

# ANÁLISE DE PEDIDOS DE INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS PARA DEFINIÇÃO DE CRITÉRIOS QUE POSSAM CONTRIBUIR PARA A COMPETITIVIDADE DO AGRONEGÓCIO BRASILEIRO

Cruz, Maria Clara da<sup>1</sup>  
Sluszz, Thaisy<sup>2</sup>  
Bivanilda de Almeida Tápias<sup>3</sup>  
Pezzini, Tomaz Gelson<sup>4</sup>

## Introdução

A estratégia regional de implantação de uma Indicação Geográfica (IG) supõe o fortalecimento da cadeia produtiva local. Esse fortalecimento é requerido nos aspectos técnicos e operacionais; na melhor estruturação na relação de redes locais e globais; na capacitação mercadológica para a organização de produtores locais; e na valoração da identidade local e dos produtos dali oriundos.

A implementação de uma IG como reconhecimento de uma região significa que são identificadas características especiais em suas dimensões geográficas e histórico-culturais as quais possuem forte apelo mercadológico. Isto faz com que os produtos originados na área geográfica conquistem vantagens competitivas em relação aos seus concorrentes, fixando a marca, aumentando a fidelidade dos consumidores, a demanda e conseqüentemente, gerando empregos e renda para a comunidade onde está inserida.

Nesses termos, os países da Europa são exemplos de agregação de valor aos produtos, geração de renda para os agricultores e aumento da competitividade de uma determinada região. Neste continente, desde o século XIV, existe a regulamentação técnica e legal das IGs. Atualmente, a União Européia conta com mais de três mil marcas de produtos protegidos sob esta égide (IBGE, 2006).

Esse número, mostra a importância da IG para a competitividade de produtos e setores, principalmente no comércio internacional, como é o caso do *Champagne*, *Roquefort* e *Cognac*, regiões da França que se tornaram nomes dos produtos fabricados localmente e

---

<sup>1</sup> Analista da Coordenadoria de Gestão Tecnológica da Assessoria de Inovação Tecnológica – CGT/AIT/Embrapa. E-mail: [maria.clara@embrapa.br](mailto:maria.clara@embrapa.br) Tel: (61)3448-4253

<sup>2</sup> Analista da Coordenadoria de Gestão da Inovação da Assessoria de Inovação Tecnológica – CGI/AIT/Embrapa. E-mail: [thaisy@sede.embrapa.br](mailto:thaisy@sede.embrapa.br) Tel: (61)3448-4545

<sup>3</sup> Coordenadora da Coordenadoria de Incentivo à Indicação Geográfica de Produtos Agropecuários – DEPTA/MAPA. E-mail: [bivanilda.tapias@agricultura.gov.br](mailto:bivanilda.tapias@agricultura.gov.br) Tel: (61) 61 3218-2237

<sup>4</sup> Fiscal Federal Agropecuário. DEPTA/MAPA. E-mail: [tomaz.pezzini@agricultura.gov.br](mailto:tomaz.pezzini@agricultura.gov.br) Tel: (61)32182918

possuem a qualidade superior vinculada a este. São produtos extremamente competitivos no mercado internacional, sendo considerados produtos “top de linha”.

No Brasil, a maior parte das IG's estão relacionadas a áreas com produção agroindustrial. Entretanto, parte significativa dos processos de solicitação de reconhecimento por Indicações Geográficas são indeferidos ou arquivados. Até abril de 2008 apenas quatro regiões possuem Indicação de Procedência reconhecidas pelo INPI, que são: Vale dos Vinhedos (vinhos da serra do Rio Grande do Sul), Paraty (bebida de aguardente da cidade de Paraty, Rio de Janeiro) e Pampa Gaúcho da Campanha Meridional (carne da região centro-sul do Rio Grande do Sul), usufruindo, assim, de vantagem competitiva, inclusive no comércio internacional.

Pela importância que as Indicações Geográficas possuem no mercado competitivo atual, e a observada dificuldade dos produtores nacionais conseguirem o reconhecimento de seus produtos por IG's pelos órgãos competentes, elaborou-se este estudo com o objetivo de identificar as principais causas de não aprovação dos pedidos de IG's, para verificar quais os critérios fundamentais que devem ser observados para tal obtenção.

