capital Social e Desenvolvimento Local: lições a partir da experiência de Pintadas (Bahia, Brasil)*. In: *Capital social, participação política e desenvolvimento local: atores da sociedade civil e políticas de desenvolvimento local na Bahia*. Escola de Administração da UFBA (NPGA/NEPOL/PDGS). 2005.

MORAES, J. L. A. de - *Capital social e políticas públicas para o desenvolvimento regional sustentável*. *Revista do Centro de Ciências Administrativas, UNIFOR* – Universidade de Fortaleza, Fortaleza, v. 9, n. 2, p. 196-204, dez. 2003.

MULS, L. M. - O Desenvolvimento Econômico Local do Município de Itaguaí: O Capital Social e o Papel das Micro, Pequenas e Médias Empresas. *PhD thesis, IE/UFRJ*, Rio de Janeiro, 2004.

_____ - Desenvolvimento Local, Espaço e Território: O Conceito de Capital Social e a Importância da Formação de Redes entre Organismos e Instituições Locais - *Revista Economia* 2008.

NASCIMENTO, J. S. *et al* - A Importância de uma Indicação Geográfica no Desenvolvimento do Turismo de Uma Região. *Revista GEINTEC*, vol. 2, nº 4, p. 378-386, ISSN: 2237-0722. São Cristóvão/SE – 2012.

NIERDELE, P. A. – Controvérsias Sobre a Noção de Indicações Geográficas Enquanto Instrumento de Desenvolvimento Territorial: a Experiência do Vale dos Vinhedos em Questão. *SOBER, 47º Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural*. Porto Alegre/RS, julho de 2009.

_____ - Compromisso para qualidade: projetos de indicação geográfica para vinhos no Brasil e na França, 263 f, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Instituto de Ciências Humanas e Sociais, 2011, *Tese (Doutorado)*.

_____ – Desenvolvimento, Instituições e Mercados: Os Usos das Indicações Geográficas. *Revista DRd – Desenvolvimento Regional em Debate*, v.4, n3, 2014.

NORTH, D. – *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge: Cambridge University Press – 1990

OECD - *Effects of eco-labelling schemes: compilation of recent studies*, COM/ENV/TD(2004)34/FINAL.

Copyright OECD, 2005. Disponível em:

[http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?doclanguage=en&cote=com/env/td\(2004\)34/final](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?doclanguage=en&cote=com/env/td(2004)34/final). Acessado em novembro de 2014.

OLIVEIRA, G. P. G de – Desenvolvimento Endógeno e Local: Estudo do Projeto Urbanizador Social de Porto Alegre/RS. *Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado em Economia do Desenvolvimento da Faculdade de Administração, Contabilidade e economia/PUCRS*. Porto Alegre, 2007.

OLIVEIRA, R. F. e GUERRINI, F. M – Características das Tipologias de Redes de Cooperação Entre Empresas. *XXII Encontro Nacional de Engenharia de Produção - ENEGEP*. Curitiba/PR – 2002

OLIVEIRA, J. M. L. B – Denominações de Origem e Indicações Geográficas – protecção e impacto sócio-económico. *Trabalho de pós-graduação em economia e gestão de Propriedade Industrial. Instituto de Economia e Gestão – ISEG*, Lisboa, maio 2010.

ORTEGA, A. C. Agronegócios e representação de interesses no Brasil. *EDUFU*. Uberlândia, 2005

_____ - Café do Cerrado: Certificação de Origem e Desenvolvimento Territorial Rural, 2008.

ORTEGA, A. C., JESUS, C. M. e MOURO, M. C. - Mecanização e Emprego na Cafeicultura do Cerrado Mineiro. *Revista ABET* vol. VIII — n. 2/2009

ORTEGA, A. C.; JESUS, C. M. - A Modernização da Atividade Cafeeira e seus Impactos na Estrutura Produtiva e Sobre o Pessoal Ocupado no Território Café do Cerrado. 48º SOBER, julho, 2010.

_____ - Território, Certificação de Procedência e a Busca da Singularidade: O Caso do Café do Cerrado. *Artigos, Políticas & Sociedade – Florianópolis-* Vol. 10, nº 19, out. 2011.

_____ – *Café e Território: a cafeicultura no Cerrado Mineiro*. Alínea, 246p. São Paulo: 2012.

OSTROM, L. – *Private and Common Property Rights. Book*, p. 332-379, 2000.

OSTROM, L., DIETZ, T., DOLSAK, N. – *The Drama of the Commons*. Committee on the Human Dimensions of Global Change, Division of Behavioral and Social Sciences and Education National Research Council. NATIONAL ACADEMY PRESS, 2001 Washington, DC.

PIMENTEL, W. ; BARRAL, L. O. – Comércio Internacional e desenvolvimento. *Fundação Boiteux*, Florianópolis, 2006.

PORTO, P. C. R. – Indicações Geográficas: A Proteção Adequada Deste Instituto Jurídico Visando o Interesse Público Nacional. *Monografia, Faculdade de Direito da UERJ*, fev. 2007. Rio de Janeiro

QREN – Observatório do Quadro de Referência Estratégico Nacional. Desenvolvimento local e territorial (urbano e rural). Manual técnico I: Temas e Áreas de Política. Disponível em: www.observatorio.pt/download.php?id=182. Acessado em janeiro de 2015.

RANGNEKAR, D. – *The Socio-Economics of Geographical Indications: A Review of Empirical Evidence from Europe*. May 2004 | Intellectual Property Rights and Sustainable Development. *UNCTAD-ICTSD Project on IPRs and Sustainable Development*

REQUILLART V - *On the economics of geographical indications in the EU*. Paper presented at the workshop “Geographical indications, country of origin and collective brands: Firm strategies and public policies. Toulouse, June 14-15 2007.

RICHARDSON, R. J. *et al - Pesquisa Social Métodos e Técnicas*. São Paulo: Atlas, 1999.

ROCHA, A.; MELLO, R. C. – A Indústria de Artesanato na Colômbia. Publicado em 09 de março de 2012 no sítio www.abase.org.br. Disponível em: <http://www.abase.org.br/artigos/a-industria-de-artesanato-da-colombia/58/151/?b>.

RODRIGUES, L. R.; OLIVEIRA, E. A. A. Q. de. Expansão da exportação de cachaça brasileira: uma nova oportunidade de negócios internacionais. In: *ENCONTRO LATINO AMERICANO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, 11.*; *ENCONTRO LATINO AMERICANO DE PÓS-GRADUAÇÃO, 7.*, 2006, São José dos Campos. [Anais...]. [São José dos Campos: Univap, 2007]

SAES, M. S. M.; JAYO, M. – CACCER - coordenando ações para a valorização do café do cerrado. In: *VII seminário internacional PENSA de agribusiness*. São Paulo: USP, 1997.

SAES, M. S. M. & NUNES, R. - O desempenho das MPes na indústria de torrefação e moagem de café: *relatório de pesquisa*. São Paulo: SEBRAE/Fipe, 2001.

SEBRAE – Projeto Educampo: *manual do Consultor Técnico de Campo. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Minas Gerais* SEBRAE/MG, Belo Horizonte 2004.

SEBRAE – Valorização de Produtos com diferencial de qualidade e identidade: indicações geográficas e certificações para competitividade nos negócios – Organizado por Vinícius Lages, Lea Lagares e Christiano Lima Braga – Brasília: *SEBRAE*, 2005

SEBRAE - INPI – *Catálogo de Indicações Geográficas Brasileiras*. 3ª edição, Brasília – DF, 2011.

SERRA, R. V. – Distribuição das Rendas Petrolíferas no Brasil: uma sistematização crítica das alternativas em debate nas casas legislativas nacionais. *Oficina sobre os impactos sociais, ambientais e urbanos das atividades petrolíferas: o caso de Macaé*. Parte 1: Desenvolvimento, Empresa, Royalties e Finanças Públicas. Cap. 1-2, p. 47. Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Direito (PPGSD) da UFF, Instituto de Ciências Humanas e Filosofia (ICHF) da Universidade Federal Fluminense (UFF). Niterói, 7 e 9 de dezembro de 2010.

SHERWOOD, R. M. - *Propriedade intelectual e desenvolvimento econômico*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1992.

SCHANGLER, E. e OSTROM, E. – Property-Rights Regimes and Natural Resources: A Conceptual Analysis., *Land Economics*, Vol. 68, Nº 3, pp. 249-262. University of Wisconsin, Aug., 1992.

SCHMID, A. A. - *Conflict and Cooperation: Institutional & Behavioral Economics*. Oxford: Blackwell, 2004.

SCHMIDT, C. M. - Criação e Apropriação de Valor no Sistema Agroindustrial do Vinho do Vale dos Vinhedos. Tese apresentada ao Departamento de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade

da Universidade de São Paulo como requisito para a obtenção do título de Doutora em Administração. São Paulo, 2010.

SIMÕES, J. *et al* - Elinor Ostrom: “Governar os Comuns” - Faculdade de Economia da Universidade do Porto, *Trabalho de Mestrado em Economia e Política do Ambiente*. Jan. 2011.

SOUZA, N. J. Desenvolvimento Regional. São Paulo: Atlas, 2009.

SOUZA, F. A. L. - Pampa Gaúcho da Campanha Meridional, Indicação de Procedência. In: *I Workshop EMBRAPA sobre Indicação Geográfica*, Bento Gonçalves/RS, dezembro de 2009b.

SOUZA, S. - Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal. 11. ed. Rio de Janeiro: Record, 2004. 174 p. ISBN 85-01-05878-5.

STIGLITZ, SEN e FITOUSSI - Report by the Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress, publicado em setembro 2009 – Disponível: www.stiglitz-sen-fitoussi.fr.

STRAUSS, A.; CORBIN, J. Pesquisa qualitativa: técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de Teoria Fundamentada. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2008.

TAFFAREL, J. C. – A Vitivinicultura Relacionada à Indicação de Procedência Farroupilha: Perfil, Identificação de Gargalos e Definição de Demandas e Transferência de Tecnologia. *Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Biotecnologia da Universidade de Caxias do Sul*, para obtenção de grau de Mestre em Biotecnologia e Gestão Vitivinícola, área de concentração em Gestão. Caxias do Sul, 2013.