De acordo com os parâmetros estabelecidos por DIEHL e TATIM (2004) o presente estudo tem seu caráter exploratório e visa à investigação de um fenômeno em seu contexto real por meio de consultas a dados secundários. Os dados foram coletados nos despachos relativos às IG's publicados na Revista da Propriedade Industrial (RPI) baseados nos pareceres emitidos pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial – órgão federal que detém a competência de analisar os processos de pedido de reconhecimento de Indicações Geográficas no Brasil. Quanto à análise destes, a técnica utilizada foi à interpretativa. Este tipo de técnica auxiliou na contextualização das informações (TRIVIÑOS, 1992).

## **Capítulo 1. Indicações Geográficas: histórico e conceitos**

Vem da Europa a cultura de regulamentação técnica e legal das indicações geográficas e denominações de origem. Legendre (1995) assinala que é muito antigo o costume de designar os produtos com o nome do lugar de sua fabricação ou de sua colheita.

Historicamente, produtos são rotulados e distinguidos desde os primórdios da era romana, quando seus generais e o próprio Imperador César recebiam ânforas (vasos antigos) de vinho com a indicação da região de proveniência e produção controlada da bebida de sua preferência. Também existem relatos que remontam ao século 4 a.C., na Grécia, com os vinhos de Coríntio, de Ícaro e de Rodhes. No Império Romano, com o mármore de *Carrara* e com os vinhos de *Falerne* (KAKUTA et al., 2006).

Segundo Porto (2007), na Idade Média, os monges e os bispos passam a desenvolver e a divulgar a cultura vinícola e suas técnicas por acreditarem na relevância do vinho durante a liturgia. Neste período também surgem textos de caráter protecionistas e corporativistas tais como *Privilège de Bourdeaux* e *Les Edits de Phillippe Iê Bon* destinados a manter a reputação dos vinhos de *Bourgogne*, com vistas principalmente à proibição do uso de certas videiras e certos adubos. Vários decretos reais são editados sob essa concepção a partir do século VI.

Entretanto, após a Revolução Francesa, a proteção por Indicações Geográficas passa a ser quase inexistente na Europa, para ser retomada após a II Guerra Mundial, quando o uso desta proteção passa a constituir uma estratégia de valorização e individualização dos produtos produzidos por pequenos produtores (principalmente franceses) para se recuperar dos danos econômicos causados pela guerra; assim como uma estratégia de valorização de pequenas regiões agrícolas (Porto, 2007).

Ainda, segundo a mesma autora, no caso específico do Brasil, a institucionalização das Indicações Geográficas no Brasil esteve associada a um processo que tem seu início no final do século XIX como pode ser observado abaixo (Porto, 2007):

- 1891 – Adesão do Brasil ao Protocolo de Madrid (Acordo que estabelece o regime internacional de proteção de marcas), exclusivamente ao que se refere às Indicações de Procedência;
- 1925 – Revisão de Haia da Convenção da União de Paris sobre Direitos de Propriedade Intelectual (CUP 8), na qual as Indicações de Procedência e as Denominações de Origem passam a figurar oficialmente como objetos gerais de proteção dos direitos de propriedade intelectual;
- 1923 – Decreto nº 16.254 foi a primeira legislação nacional sobre propriedade industrial, onde se previa a repressão às falsas “indicações de proveniência”;
- 1934 – Decreto nº 24.507, criou o Departamento Nacional da Propriedade Industrial, e prevê somente a repressão das falsas indicações de procedência como combate à concorrência desleal, mas não reconhecia as Indicações de Procedência ou Denominação de Origem como direitos de propriedade industrial;
- 1945 – Código da Propriedade Industrial, com destaque às indicações de proveniência e ampliação deste conceito através da exigência do requisito da notoriedade do conhecimento do lugar. Foi a base para a diferenciação entre indicação de proveniência e indicação de procedência;
- 1988 – Constituição de 1988, a qual no inciso XXIX do artigo 5º, determina que “a lei assegurará aos autores de inventos industriais privilégio temporário para sua utilização, bem como proteção às criações industriais, à propriedade de marcas,

aos nomes de empresas e a outros signos distintivos, tendo em vista o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País;

1994 – Adesão do Brasil ao Acordo sobre aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual relacionados ao Comércio (TRIPS), através do Decreto nº 1355/94;

1996 – Lei nº 9279/96 (Lei da Propriedade Industrial), que visa adequar a legislação nacional ao TRIPS, e entre outras coisas, internaliza o instituto das Indicações Geográficas através da diferenciação entre Indicações de Procedência e Denominação de Origem.