THAINES, A. H. - Desenvolvimento Regional Sob a Ótica do Reconhecimento da Indicação Geográfica: O Case do Vale dos Vinhedos - Dissertação - *Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul* – 2011.

TONIETTO, J. Indicação geográfica Vale dos Vinhedos: sinal de qualidade inovador na produção de vinhos brasileiros. Em: V Simpósio Latino-americano sobre Investigação e Extensão em Pesquisa Agropecuária/ V Encontro da Sociedade Brasileira de Sistemas de Produção, 2002, Florianópolis, Anais. Florianópolis: IESA/SBSP, 2002.

_____ - “Experiências de Desenvolvimento de Indicações Geográficas: Vinhos da Indicação de Procedência Vale dos Vinhedos”, in V. Lages; L. Lagares e C. L. Braga (orgs.), *Valorização de Produtos com Diferencial de Qualidade e Identidade: Indicações Geográficas e Certificações para Competitividade nos Negócios*. Brasília, SEBRAE (2005)

_____ - Afinal, o que é Terroir? *Bon Vivant*, Flores da Cunha, v. 8, n. 98, p. 08. Artigo de mídia publicado no *Jornal Bon Vivant* e disponibilizado no site da Embrapa Uva e Vinho (<http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/artigos>) em abril de 2007.

TRIVIÑOS, A. N. S. *Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação*. São Paulo: Atlas, 1987.

TRINDADE, A.G. – *Cachaça, um Amor Brasileiro*. 1ª ed., 166p, Melhoramentos, São Paulo, 2006.

VALDUGA, V. - O processo de Desenvolvimento do Enoturismo no Vale dos Vinhedos. Caxias do Sul: UCS, 2007. *Dissertação*.

_____ - O processo de Desenvolvimento do Enoturismo no Vale dos Vinhedos - RS. Em: *V Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo (ANPTUR)*. Belo Horizonte, MG - 25 e 26 de agosto de 2008.

_____ - O Desenvolvimento do Enoturismo no Vale dos Vinhedos (Rs/Brasil), *Culur*, Ano 6, Nº 2 – Jun/2012

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). 2008. 166f. *Dissertação (Mestrado em Agro-ecossistemas) - Centro de Ciências Agrárias, Universidade Federal de Santa Catarina, SC.*

VELLOSO, C.Q. et al. Identificação dos produtos potenciais e organização dos produtores. In: CERDAN, C.M. et al. (Org.). *Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio: Módulo II, indicação geográfica*. 2.ed. Brasília: MAPA, Florianópolis: SEAD/ UFSC/ FAPEU, 2010. p.94-129.

VIEIRA E.T.; SANTOS, M. J. -. Desenvolvimento Econômico Regional –Uma revisão histórica e teórica. In: *Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, v.8, n. 2 – 2012.

VIANA, N. A. – A correlação entre as denominações de origem e indicações geográficas e o desenvolvimento socioeconômico. *Dissertação de mestrado. Faculdade de Direito e Faculdade de Economia da Universidade de Nova Lisboa*, Lisboa 2013.

VITROLLES D., CERDAN C., BRUCH K.. 2009. In : Pimentel Otavio Luiz (ed.). *Curso de propriedade intelectual e inovação no agronegócio : Modulo II. Indicação geográfica*. Brasília : MAPA [Brésil], p. 332-387.

WILKINSON, J. - Indicações Geográficas no Brasil: Situação Atual e Perspectivas. *Trabalho apresentado no Seminário Internacional Indicações Geográficas*, Brasil, 6 e 7 de novembro, Florianópolis, UFSC- 2008.

YIN, R. K. – *Estudo de caso – planejamento e métodos*. Trad. Daniel Grassi – 2ª Ed. – Porto alegre: Bookman, 2001.

ZANINI, T.V. Enoturismo no Brasil: um estudo comparativo entre as regiões vinícolas do Vale dos Vinhedos (RS) e do Vale do São Francisco (BA/PE). Caxias do Sul: UCS, 2007. *Dissertação*.

LEGISLAÇÕES

BRASIL. Lei 8.078/90 – Código de Defesa do Consumidor – Lei nº 8.879 de 11 de setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078.htm. Acessado em 01 de agosto de 2013

BRASIL. Lei nº 9.279/96 – LPI/96 BRASIL. Lei Nº. 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos, Brasília, DF. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/ccivil/leis/L9279.htm>>. Acesso em 06 maio 2013.

BRASIL. DECRETO No 1.355, DE 30 DE DEZEMBRO DE 1994 - Promulga a Ata Final que Incorpora os Resultados da Rodada Uruguai de Negociações Comerciais Multilaterais do GATT. Acordo Sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/images/stories/27-trips-portugues1.pdf>

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. Disponível em: <http://legis.senado.gov.br/legislacao/ListaTextoIntegral.action?id=221550&norma=234196>, acessado em Nov.-2014.

BRASIL. Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI. Instrução Normativa INPI nº 25 de 21 de agosto de 2013 – IN 25/2013. Estabelece as condições pra o registro das Indicações Geográficas.

Disponível em: [http://www.inpi.gov.br/images/docs/instrucao_normativa_25_indicacoes_geograficas\[2\].pdf](http://www.inpi.gov.br/images/docs/instrucao_normativa_25_indicacoes_geograficas[2].pdf)

CEE2082/92 - Relativo às indicações geográficas protegidas (IGP) e as denominações de origem protegidas (DOP) dos produtos agrícolas e gêneros alimentícios, *Jornal Oficial nº L 208 de 24/07/1992 p. 0001 – 0008*.

CE 510/06 – Regulamento (CE) Nº 510/2006 de 20 de março de 2006 – Relativo à proteção das indicações geográficas e denominações de origem dos produtos agrícolas e dos gêneros alimentícios. *Jornal da União Europeia de 31.3.2006. L93/12 PT*.

MINAS GERAIS. Instituto Mineiro de Agropecuária - IMA. PORTARIA Nº 165/95, de 27 de abril de 1995 – Delimita regiões produtoras de café do estado de Minas Gerais para a instituição do certificado de origem. Disponível em: www.ima.mg.gov.br/portarias/doc_download/69-portaria-165, acessado em novembro de 2014.

PÁGINAS CONSULTADAS NA INTERNET:

ABIC – Associação Brasileira de Indústrias de Café. Disponível em: <http://www.abic.com.br/publico/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?inoid=2304&sid=61&tpl=printerview>. Acessado em julho/2014

ABRABE – Associação Brasileira de Bebidas. Disponível em: www.abrabe.org.br. Acessado em nov.-2014.

APACAP – Associação dos Produtores e Amigos da Cachaça de Paraty. Disponível em: <http://www.apacap.com.br/>. Acessado em novembro de 2014.

APROVALE – Vale dos Vinhedos - <http://www.valedosvinhedos.com.br/vale/index.php> - acessado em julho de 2014.

CAFÉ DO CERRADO. A Região. Disponível em: <http://www.cafedocerrado.org/?p=so3>. Acesso: 06 julho de 2013.

CONSELHO NACIONAL DO MINISTÉRIO PÚBLICO – CNMP. Disponível em: <http://www.cnmp.mp.br/direitoscoletivos/> - Portal de Direitos Coletivos — acessado em agosto de 2013.

DOOR - Database of Origin and Registration. European Commission – Agriculture and Rural Development – Quality Policy. Disponível em: <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html;jsessionid=pL0hLqQLXhNmFQyFl1b24mY3t9dJQPflg3xbL2YphGT4k6zdWn34!-370879141>. Acessado em outubro de 2014.

E-BACCHUS - Comissão Europeia - Agricultura e Desenvolvimento Rural - Mercados Agrícolas - Vinhos. Disponível em: <http://ec.europa.eu/agriculture/markets/wine/e-bacchus/index.cfm?event=pwelcome&language=PT>. Acessado em novembro de 2014

EC – European Commission – Agriculture and Rural Development. Disponível em: http://ec.europa.eu/agriculture/cap-history/index_en.htm. Acessado em outubro de 2014.

EMBRAPA – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. Disponível em: www.embrapa.br. Acessado em novembro de 2014.

EMBRAPA Uva e Vinho – Disponível em: www.embrapa.br/uva-e-vinho. Acessado em novembro de 2014.

EUROMONITOR INTERNACIONAL – Disponível em: <http://www.euromonitor.com/coffee-in-brazil/report>. Acessado em outubro de 2014

GLOBORURAL – Roteiros Turísticos visam incentivar consumo de café em Minas. Disponível em: <http://revistagloborural.globo.com/Revista/Common/0,,ERT342884-18533,00.html>, 22/09/2013.

IBRAC – Instituto Brasileiro da Cachaça. Disponível em: www.ibrac.net. Acessado em outubro de 2014.

IBRAVIN – Instituto Brasileiro do Vinho. Cadastro Vinícola do RS - 2009. Disponível em: <http://www.ibravin.org.br/public/upload/statistics/1426614944.pdf>.

IBRAVIN – Instituto Brasileiro do Vinho – Disponível em: www.ibravin.org.br. Acessado em outubro de 2014.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: www.ibge.gov.br. Acessado em novembro de 2014.

IBGE cidades – Disponível em: www.cidades.ibge.gov.br/xtras/home.php. Acessado em: outubro de 2014

INAO – Institut National de l’Origine et de la Qualité. Disponível em : www.inao.gouv.fr. Acessado em dezembro de 2014.

INDECOPI – Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. Disponível em: <http://www.indecopi.gob.pe>. Acessado em novembro de 2014.

IPEADATA – Banco de Dados do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Disponível em: <http://www.ipeadata.gov.br/>. Acessado em novembro de 2014.

INPI – Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br>. Acesso em jun. 2014.

MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Indicação Geográfica - IG Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br/desenvolvimento-sustentavel/indicacao-geografica/produtos-potenciais>. Acessado em novembro de 2014.

MTE - Ministério do Trabalho e Emprego. Bases Estatísticas da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) e do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED). Disponível em: <http://bi.mte.gov.br/bgcaged/inicial.php>. Acessado em: outubro de 2014

OMPI, Paris Convention. Disponível em: <http://www.wipo.int/treaties/en/ip/paris/trtdocs_wo020.html>. Visitado em: 02 junho de 2013.

OCDE – The Organization for Economic Co-operation and Development. Disponível em www.ocde.org Acessado em 09 de agosto de 2013.

OIC – Organização Internacional do Café - Estatísticas. Disponível em: http://www.ico.org/coffee_prices.asp?section=Statistics. Acessado em junho de 2014

ORIGIN – Organization for an International Geographical Indications Network. Disponível em: www.origin-gi.com. Acessado em novembro de 2014.

PARATY - Alambiques da Cachaça. Disponível em: <http://www.paraty.com.br/alambiques.asp>. Acesso em: 06 jul. 2013

PARATY – Disponível em: <http://www.paraty.com.br/historia.asp>. Acessado em nov.-2014.

PARATY GUIA - Disponível em: <http://www.paratyvirtual.com.br/festpinga.asp>. Acessado em outubro - 2014

WIPO - World Intellectual Property Organization – Geographical Indications. Disponível em: http://www.wipo.int/geo_indications/en. Acessado em: julho de 2013.

PEDIDOS DE REGISTRO DE INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS

APROVALE – Pedido de registro para o nome geográfico Vale dos Vinhedos na espécie Indicação de Procedência. IG200002, 06 de jul. 2000

APROVALE – Pedido de registro para o nome geográfico Vale dos Vinhedos na espécie Denominação de Origem. IG201008, 16 de ago. 2010

APACAP – Pedido de registro para o nome geográfico Paraty na espécie de Indicação de Procedência IG200602, 27 de nov. de 2006.

CACER - Pedido de registro para o nome geográfico Região do Cerrado Mineiro na espécie de Indicação de Procedência, IG990001, 28 de jan. 1999.

FEDERAÇÃO DOS CAFEICULTORES DO CERRADO MINEIRO - Pedido de registro para o nome geográfico Região do Cerrado Mineiro na espécie de denominação de Origem, IG201011, 11 de nov. 2010.

RELAÇÃO DE ENTREVISTADOS

BARBOSA, Patrícia Maria – Tecnologista em Propriedade Industrial do INPI, especialista em marcas, marcas coletivas, marcas de certificação e indicação geográfica. Entrevista realizada em 20 março de 2015.

BEHEREND, Carlos – Produtor Associado à Associação dos Cafeicultores da Região do Carmo da Paranaíba – ASSOCAFÉ. Entrevista realizada na ocasião da Semana Internacional do Café de 15 a 18 de setembro de 2014.

BETO – Corretor de café no município de Araguari. Rua Jaime Gomes, 389, Centro – Araguari-MG. Entrevista realizada em 01 de novembro de 2014 no município de Araguari-MG

BRANDELLI, Márcio – Diretor da Vinícola Almaúnica. Entrevista realizada em 12 de novembro de 2014. Vale dos Vinhedos – Bento Gonçalves – RS

CARDOSO, Eliana Cristina – Superintendente Executiva da COOCACER Araguari. Entrevista realizada na ocasião da Premiação dos Melhores Produtores de Café de 2014 realizada em 31/10/2014 na cidade de Uberlândia-MG.

CARNEIRO, Norival – Sócio proprietário do Engenho D'Ouro. Entrevista e questionário respondido em 21 de outubro de 2014 na sede da APACAP, Paraty – RJ

CAVAGNI, Danilo – Diretor Executivo da Vinícola Miolo Wine Group. Entrevista realizada em 12 de novembro de 2014. Vale dos Vinhedos – Bento Gonçalves – RS

COSTA, Maria Izabel Gibrail– Sócia Proprietária do Alambique Cachaça Maria Izabel. Entrevista e questionário respondido em 21 de outubro de 2014 na sede da APACAP, Paraty – RJ

DURANTE, Gilberto – Secretário de Turismo da Prefeitura de Bento Gonçalves. Entrevista realizada em 12 de novembro de 2014. Vale dos Vinhedos – Bento Gonçalves – RS

ELI- Produtor de café associado da Cooperativa dos Cafeicultores do Cerrado de Araguari – COOCACER. Entrevista realizada na ocasião da Semana Internacional do Café de 15 a 18 de setembro de 2014.

ELIS- Produtora de café associada da Cooperativa dos Cafeicultores do Cerrado de Araguari – COOCACER. Entrevista realizada na ocasião da Semana Internacional do Café de 15 a 18 de setembro de 2014.

FALCADE, Ivanira - Doutora em Geografia, Professora/Pesquisadora do Mestrado em Biotecnologia e Gestão Vitivinícola. Temas: Regionalização/Indicações Geográficas, Paisagem Universidade de Caxias do Sul – UCS. Entrevista realizada em 13 de novembro de 2014. Vale dos Vinhedos – Bento Gonçalves – RS.

FREDEBERTH – Associado da Associação dos Cafeicultores de Araguari ACA - Entrevista realizada na ocasião da Semana Internacional do Café de 15 a 18 de setembro de 2014.

FREIRE, Lucio – Vice-presidente da Associação dos Produtores e Amigos da Cachaça da Paraty – APACAP. Entrevista realizada em 21 de outubro de 2014 na sede da APACAP, Paraty – RJ

GAMA, Claudio Luiz – Sócio Proprietário do Engenho Corisco. Entrevista e questionário respondido em 21 de outubro de 2014 na sede da APACAP, Paraty – RJ

GALLUCCI, Henrique – Presidente do Conselho de Produtores de Café de Pinhal. Entrevista realizada por telefone em 18/03/2015.

GILBERTO – Gerente de controle de qualidade da Cooperativa de Produção dos Cafeicultores do Cerrado Mineiro. Entrevista realizada em 01 de novembro de 2014 na sede da COOCACER Araguari.

JUNQUEIRA, Lilian – Especialista em café e diretora da Associação dos Produtores de Café de Serra da Mantiqueira – APROCAM. Entrevista realizada na ocasião da Semana Internacional do Café de 15 a 18 de setembro de 2014.

KIRYU, Jorge Nobuhico – Cooperado da Cooperativa Agropecuária do Alto Paranaíba - COOPADAP. Entrevista realizada na ocasião da Semana Internacional do Café de 15 a 18 de setembro de 2014.

LINS, Priscilla – Gerente de Atendimento Coletivo Agronegócios do SEBRAE-MG. Entrevista realizada na ocasião da Semana Internacional do Café de 15 a 18 de setembro de 2014.

LOPES, Sônia – Coordenadora de Comunicação e Marketing da Federação dos Cafeicultores do Cerrado. Entrevista realizada na ocasião da Semana Internacional do Café de 15 a 18 de setembro de 2014.

MACHADO, Rogério Pires – Gerente do Alambique Paratiana. Entrevista e questionário respondido em 21 de outubro de 2014 na sede da APACAP, Paraty – RJ

MARINS, Maira – Tecnologista em Propriedade Industrial. Especialista em processamento administrativo de pedidos de registro de desenho industrial e exame de pedidos de registro de indicação geográfica. Entrevista realizada em 10 de dezembro de 2014.

MELLO, Eduardo – Presidente da Associação dos Produtores e Amigos da Cachaça da Paraty - APACAP. Entrevista realizada em 21 de outubro de 2014 na sede da APACAP, Paraty – RJ

MELLO, Loiva Maria Ribeiro – Pesquisadora em Socioeconômica, EMBRAPA Uva e Vinho. Entrevista realizada em 11 e 13 de novembro de 2014. Vale dos Vinhedos – Bento Gonçalves – RS

MEROLA, Celso - Chefe da Divisão de Política e Desenvolvimento Agropecuário- DPDAG-RJ do MAPA-RJ. Entrevista concedida em 05 de dezembro de 2014 na sede do MAPA-RJ, Rio de Janeiro - RJ

MILAN, Jaime – Consultor Técnico da APROVALE. Entrevista realizada em 11 de novembro de 2014. Sede da APROVALE – Bento Gonçalves – RS

MILAN, Patrícia – Superintendente da Associação de Produtores de Café de Alta Mogiana. Entrevista realizada em 28 de outubro de 2014 por ocasião do evento internacional de indicação geográfica realizado em Belo Horizonte – MG.

MIOLO, Adriano – Superintendente da Vinícola Miolo Wine Group. Entrevista realizada em 12 de novembro de 2014. Vale dos Vinhedos – Bento Gonçalves – RS

NUNES, Maria Helena - Pesquisadora em Propriedade Industrial do INPI. Especialista em exame de patentes e pedidos de registro de indicações geográficas. Entrevista realizada em 10 de dezembro de 2014.

OLIVEIRA, Gabriel Afonso – Especialista em café da Associação dos AMSC. Entrevista realizada na ocasião da Semana Internacional do Café de 15 a 18 de setembro de 2014.

OLIVEIRA, Gilberto – Gerente de qualidade da COOCACER Araguari. Entrevista realizada em 31/10/2014 na sede da COOCACER, Araguari-MG

PAULO - Associado da Associação dos Cafeicultores de Araguari ACA - Entrevista realizada na ocasião da Semana Internacional do Café de 15 a 18 de setembro de 2014.

PEDREIRA, Raul Bittencourt – Tecnologista em Propriedade Industrial, especialista em registro de indicações geográficas do Instituto Nacional da Propriedade Industrial – INPI. Respostas ao formulário de entrevista semiestruturada enviadas em 05 de dezembro de 2014, INPI, Rio de Janeiro – RJ.

PIZZATO, Flávio – Diretor da Vinícola Pizzato Vinhas e Vinhos. Entrevista realizada em 12 de novembro de 2014. Vale dos Vinhedos – Bento Gonçalves – RS

RESENDE, José – Diretor da Associação dos Cafés especiais do Norte do Paraná – ACEMPP. Entrevista realizada na ocasião da Semana Internacional do Café de 15 a 18 de setembro de 2014.

SILVA, Celma – Associada da Associação dos Cafeicultores de Araguari - ACA - Entrevista realizada na ocasião da Semana Internacional do Café de 15 a 18 de setembro de 2014.

SILVA, Marcos Geraldo Alves – Gerente Regional do Triângulo Mineiro. Entrevista realizada na ocasião da Semana Internacional do Café de 15 a 18 de setembro de 2014.