No Brasil, as Indicações Geográficas são regidas pela Lei da Propriedade Industrial (Lei nº 9.279/96) e pela Resolução 75/00 do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). De acordo com a legislação existem dois tipos de indicação geográfica: a Indicação de Procedência (IP), que é considerada quando a área geográfica é conhecida como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço; e a Denominação de Origem (DO), identificada quando as qualidades ou características do produto decorrem exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos.

Os produtos que apresentam uma qualidade única, explorando as características naturais, tais como geográficas (solo, vegetação), meteorológicas (mesoclima) e humanas (cultivo, tratamento, manufatura), e que indicam de onde são provenientes, são bens que possuem um certificado de qualidade atestando sua origem e garantindo o controle rígido de sua qualidade, denominado de Indicação Geográfica (GOLLO, 2006).

Tendo como referência um território, a IG valoriza e diferencia o produto a partir das especificidades típicas relacionadas a fatores naturais e/ou culturais de um determinado espaço. Elas constituem um instrumento legal de reconhecimento das qualidades notáveis de um determinado bem ou serviço decorrentes do local de sua produção.

Desta forma, quando se escolhe produtos de proveniência controlada e garantida, é normal que se disponha de um valor superior ao preço médio praticado pelo mercado, tendo em vista a confiança adquirida com a manutenção e controle das características inerentes ao artigo durante décadas de comercialização, respeito ao consumidor e o aumento da competitividade local (KAKUTA et al, 2006).

## **Capítulo 2. Indicação Geográfica como fator de aumento de competitividade**

A dinâmica da globalização direciona a atividade econômica para a competitividade, incorporando aspectos da externalidade produtiva e organizacional. A Indicação Geográfica, sendo uma tendência mundial, vem se fortalecendo em virtude das novas exigências de um consumidor consciente nos diversos segmentos do mercado (CALDAS et al, 2005).

O Brasil possui consideráveis vantagens comparativas para o desenvolvimento do agronegócio. Dentre estas, destacam-se: a disponibilidade de terras férteis, o clima privilegiado, a água em abundância, a tecnologia avançada e a disponibilidade de pessoal capacitado. Hoje, o país é detentor do maior saldo da balança comercial agrícola do mundo, segundo a Organização Mundial do Comércio (OMC) e também é o maior exportador mundial de carne bovina e de frango. Além disto, lidera a produção de álcool, açúcar, café e suco de laranja e é o maior exportador do complexo soja.

Questões relacionadas ao desenvolvimento das atividades produtivas e a noção de localidade assumem um papel fundamental nas estratégias utilizadas para manter a competitividade de um setor. Com isso, a idéia de desenvolvimento local assume o centro das discussões sobre essa nova dimensão da cadeia produtiva.

Segundo Houée (1997), o desenvolvimento local é definido como uma mudança global de implementação e de busca de sinergias, por parte dos agentes locais, para a valorização dos recursos humanos e materiais de um dado território, mantendo uma negociação ou diálogo com os centros de decisão econômica, social e política onde se integram e dos que dependem.

Neste sentido, Porter (1999) atribui ao espaço relevância na promoção da competitividade, e apesar de não tratar do tema de indicação geográfica especificamente, pode ser citado, assim como Benko (1996), por tratar da dimensão territorial como elemento ativo da vantagem competitiva.

De acordo com Franco (2000), o desenvolvimento local é entendido como:

“[...] um novo modo de promover o desenvolvimento que possibilita o surgimento de comunidades mais sustentáveis, capazes de suprir as suas necessidades imediatas; descobrir ou despertar para valorização de suas potencialidades e possibilidades; e fomentar o intercâmbio externo, aproveitando-se de suas vantagens locais.”

Como se observou anteriormente, a Europa teve, historicamente, o desenvolvimento local, de diversas regiões de diferentes países, atrelado ao reconhecimento de indicações de procedência e denominação de origem, mostrando a importância destes para a agregação de valor a produtos/serviços e para o aumento da competitividade das regiões em âmbito mundial.

Em amostragem apresentada por Rangnekar (2004), vários países da União Européia possuíam, em 2003, cerca de 619 indicações geográficas os quais eram majoritariamente produtos agroindustriais (Tabela 1) os quais são reconhecidos internacionalmente pelo diferencial de qualidade, como é o caso da França (queijos e vinhos), Itália (vinhos, frutas), Portugal (vinhos e frutas) e Alemanha (cervejas).

**Tabela 1.** Distribuição de indicações geográficas em países da União Europeia e o grupo de produtos identificados, 2003.