TAFFAREL, João Carlos – Supervisor do Setor de Prospecção, Gestão e Avaliação de Tecnologias, EMBRAPA Uva e Vinho. Entrevista realizada em 11 de novembro de 2014. Vale dos Vinhedos – Bento Gonçalves – RS

TARABAL, Juliano – Diretor de Marketing da Federação dos Cafeicultores do Cerrado. Entrevista realizada na ocasião da Semana Internacional do Café de 15 a 18 de setembro de 2014.

TONIETTO, Jorge – Pesquisador A, Zoneamento/Indicações Geográficas da EMBRAPA Uva e Vinho. Entrevista realizada em 11 e 13 de novembro de 2014. Vale dos Vinhedos – Bento Gonçalves – RS.

VALDUGA, Rogério – Diretor da Vinícola Torcello. Entrevista realizada em 12 de novembro de 2014. Bento Gonçalves – RS

ZANUS, Mauro Celso – Chefe Geral da EMBRAPA Uva e Vinho. Entrevista realizada em 13 de novembro de 2014. Vale dos Vinhedos – Bento Gonçalves – RS

APÊNDICES

Apêndice I: Correspondência eletrônica solicitando confirmação das entrevistas agendadas com os principais atores identificados nos estudos de casos



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
Instituto de Economia (IE)
Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento - (PPED)

Prezado Sr. xxxxx,

Conforme nosso contato prévio, venho solicitar seu auxílio em minha pesquisa sobre indicações geográficas brasileiras. Estou organizando um pesquisa de campo, por conta de meu trabalho de tese de doutorado na UFRJ/IE, em três indicações geográficas brasileiras registradas no INPI, sendo uma delas, referente à IG xxxx.

O trabalho consiste em entrevistar alguns atores relevantes locais procurando identificar mudanças perceptíveis no ambiente socioeconômico e institucional local, relacionados à atividade distinguida pela IG, que possam ser atribuídas ao reconhecimento oficial obtido pelo registro no INPI. Tento relacionar estratégias de desenvolvimento local com o reconhecimento das IG(s) e avaliar o atual estágio de evolução do sistema no Brasil e discutir a tese de que o reconhecimento de IG pode ser utilizado como ferramenta na melhoria da coordenação entre produtores e desenvolvimento local. Desta forma, necessito entrevistar os atores relevantes, entre elas instituições de apoio e fomento à IG, entidades representativas de produtores, produtores envolvidos na produção do produto distinguido pela IG, entre outros.

Conforme sugerido em nosso contato prévio, pretendo estar em xxxx na data de xx/xx/2014 e gostaria de poder contar com sua colaboração nas entrevistas de percepção quanto aos avanços obtidos a partir do reconhecimento da IG xxxx. Portanto, solicito a confirmação do local e horário da reunião e sua autorização para a coleta de informações.

Agradeço desde já sua ajuda e a de todos integrantes da xxxx.

Atenciosamente,

Luiz Claudio de Oliveira Dupim
Pesquisador em Propriedade Industrial - INPI
Doutorando em Políticas Públicas e Estratégias de Desenvolvimento
PPED/IE/UFRJ
Tel.: +55 (21) 3037-4042
luiz.dupim@ie.ufrj.br

Apêndice II – Questionário estruturado

Objetivo: Percepção do setor produtivo com relação ao reconhecimento de indicação geográfica

Modelo de questionário

Indicação Geográfica:

Data da entrevista (dd/mm/aaaa) -

Nome do entrevistado –

1- Caracterização dos atores do setor produtivo:

() Produtor de matéria prima () Produtor do produto final () Outros: _____

Participa ou participou de alguma ação para o reconhecimento da localidade como indicação geográfica?

() Sim () Não

2- Entendimento do tema:

Qual é o seu entendimento a respeito de indicação geográfica?

- () Local que identifica a origem de determinado produtos/serviços
 () Indicação de algum espaço geográfico
 () Produto ou serviço cuja qualidade/característica está relacionada com sua origem geográfica
 () Propriedade industrial que pode ser registrada no INPI
 () Não sei o que significa

Em sua opinião qual a importância do registro de indicação geográfica no INPI:

- () Certificação dos produtos quanto a qualidade e origem
 () Proteção ao uso do nome do local para comercialização de determinado produtos ou serviços
 () Apropriação do nome do local que serve como referência para determinado produto/serviço
 () Útil como propaganda e aumento da visibilidade do local

3- Expectativa sobre o reconhecimento:

Quais eram os benefícios esperados do reconhecimento da Indicação Geográfica?

- () Melhorar a comercialização () Melhorar o valor dos produtos
 () Melhorar a organização o setor () Melhorar a qualidade dos produtos
 () Melhorar a visibilidade dos produtos/local

Após o reconhecimento da IG quais foram os benefícios perceptíveis:

- () Aumento na procura dos produtos () Valorização dos produtos
 () Melhora da cooperação do setor () Introdução de inovações
 () Facilidade em conseguir crédito () Não houve benefícios aparentes

Com relação a valorização da matéria prima ou dos produtos acabados, após o reconhecimento:

- () Aumentou menos de 5% () aumentou de 10 a 20%
 () Aumentou mais de 30% () Não aumentou
 () O valor hoje está mais baixo () O aumento ou diminuição do valor nada tem haver com a IG

Em sua opinião quais são principais dificuldades em se alcançar os benefícios esperados?

- () Dificuldade de unir o setor () Falta de incentivos
 () Falta de conhecimento sobre o tema () Falta de divulgação
 () Falta de recursos () Falta de uma política de incentivo e fomento

4- Desenvolvimento local

Segundo sua percepção, após o reconhecimento como IG quais mudanças no local você atribuiria a IG:

- () Aumento do turismo/comércio () Aumento da auto estima dos moradores
 () Aumento da visibilidade do local () Aumento da coordenação dos membros da cadeia produtiva
 () Não percebi melhora

Em sua opinião quais os setores que mais se beneficiaram do reconhecimento da IG?

- () Produtor de matéria prima () Os grandes produtores
 () Turismo e comércio () Os pequenos e médios produtores
 () Quem exporta () Somente um pequeno grupo de produtores

Em sua opinião, ocorreu diminuição do uso do nome do local por produtores de outros locais?

- () Bastante () Alguma diminuição
 () Não houve mudança () Não, pelo contrário aumentou as falsificação

Apêndice IV – Roteiro de entrevistas semiestruturadas

Objetivo: Verificar a percepção das instituições de fomento e apoio técnico – científico quanto às metas alcançadas com a estruturação das IG(s)

Modelo de questionário

Nome da Indicação Geográfica:

Data da entrevista (dd/mm/aaaa) -

Nome do entrevistado:

Instituição:

Caracterização do ator:

() Instituição governamental de fomento () Instituição de apoio técnico-científico

() Instituição responsável pelo registro () Instituição de apoio a projetos de IG

() Outros: _____

Histórico:

Qual foi a participação da instituição no reconhecimento da IG?

E após o reconhecimento?

Os projetos de fomento alcançaram os objetivos esperados?

Se sim, de que forma?

Se não, quais foram as dificuldades?

Qual a participação na estruturação da IG?

Quais as motivações para a busca do reconhecimento da IG?

Resultados esperados

Quais foram os benefícios esperados?

Quais foram os benefícios obtidos?

Quais são principais dificuldades encontradas para se alcançar os benefícios esperados?

Em sua opinião houve melhoria na visibilidade do local?

Em sua opinião houve aumento na procura dos produtos?

Os objetivos institucionais foram alcançados?

Desenvolvimento local

Houve melhora na organização dos produtores?

Em sua opinião, o desenvolvimento do setor se traduz em melhoria socioeconômica?

Cite exemplos:

Qual a participação da IG neste processo?

Marco Legal

O atual marco legal proporciona a devida proteção às IG?

() É adequado () Pouco adequado () Não adequado

Quais dificuldades você citaria?

Quais melhorias você sugere?

Apêndice V – Dados secundários relativos ao estudo de caso 01: Indicação Geográfica Vale dos Vinhedos

SETOR VITÍCOLA

Nº de estabelecimentos

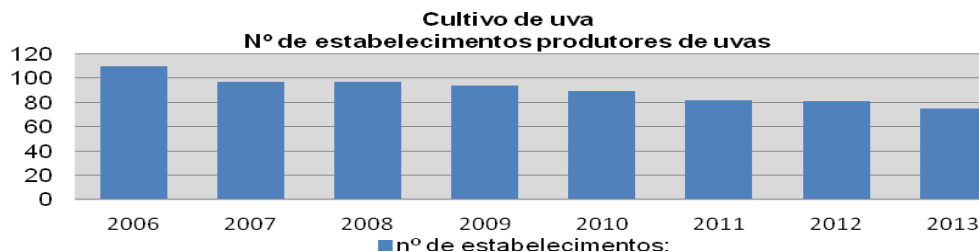


Gráfico 01: Variação das unidades produtoras de uvas no município de Bento Gonçalves (2006 a 2013)
Fonte: MTE-CAGED (2014)

Nº de empregos gerados

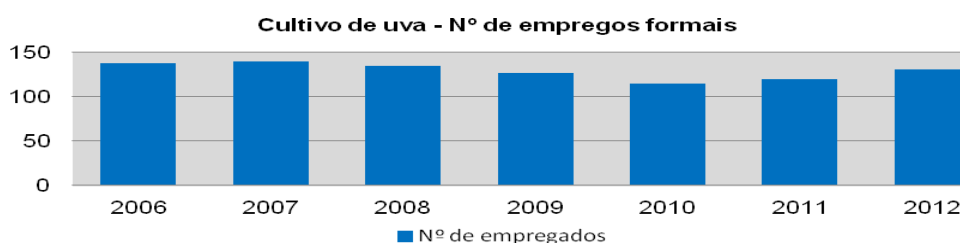


Gráfico 02: Variação do nº de trabalhadores no cultivo da uva no município de Bento Gonçalves (2006 a 2013)
Fonte: MTE-CAGED (2014)

Produção

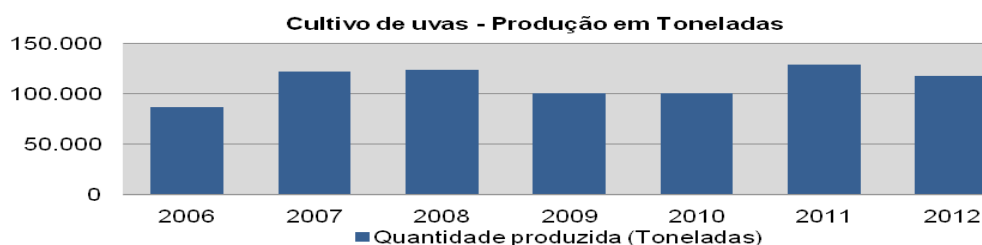


Gráfico 03: Variação da produção de uvas em Bento Gonçalves (período de 2006 a 2012)
Fonte: IBGE (2014)

Produtividade



Gráfico 04: Variação de produtividade no cultivo da uva no Vale dos Vinhedos considerando o município de Bento Gonçalves (2000 a 2012)
Fonte: IBGE (2014)

Valor da produção

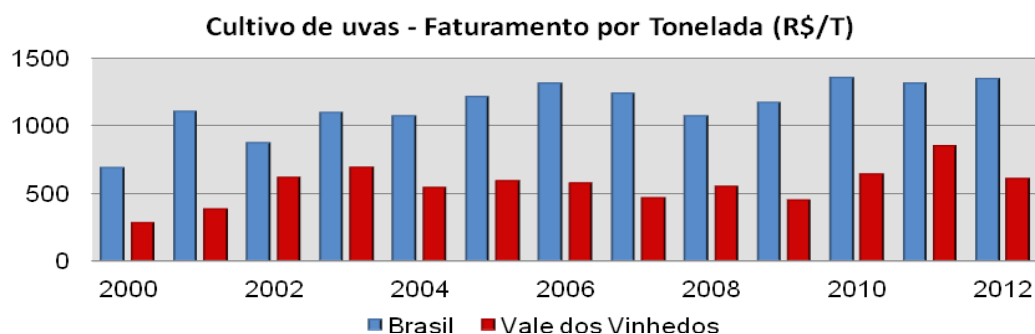


Gráfico 05: Variação do valor da produção do cultivo da uva no Vale dos Vinhedos considerando o município de Bento Gonçalves (2000 a 2012)
Fonte: IBGE (2014)

Faixa salarial

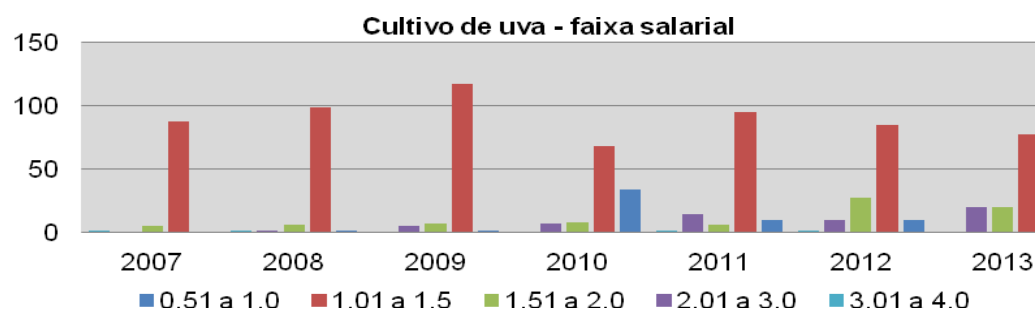


Gráfico 06: Variação da faixa salarial dos empregados no cultivo da uva no Vale dos Vinhedos considerando o município de Bento Gonçalves (2000 a 2012)
Fonte: MTE – CAGED (2014)

Nível de escolaridade

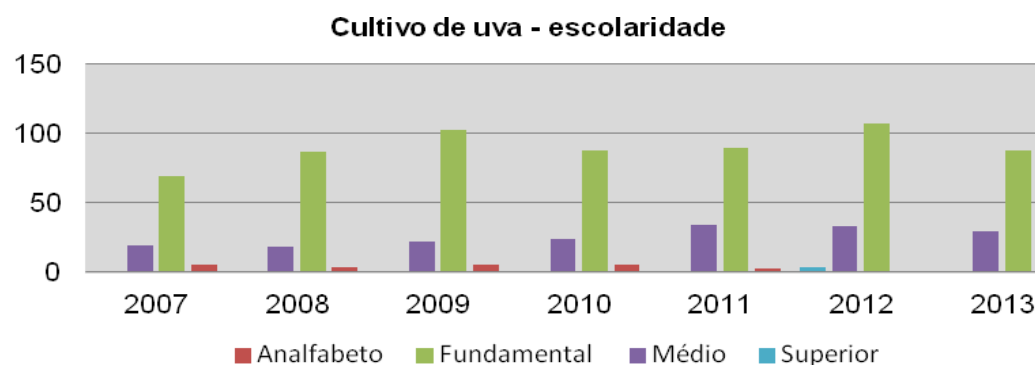


Gráfico 07: Variação do nível de escolaridade dos empregados no cultivo da uva no Vale dos Vinhedos considerando o município de Bento Gonçalves (2000 a 2012)
Fonte: MTE – CAGED (2014)

SETOR VINÍCOLA

Nº de estabelecimentos

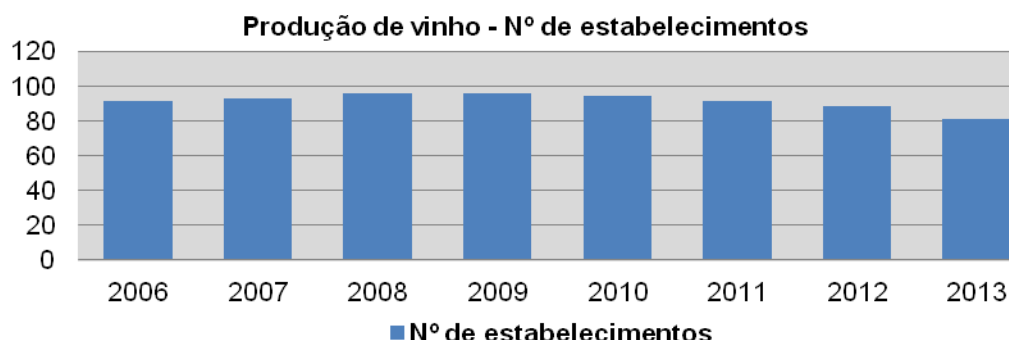


Gráfico 08: Variação do nº de estabelecimentos de produção de vinho no Vale dos Vinhedos considerando o município de Bento Gonçalves (2000 a 2012)

Fonte: RAIS-MTE (2014)

Nº de empregos

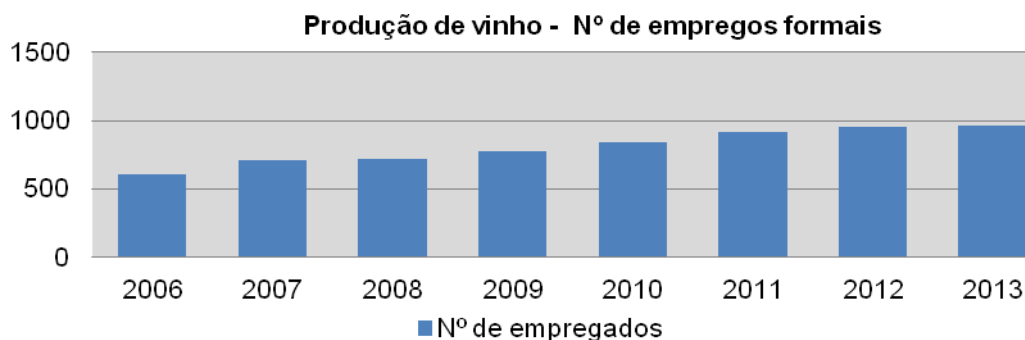


Gráfico 09: Evolução no nº de empregos formais na produção de vinho no Vale dos Vinhedos considerando o município de Bento Gonçalves (2000 a 2012)

Fonte: MTE - CAGED (2014)

Faixa salarial

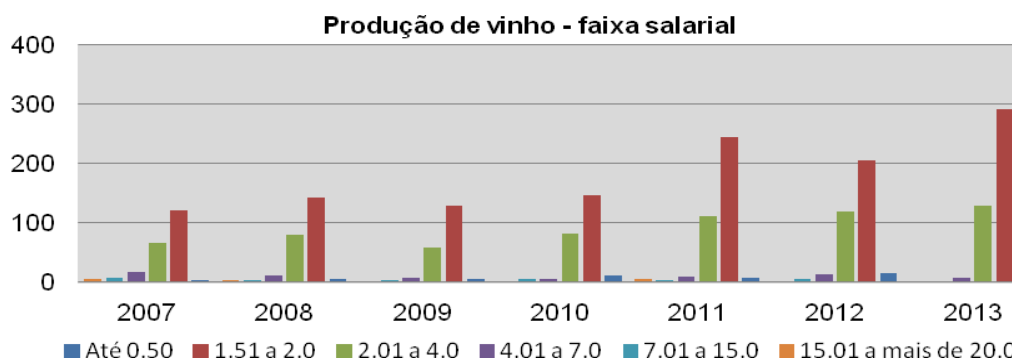


Gráfico 10: Evolução da faixa salarial dos empregados na produção de vinho no Vale dos Vinhedos considerando o município de Bento Gonçalves (2000 a 2012)

Fonte: MTE - CAGED (2014)

Nível de escolaridade

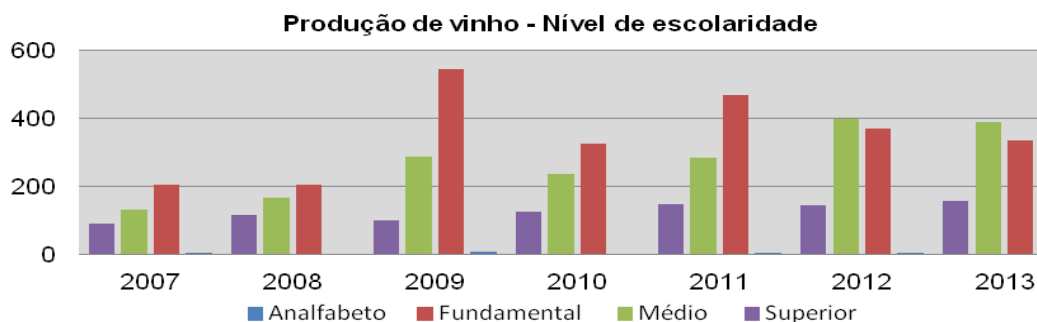


Gráfico 11: Evolução no nível de escolaridade dos empregados na produção de vinho no Vale dos Vinhedos considerando o município de Bento Gonçalves (2000 a 2012)
Fonte: MTE - CAGED (2014)