<b>País</b>	<b>Número de IG</b>	<b>Grupo de Produtos</b>
Bélgica	4	Carnes
Dinamarca	3	Queijos
Alemanha	64	Cervejas e outras bebidas
Grécia	83	Queijos, óleo de oliva e frutas
Espanha	68	Queijos e frutas
França	131	Queijos, bebidas e carnes
Irlanda	3	Queijos e carnes
Itália	126	Queijos, frutas, carnes e óleo de oliva
Holanda	6	Queijos
Luxemburgo	4	Carnes e derivados
Austria	12	Queijos e frutas
Portugal	85	Carnes, bebidas, frutas e queijos
Suécia	2	Queijos e pães
Finlândia	1	Frutas
Reino Unido	27	Queijos e carnes

Fonte: Rangnekar, 2004.

Neste sentido, e em conformidade com Caldas, Cerqueira e Perin (2005), podemos observar, a exemplo dos países da União Europeia, que a IG, além de aumentar a competitividade regional, gera impactos relevantes, dentre os quais se pode citar:

a) valorização dos produtos em conformidade com sua identidade territorial e cultural, num processo cíclico de reafirmação do local, da região, da história e da cultura.

b) redução do fluxo migratório, uma vez que as unidades produtivas familiares constituem a força motriz do desenvolvimento local, garantindo o subsídio dos pequenos e médios produtores, assim como da agricultura familiar;

c) implementação de estratégias de sustentabilidade e melhoria no processo de gestão participativa do território;

d) crescente aumento da oferta no aspecto qualitativo e quantitativo dos produtos do território; e,

e) maior inclusão social intra-territorial, reforçando-se ações afirmativas e de empoderamento.

Ainda, segundo a Associação dos Produtores de Vinhos do Vales dos Vinhedos - APROVALE (2006), dentre os benefícios gerados pela IP destacam-se: demanda mais estável, em virtude da confiança/fidelização do consumidor; facilidade da presença no

mercado, em relação a concorrência com outros produtores de preço e qualidade inferiores; estímulo a organização da cadeia produtiva; estímulo à qualidade do produto e à investimentos na própria zona de produção (novos plantios, melhorias tecnológicas).

Neste contexto, a implementação de uma IG é uma garantia da inserção do produtor de base familiar na lógica adversa dos mercados segmentados. Permite a introdução de pequenas unidades produtivas no mercado global, associadas definindo preço e qualidade, gerando competitividade do produto ou serviço e desenvolvendo a região.

Por sua vez, Boisier (1996) afirma que uma IG representa a potencialização da capacidade de auto-organização de um local, transformando uma sociedade inanimada, segmentada por interesses setoriais, pouco perceptiva de sua identidade territorial e definitivamente passiva, em outra, organizada, coesa, consciente de sua identidade, capaz de mobilizar-se em torno de projetos políticos comuns.

A Indicação Geográfica, então, contribui para a afirmação de um processo de desenvolvimento que permite unir elementos de identidade coletiva e fatores diferenciais, capazes de agregar valor, gerar competitividade local e setorial, com aproveitamento de tipicidades locais/territoriais e dos patrimônios culturais e sociais específicos, potencializando os agentes econômicos locais (GUIMARÃES APUD FLORES, 2005).

### **Capítulo 3. Análise dos pedidos de Indicação Geográfica no Brasil**

A IG é um fator estratégico de competitividade, e pode vir a ser uma alternativa de exploração do potencial de uma região, fortalecendo a agricultura, muitas vezes familiar, como uma atividade economicamente viável e sustentável. Além disso, viabiliza vantagens competitivas, através da valoração do “produto da região”.

É importante frisar, que as IG's estão relacionadas com uma marca e, por este motivo, necessitam para o seu pleno desenvolvimento, a harmonia e o equilíbrio dos atores sociais da região. Dessa forma, a organização de uma cadeia produtiva é essencial para obtenção da IG e, portanto, vários agentes devem ser harmonizados, entre eles: produtores (grandes, médios, pequenos), sindicatos, técnicos especializados, representantes de cooperativas e associações, representantes dos governos federal, estadual e municipal e a comunidade da área geográfica onde a cadeia produtiva tem atuação.

No processo de pedido de uma IG, esses atores terão as seguintes incumbências:

- a) Demandar a criação de Indicações Geográficas – os produtores envolvidos nas atividades voltadas para a produção de bens diferenciados pela sua identidade e qualidade;
- b) Requerer formalmente as indicações geográficas junto aos órgãos competente - as associações, os institutos e as pessoas jurídicas representativas da coletividade

legitimada ao uso exclusivo do nome geográfico e estabelecidas no respectivo território.