SETOR DE ALOJAMENTOS E ALIMENTAÇÃO

Nº de estabelecimentos

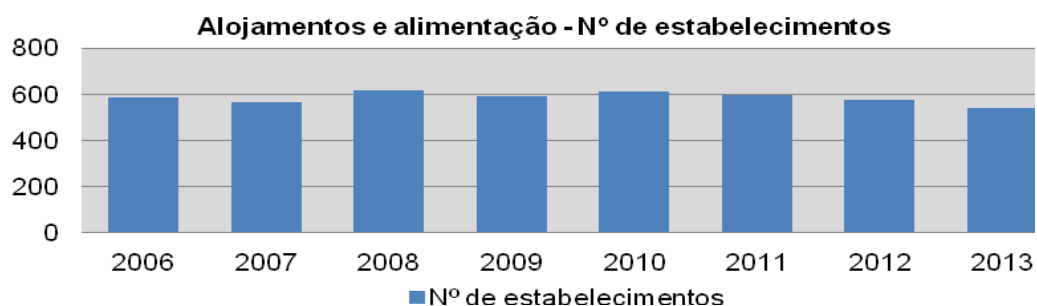


Gráfico 11: Variação no nº de estabelecimentos dos setores de alojamentos e alimentação em Bento Gonçalves por ano (período de 2006 a 2013)
Fonte: MTE – RAIS (2014)

Nº de empregos gerados

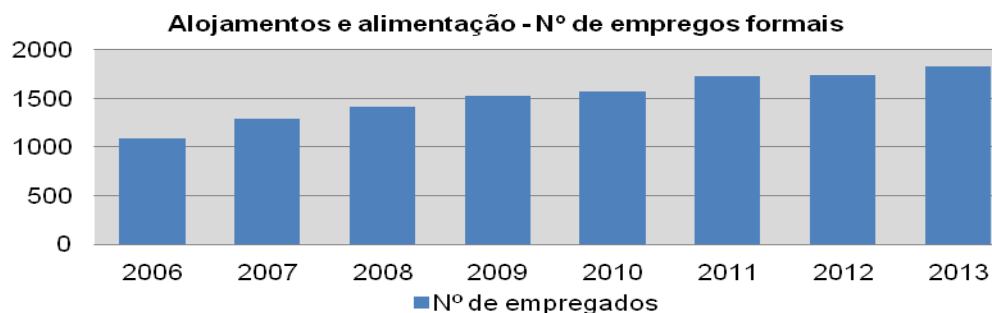


Gráfico 12: Variação no nº de empregos formais nos setores de alojamentos e alimentação no Vale dos Vinhedos considerando o município de Bento Gonçalves (2006 a 2013)
Fonte- MTE – RAIS (2014)

Faixa salarial

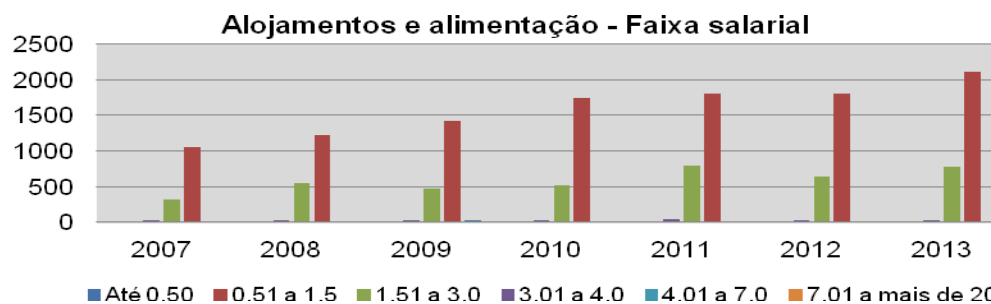


Gráfico 13: Variação da faixa salarial dos empregados nos setores de alojamentos e alimentação no Vale dos Vinhedos considerando o município de Bento Gonçalves (2006 a 2013)

Fonte- MTE – CAGED (2014)

Nível de escolaridade

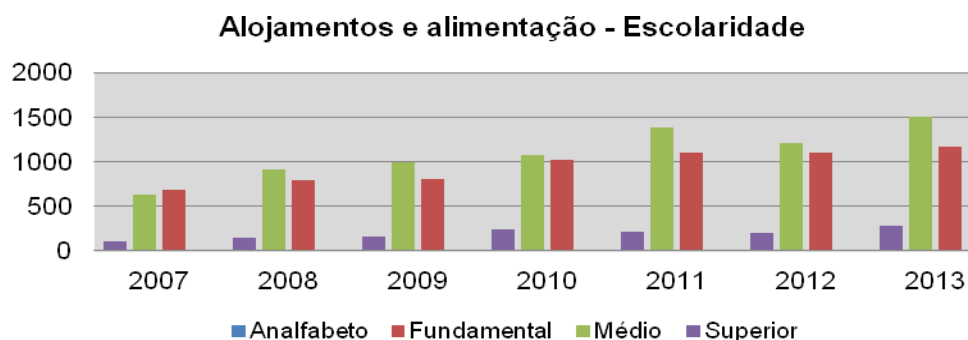


Gráfico 14: Variação do nível de escolaridade dos empregados nos setores de alojamentos e alimentação no Vale dos Vinhedos considerando o município de Bento Gonçalves (2006 a 2013)

Fonte- MTE – CAGED (2014)

**Apêndice VI - Dados secundários relativos ao estudo de caso 02:
Indicação Geográfica Região do Cerrado Mineiro.**

CULTIVO DE CAFÉ

Nº de estabelecimentos

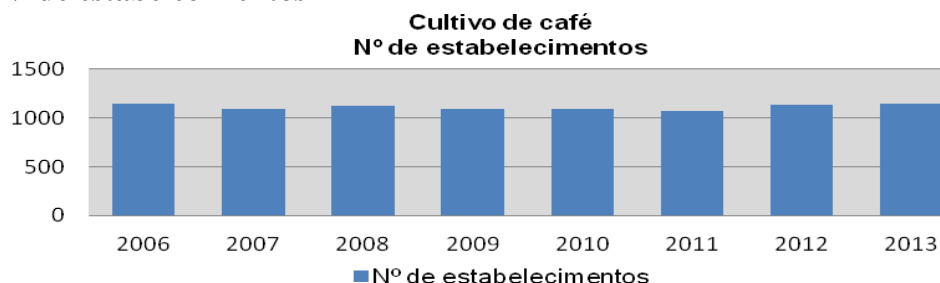


Gráfico 01: Variação no nº de estabelecimentos produtores de café nos municípios selecionados da IG Região do Cerrado Mineiro considerando os municípios mais relevantes (2006 a 2013).

Fonte: MTE/RAIS (2014)

Nº de empregos

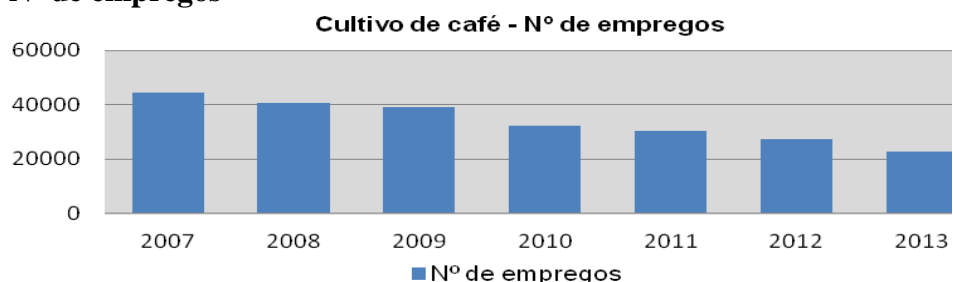


Gráfico 02: Variação no nº de empregos gerados no cultivo de café nos municípios selecionados da IG Região do Cerrado Mineiro considerando os municípios mais relevantes (2007 a 2013)

Fonte: Dados MTE/RAIS (2014)

Faixa salarial

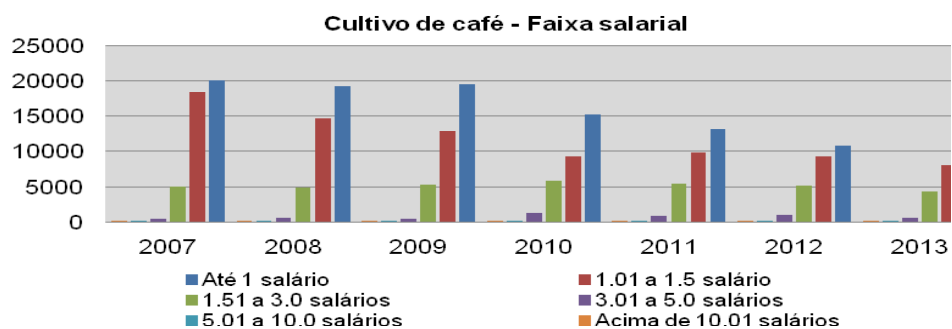


Gráfico 03: Variação da faixa salarial para os empregados no cultivo de café para a IG Região do Cerrado Mineiro considerando os municípios mais relevantes (2007 a 2013)

Fonte: Dados MTE/RAIS (2014)

Escolaridade

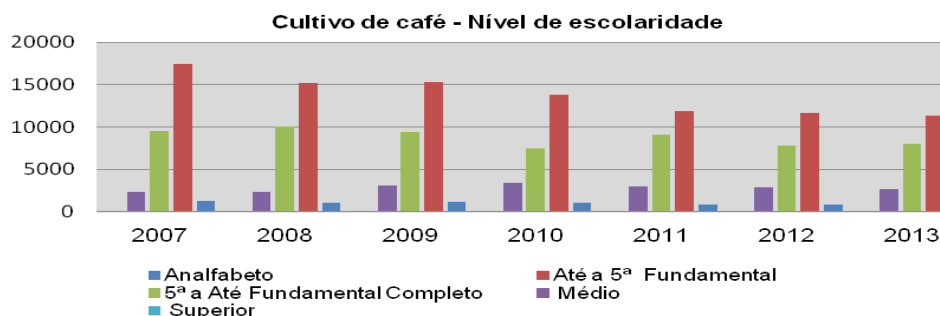


Gráfico 04: Variação da escolaridade dos empregados no cultivo de café (2007-2013)