- c) Coordenar, orientar e fiscalizar a produção, a elaboração, a comercialização e a distribuição dos produtos que utilizarão a marca da região produtora – no caso dos produtos agroindustriais o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA);
- d) Analisar os processos, expedir e controlar os certificados de registro – o Instituto Nacional da Propriedade Industrial;
- e) Vigiar o mercado nacional e internacional, evitando e perseguindo as falsificações – Comitê Interministerial de Combate à Pirataria coordenado pelo Ministério da Justiça.
- f) Manter a organização para que os produtos sejam cada vez mais reconhecidos pela qualidade – Associações de Produtores.

Considerando-se que o INPI é, por lei, o órgão designado para analisar os pedidos de reconhecimento de Indicações Geográficas, entende-se que o instituto tem o poder de deferir, indeferir ou arquivar as solicitações de criação de IG's no Brasil.

Neste sentido, a análise dos processos de pedidos de IG's junto ao INPI é oportuna, pois através dela é possível identificar quais são os principais motivos que podem levar à criação de uma IG ou então ao seu não reconhecimento.

De acordo com os dados levantados, até abril de 2008 foram publicados na Revista da Propriedade Industrial 24 pedidos de Denominação de Origem ou de Indicação de Procedência (Tabela 2). Destes, 14 são pedidos nacionais (58,3%) e 10 (41,7%) são de outros países, principalmente europeus, mostrando a tradição desde continente em reconhecer a Indicação Geográfica de diversos produtos internacionalmente.

**Tabela 2.** Pedidos de registro de indicação geográfica no INPI, Brasil, 2008.

Nº	País	Data	RPI Nº	Indicação Geográfica	Produto	Situação
IG970001	IT	22/08/97	1885, de 21/02/2007	Parma (Denominação de Origem)	Presunto	Indeferido
IG970002	PT	19/09/97	1492, de 10/08/1999	Região dos Vinhos Verdes (Denominação de Origem)	Vinhos	Deferido
IG980001	FR	12/03/98	1527, de 11/04/2000	Cognac (Denominação de Origem)	Destilado vínico ou aguardente de vinho	Deferido
IG980002	BR	20/05/98	1479, de 11/05/1999	Cerrado (Denominação de Origem)	Café	Arquivado
IG980003	IT	20/10/98	1640, de 11/06/2002	San Daniele (Denominação de Origem)	Coxas de suínos frescas, presunto defumado crú	Publicado
IG990001	BR	28/01/99	1797, de 14/04/2005	Região do Cerrado Mineiro (Indicação de Procedência)	Café	Publicado
IG200001	IT	10/02/00	1640, de 11/06/2002	Padana (Denominação de Origem)	Queijo	Publicado
IG200002	BR	06/07/00	1663, de 19/11/2002	Vale dos Vinhedos (Indicação de Procedência)	Vinho tinto, branco e espumantes	Deferido
IG200101	IT	05/06/01	1711, de 21/10/2003	Franciacorta (Denominação de Origem)	Vinhos, vinhos espumantes e bebidas alcoólicas	Deferido
IG200102	FR	21/09/01	1648, de 06/08/2002	Roquefort (Denominação de Origem)	Queijos	Publicado
IG200201	DE	25/04/02	1912, de 28/08/2007	Solingen (Indicação de Procedência)	Facas, tesouras, pinças (...) em aço não ligado	Deferido
IG200202	IT	19/06/02	1699, de 29/07/2003	Asti (Denominação de Origem)	Vinhos	Publicado
IG200203	BR	12/09/02	1885, de 21/02/2007	Terras Altas (Indicação de Procedência)	Café	Indeferido
IG200204	BR	12/09/02	1885, de 21/02/2007	Alto Paraíso (Indicação de Procedência)	Café	Indeferido
IG200401	BR	05/01/04	1853, de 11/07/2006	Água Mineral Natural Terra Alta (Indicação de Procedência)	Serviços auxiliares de águas minerais e gasosas	Arquivado
IG200402	BR	05/01/04	1853, de 11/07/2006	Água Mineral Natural Terra Alta (Indicação de Procedência)	Águas minerais e gasosas, engarrafamento	Arquivado
IG200403	BR	01/07/04	1877, de 26/12/2006	Região do Seridó do Estado da Paraíba (Denominação de Origem)	Algodão colorido	Arquivado
IG200404	BR	20/12/04	1853, de 11/07/2006	Santa Rita do Sapucaí - O Vale da Eletrônica - (Indicação de Procedência)	Equipamentos eletrônicos e de telecomunicação	Arquivado
IG200405	BR	28/12/04	1877, de 26/12/2006	Região do Município de Serra Negra do Estado de São Paulo (Indicação de Procedência)	Água Mineral, malhas, artesanato, hotéis, turismo	Arquivado
IG200501	BR	08/08/05	1875, de 12/12/2006	Pampa Gaúcho da Campanha Meridional (Indicação de Procedência)	Carne Bovina e seus derivados	Deferido
IG200601	IT	23/03/06	1912, de 28/08/2007	Chianti Classico (Denominação de Origem)	Vinhos	Arquivado
IG200602	BR	27/11/06	1905, de 10/07/2007	Paraty (Indicação de Procedência)	Aguardentes, tipo cachaça e aguardente composta azulada	Deferido