Fonte: Dados MTE/RAIS (2014)

Produtividade

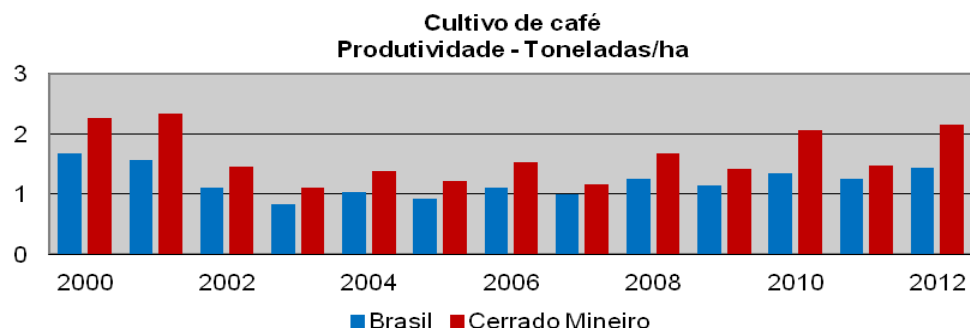


Gráfico 05: Variação da produtividade na produção de café no Cerrado Mineiro e Brasil (2000 a 2012)

Fonte: IBGE (2014)

Valor da produção por Tonelada

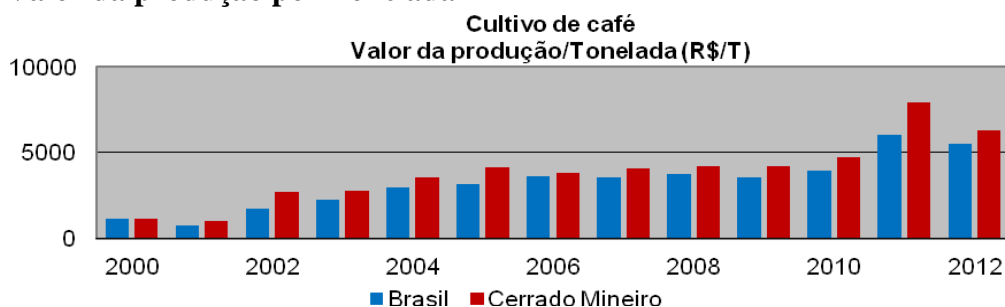


Gráfico 06: Evolução no valor da produção de café por tonelada considerado os municípios selecionados da IG Região do Cerrado Mineiro (2000 a 2012)

Fonte: Dados IBGE (2014) - Valores a preços correntes

TORREFAÇÃO E MOAGEM DE CAFÉ

Nº de estabelecimentos

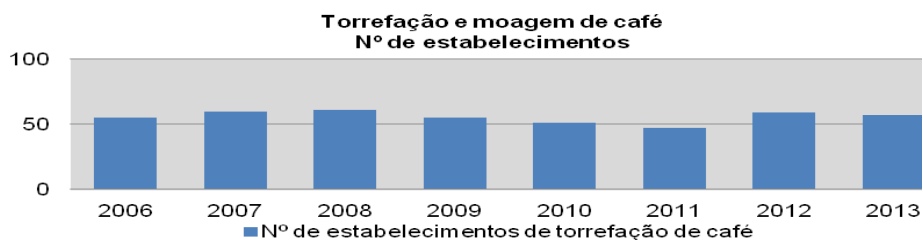


Gráfico 07: Variação do nº de estabelecimentos de torrefação de café nos municípios selecionados da IG Região do Cerrado Mineiro (2006 a 2013)

Fonte: MTE-RAIS (2014)

Nº de empregos formais

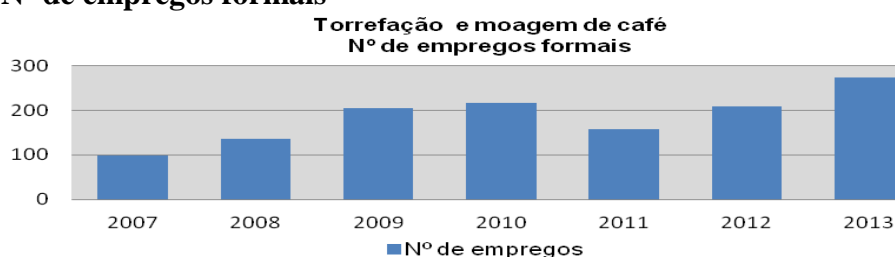


Gráfico 08: Variação no nº de empregos gerados na torrefação de café nos municípios selecionados da IG Região do Cerrado Mineiro (2006 a 2013)

Fonte: MTE-CAGED (2014)

Faixa salarial

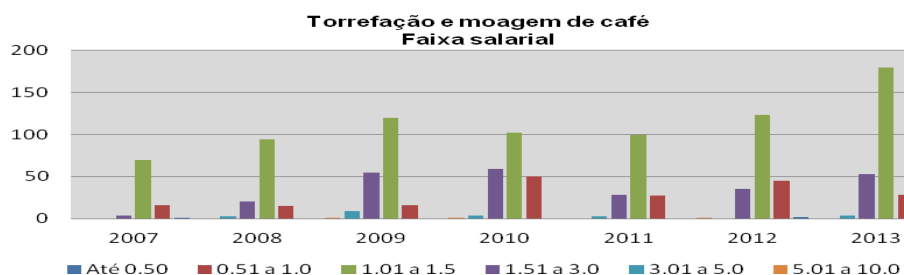


Gráfico 09: Variação na faixa salarial dos empregados no setor de torrefação de café nos municípios selecionados da IG Região do Cerrado Mineiro (2006 a 2013)

Fonte: MTE-CAGED (2014)

Nível de escolaridade

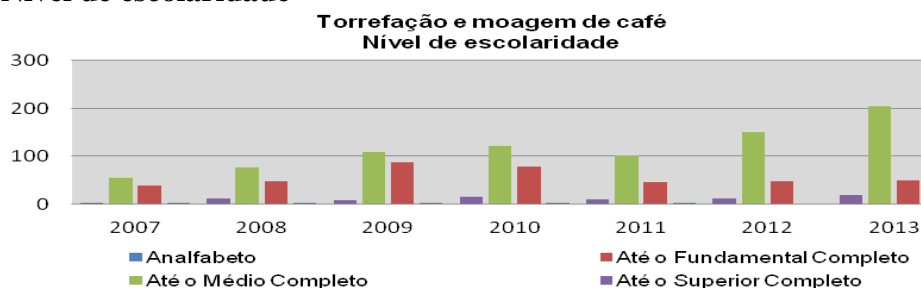


Gráfico 10: Variação no nível de escolaridade dos empregados na torrefação de café nos municípios selecionados da IG Região do Cerrado Mineiro (2006 a 2013)

Fonte: MTE-CAGED (2014)

**Apêndice VII - Dados secundários relativos ao estudo de caso 03:
Indicação geográfica Paraty.**

PRODUÇÃO DE CANA-DE-AÇUCAR

Observação: Os dados obtidos no MTE/RAIS para a produção de cana-de-açúcar no município de Paraty com relação ao nº de estabelecimentos, nº de empregos, faixa salarial e nível de escolaridade não foram conclusivos, provavelmente em função do alto grau de informalidade observado na pesquisa de campo para este ramo de atividade no município pesquisado.

Nº de estabelecimentos

| <i>Tipo Estabelecimento</i> | <i>2008</i> | <i>2009</i> | <i>2010</i> | <i>2011</i> | <i>2012</i> | <i>2013</i> |
|-----------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Cnpj | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Cei | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| Total | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 |

Tabela 01: Variação no nº de estabelecimentos produtores de cana-de-açúcar no município de Paraty período de (2008 a 2013). **Observação:** Fonte: MTE/RAIS (2014)

Nº de empregos

| <i>Nº de empregados</i> | <i>2008</i> | <i>2009</i> | <i>2010</i> | <i>2011</i> | <i>2012</i> | <i>2013</i> |
|-------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 |

Tabela 02: Variação no nº de empregos gerados no cultivo de cana-de-açúcar no município de Paraty (período de 2008 a 2013)
Fonte: Dados MTE- CAGED (2014)

Faixa salarial

| <i>Faixa salarial</i> | <i>2008</i> | <i>2009</i> | <i>2010</i> | <i>2011</i> | <i>2012</i> | <i>2013</i> |
|-----------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 1 a 1,5 salários | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 |

Tabela 03: Variação da salarial para os empregados no cultivo de cana-de-açúcar no município de Paraty (período de 2008 a 2013)
Fonte: Dados MTE - CAGED (2014)

Nível de escolaridade

| <i>Escolaridade</i> | <i>2008</i> | <i>2009</i> | <i>2010</i> | <i>2011</i> | <i>2012</i> | <i>2013</i> |
|----------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Analfabeto | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 5ª série fundamental | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Total | | | | | | 2 |

Tabela 04: Variação da escolaridade dos empregados no cultivo de cana-de-açúcar no município de Paraty período de (2008 a 2013)
Fonte: Dados MTE – CAGED (2014)

Produtividade

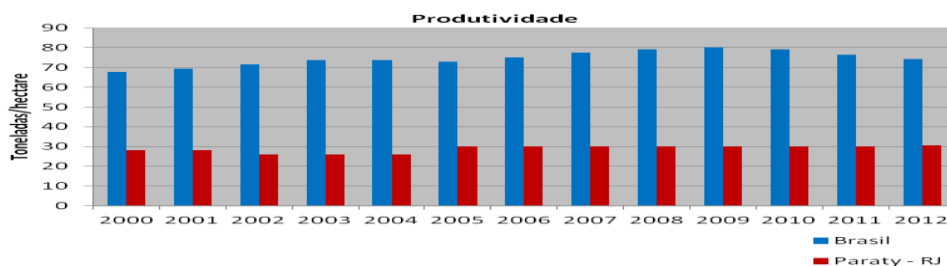


Gráfico 05: Variação da produtividade na produção de cana-de-açúcar no município de Paraty (2000 a 2013)
Fonte: IBGE (2014)

Valor da produção

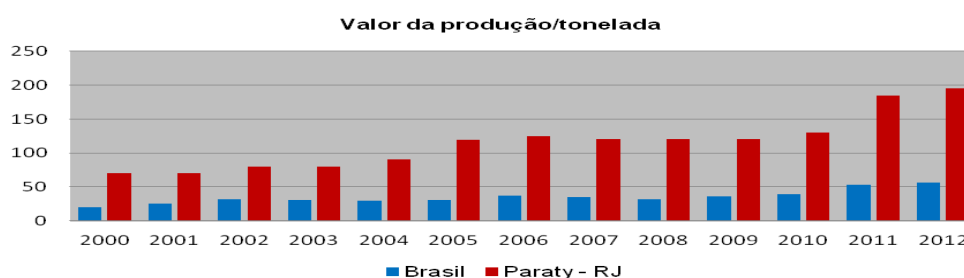


Gráfico 06: Evolução no valor da produção de cana-de-açúcar em valores nominais por tonelada no município de Paraty período de (2008 a 2013)
Fonte: IBGE (2014)

PRODUÇÃO DE AGUARDENTE DE CANA E BEBIDAS DESTILADAS

Nº de estabelecimento produtores

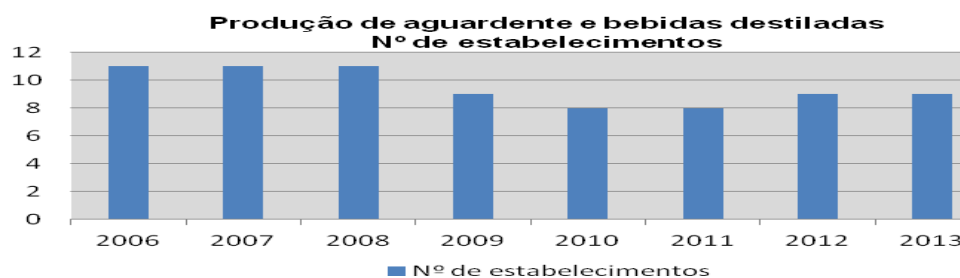


Gráfico 07: Variação do nº de estabelecimentos de torrefação de café nos municípios selecionados da IG Região do Cerrado Mineiro (2006 a 2013)
Fonte: MTE-RAIS, (2014)

Nº de empregos

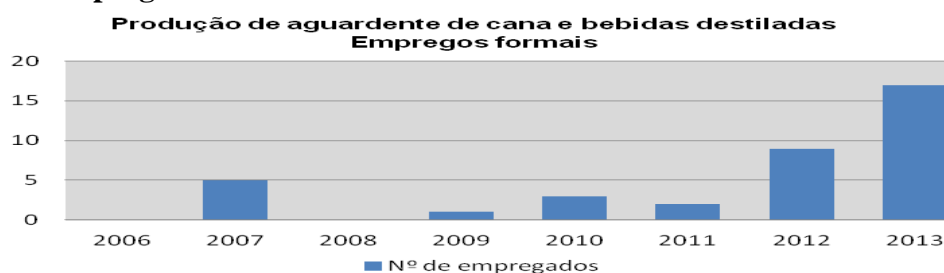


Gráfico 08: Evolução do nº de empregos na produção de aguardente de cana e bebidas destiladas no município de Paraty período de (2007 a 2013)

Fonte: MTE-RAIS, (2014)

Faixa salarial

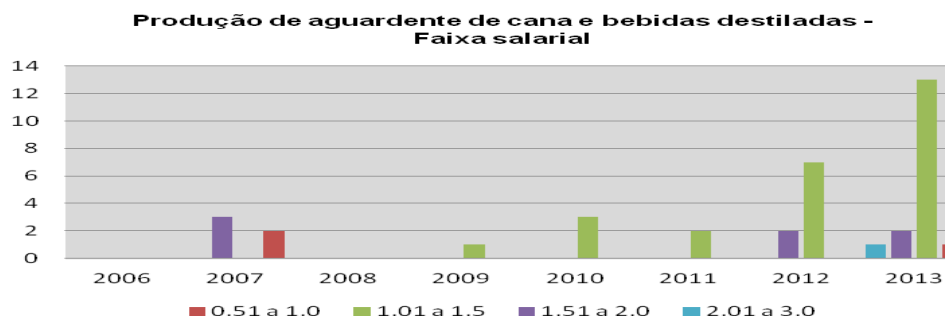


Gráfico 09: Variação da faixa salarial dos empregados na produção de aguardente de cana e destilados no município de Paraty (período de 2006 a 2013)

Fonte: MTE-CAGED (2014)

Nível de escolaridade

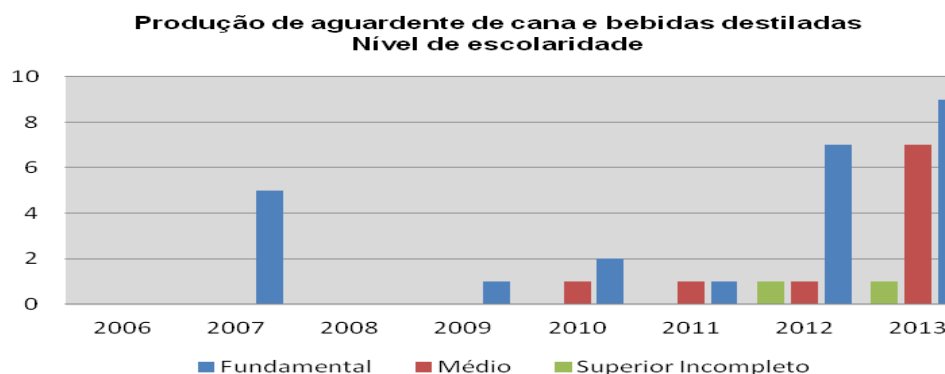


Gráfico 10: Variação no nível de escolaridade dos empregados na produção de aguardente de cana e destilados no município de Paraty (período de 2006 a 2013)

Fonte: MTE-CAGED (2014)

SETOR DE ALOJAMENTOS E ALIMENTAÇÃO

Nº de estabelecimentos

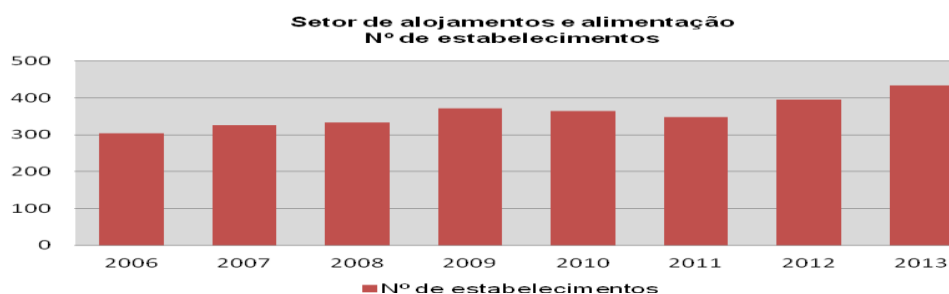


Gráfico 11: Variação no nº de estabelecimentos no setor de alojamentos e alimentação no município de Paraty (período de 2006 a 2013)

Fonte: MTE-RAIS (2014)

Nº e empregos gerados



Gráfico 12: Variação do nº de empregos gerados pelo setor de alojamentos e alimentação no município de Paraty (2006 a 2013)

Fonte: MTE-CAGED (2014)

Faixa salarial

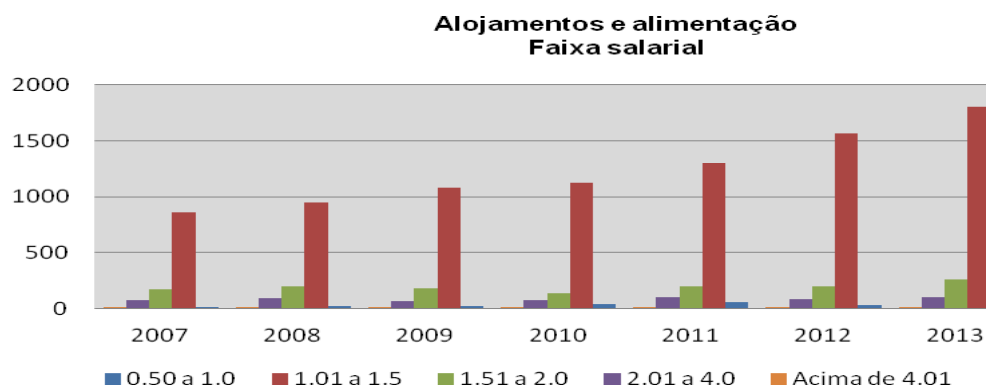


Gráfico 13: Variação faixa salarial dos empregados do setor de alojamentos e alimentação no município de Paraty (2006 a 2013)

Fonte: MTE-CAGED (2014)

Nível de escolaridade

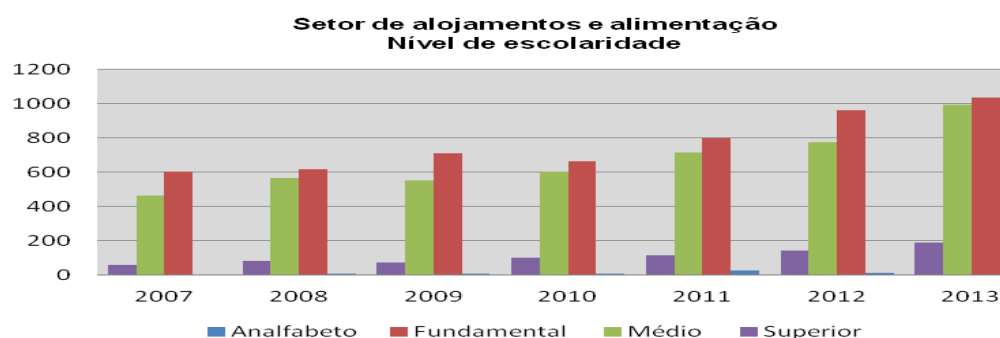


Gráfico 14: Variação no nível de escolaridade dos empregados do setor de alojamentos e alimentação no município de Paraty (2006 a 2013)

Fonte: MTE-CAGED (2014)