IG200702	BR	14/09/07	1943, de 01/04/2008	Vale do Sinos (Indicação de Procedência)	Couro Acabado	Exigência
IG200704	BR	03/10/07	1943, de 01/04/2008	Regiões dos Cafés da Serra da Mantiqueira (Indicação de Procedência)	Café	Exigência

Fonte: INPI, 2008.

A análise da situação dos pedidos na Tabela 3 demonstra que dos 10 pedidos internacionais publicados, 4 (40%) foram publicados, 2 (20%) foram deferidos e 3 (30%) foram arquivados ou indeferidos. No caso dos 14 pedidos nacionais, 4 (28,6%) foram deferidos, 2 (14,3%) estão em fase de cumprimento de exigência, 6 (42,8%) foram arquivados e 2 (14,3%) foram indeferidos.

**Tabela 3.** Situação do Pedidos Internacionais e dos Pedidos Nacionais de Reconhecimento de Indicações Geográficas

Situação	Pedidos Internacionais	Pedidos Nacionais
Publicados	4	0
Em Exigência	0	2
Arquivados	2	6
Deferidos	3	4
Indeferidos	1	2
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>14</b>

Fonte: INPI, 2008.

Embora o percentual dos pedidos internacionais deferidos seja aproximado dos pedidos nacionais aceitos, o número destes que são arquivados ou indeferidos é elevado em comparação aos pedidos internacionais que estão em situação semelhante. A análise da Tabela 4 demonstra que as causas principais para o arquivamento e o indeferimento dos pedidos estão associadas, principalmente, a ausência de comprovação satisfatória para o reconhecimento das indicações geográficas.

**1) Ausência de comprovação dos requisitos básicos para caracterização da área como Indicação de Procedência ou Denominação de Origem:** esta é a justificativa para o indeferimento e/ou arquivamento dos pedidos de reconhecimento para *Parma*, *Solingen*, Terras Altas, Alto Paraíso, Região do Seridó do Estado da Paraíba e Região do Município de Serra Negra do Estado de São Paulo. Os documentos referentes a estes processos apresentados junto ao INPI não foram considerados satisfatórios para comprovar se a região ou local é reconhecida como centro produtor, se os produtores estão estabelecidos e exercendo as atividades de produção e, no caso das Denominações de Origem, se as características físicas da área estão vinculadas à qualidade do produto.

**2) Ausência de comprovação da legitimidade do requerente:** a ausência de comprovação do requerente como legítimo representante dos produtores estabelecidos no local ou na região também tem sido um motivo de arquivamento dos pedidos de reconhecimento de IG's como pode ser comprovado nos casos de *Solingen*, Terras Altas, Alto Paraíso, Região do Seridó do Estado da Paraíba, Região do Município de Serra Negra do Estado de São Paulo, Vale dos Sinos e Regiões dos Cafés da Serra da Mantiqueira.

**Tabela 4.** Causas de indeferimento/arquivamento e exigência de pedidos de reconhecimento de Indicações Geográficas.

Indicação Geográfica	Situação	Causa de Indeferimento/arquivamento/exigência
Parma (Denominação de Origem)	Indeferido	Ausência de comprovação de reconhecimento da área geográfica como centro produtor, do estabelecimento dos produtores exercendo as atividades de produção e da vinculação das características físicas da área à qualidade do produto constante.
Cerrado (Denominação de Origem)	Arquivado	Não cumprimento de exigência
Solingen (Indicação de Procedência)	Arquivado	Ausência de comprovação quanto à legitimidade e representatividade do requerente, de reconhecimento da área geográfica como centro produtor, do estabelecimento dos produtores exercendo as atividades de produção e da vinculação das características físicas da área à qualidade do produto constante.
Terras Altas (Indicação de Procedência)	Indeferido	Ausência de comprovação satisfatória quanto à legitimidade e da representatividade do requerente, a delimitação da área geográfica, o reconhecimento do nome geográfico como centro de produção de café, a existência de uma estrutura de controle sobre a produção e o estabelecimento dos produtores na área geográfica exercendo as atividades de produção.
Alto Paraíso (Indicação de Procedência)	Indeferido	Ausência de documentos que comprovassem de forma satisfatória a legitimidade da representatividade do requerente, a delimitação da área geográfica, o reconhecimento do nome geográfico como centro de produção de café, a existência de uma estrutura de controle sobre a produção e o estabelecimento dos produtores na área geográfica exercendo as atividades de produção.
Água Mineral Natural Terra Alta (Indicação de Procedência)	Arquivado	Não cumprimento de exigência (causa não explicitada na publicação do arquivamento)
Água Mineral Natural Terra Alta (Indicação de Procedência)	Arquivado	Não cumprimento de exigência (causa não explicitada na publicação do arquivamento)
Região do Seridó do Estado da Paraíba (Denominação de Origem)	Arquivado	Ausência de documentos que comprovassem de forma satisfatória a legitimidade da representatividade do requerente, a delimitação da área geográfica, o reconhecimento do nome geográfico como centro de produção de café, a existência de uma estrutura de controle sobre a produção e o estabelecimento dos produtores na área geográfica exercendo as atividades de produção.
Santa Rita do Sapucaí - O Vale da Eletrônica (Indicação de Procedência)	Arquivado	Não cumprimento de exigência (causa não explicitada na publicação do arquivamento)
Região do Município de Serra Negra do Estado de São Paulo (Indicação de Procedência)	Arquivado	Ausência de documentos que comprovassem de forma satisfatória a legitimidade da representatividade do requerente, a delimitação da área geográfica, o reconhecimento do nome geográfico como centro de produção de café, a existência de uma estrutura de controle sobre a produção e o estabelecimento dos produtores na área geográfica exercendo as atividades de produção.
Chianti Classico (Denominação de Origem)	Arquivado	Ausência de comprovação de legitimidade de procurador
Vale do Sinos (Indicação de Procedência)	Exigência	Necessidade de comprovação de qualificação do representante dos produtores

Regiões dos Cafés da Serra da Mantiqueira (Indicação de Procedência)	Exigência	Necessidade de comprovação de representante legal da associação Necessidade de esclarecimento da diferença entre o nome indicado no pedido e o nome indicado na delimitação da área geográfica.
--	-----------	--

Fontes: RPI's.

**3) Causas não explicitadas na publicação do arquivamento:** constituem motivos para o arquivamento de pedidos de reconhecimento de IG's os quais não estão explicitados nas respectivas publicações das RPI's. Estes são os casos específicos de Água Mineral Terra Alta (produtos), Água Mineral Terra Alta (serviços) e Santa Rita do Sapucaí – o Vale da Eletrônica.

**4) Demais causas: são exigências que, se não forem cumpridas isoladamente, podem inviabilizar os pedidos de reconhecimento de IG's:** Este constitui o caso de Cerrado (o qual não respondeu a uma petição), Vale dos Sinos e Regiões dos Cafés da Serra da Mantiqueira.

Com base no estudo dos processos, entende-se que os critérios relevantes para a criação de Indicações Geográficas podem ser diferenciados em critérios inerentes à concepção do que é uma IG e critérios relativos aos procedimentos necessários ao encaminhamento dos processos em atendimento ao que consta na legislação nacional.

Os critérios que são característicos das Indicações Geográficas podem ser identificados como as comprovações básicas relativas: ao reconhecimento da área geográfica como centro produtor de determinado produto; à comprovação da associação entre a interação das características físicas, humanas e culturais com a qualidade do produto; ao estabelecimento dos produtores na área geográfica exercendo atividades diretamente relacionadas com a produção do produto; e, à comprovação da legitimidade do requerente enquanto representante dos produtores estabelecidos na área geográfica.

Os critérios relativos aos procedimentos necessários ao encaminhamento dos processos correspondem às ações que devem ser empreendidas para o atendimento dos requisitos para o reconhecimento de uma Indicação Geográfica, em conformidade com a Lei da Propriedade Industrial e a Resolução 75/00 do INPI. Esses critérios envolvem o preenchimento de formulários de pedidos de IG's, o pagamento de taxas, a certificação da qualidade do produto pelos órgãos competentes (no específico dos produtos agroindustriais, o MAPA) e o cumprimento das exigências nos prazos estabelecidos.

Deve-se ressaltar que para o deferimento dos pedidos de reconhecimento de Indicações Geográficas, esses critérios acabam sendo analisados em conjunto e, em algumas vezes, o não atendimento de um destes requisitos pode inviabilizar a criação de uma IG. Como exemplo podemos citar o caso do reconhecimento do *Chianti Clássico* no qual a ausência da comprovação da legitimidade do procurador resultou no arquivamento do processo.

O estudo aponta que a criação de Indicações Geográficas depende principalmente de condições básicas como a existência de produtos que sejam diferenciados em sua qualidade devido às características físicas e humanas da área geográfica (no caso das denominações de origem) e do reconhecimento da área como centro produtor. Outros fatores relevantes estão associados ao apelo mercadológico do produto, ao nível de organização dos produtores envolvidos e a conscientização destes sobre os aspectos legais e as oportunidades resultantes do reconhecimento de uma IG.

### **Considerações Finais**

Tendo em conta a relevância que as Indicações Geográficas vêm assumindo no contexto do agronegócio, o presente estudo objetivou identificar os principais critérios que estão envolvidos na análise dos processos de pedidos de reconhecimento de IG's.

Os dados coletados junto ao INPI demonstrou que dos 24 pedidos publicados, 41,6% são internacionais e 58,4% são nacionais. A maior parte dos processos está relacionada a produtos de origem agropecuária, mostrando a relevância das IG's para a competitividade do agronegócio nacional, como estratégia de agregação de valor e geração de renda, que pode ser adotada, principalmente, pelos pequenos e médios produtores.

Os dados também apontaram para a existência de iniciativas mal-sucedidas na criação de IG's . Dos 24 processos publicados, 11 (3 pedidos internacionais e 08 pedidos nacionais) foram arquivados e/ou indeferidos. As principais causas para o arquivamento e/ou indeferimento são referentes à ausência de comprovação da área geográfica como centro produtor, da legitimidade do requerente como representante dos produtores, ao estabelecimento dos produtores na área exercendo diretamente as atividades de produção e à associação das características da área geográfica à qualidade do produto (no caso das Denominações de Origem).

Também foi verificado que alguns processos não são deferidos em consequência de não atenderem a requisitos formais estabelecidos pela legislação, tais como: o não

cumprimento de exigências e prazos, e a ausência de comprovação da legitimidade do procurador.

A análise permitiu definir os seguintes critérios que devem ser observados nos pedidos de reconhecimento de Indicações Geográficas: os critérios básicos, que são inerentes o próprio conceito de IG; e, os critérios associados ao atendimento das formalidades estabelecidas na Lei da Propriedade Industrial e na resolução 75/00 do INPI.

Assim, considera-se que o reconhecimento de uma IG deve estar associado, em primeiro lugar, à existência de produtos que realmente sejam diferenciados devido a sua identidade e qualidade, à organização dos produtores e a conscientização destes quanto à relevância das Indicações Geográficas como estratégia de valorização de produtos e regiões. Estes fatores devem levados em conta para que as IG's sejam efetivadas como instrumentos a serem utilizados no aumento da competitividade do agronegócio brasileiro.

Ressalta-se que o presente estudo é de caráter exploratório e foi baseado na análise de dados secundários. Neste sentido, são necessárias abordagens mais aprofundadas sobre as IG's de cada área geográfica que possui pedido no INPI, o que será realizado em trabalhos futuros.

## Referências

**APROVALE** (Associação dos Produtores de Vinho Finos do Vale dos Vinhedos). Vinhos do Vale dos Vinhedos rumo à Denominação de Origem. Disponível em: <<http://www.valedosvinhedos.com.br>>. Acesso em 17 abril, 2008.

BENKO, G. **Economia, espaço e globalização**: na aurora do século XXI. São Paulo: Editora Hucitec, 1996.

BOISIER, S. **Modernidad y territorio**. Santiago do Chile: ILPES/CEPAL, 1996.

CALDAS, A. S.; CERQUEIRA, P. da S.; PERIN, T. de F. Mais além dos Arranjos Produtivos Locais: As Indicações Geográficas Protegidas como Unidades de Desenvolvimento Local. **Revista de Desenvolvimento Econômico**, Salvador, n. 11, jan 2005.

CALDAS, A. S.; CERQUEIRA, P. da S.; PERIN, T. de F.; OLIVEIRA FILHO, J. E. A importância da denominação de origem para o desenvolvimento regional e inclusão social: o caso do território da Cachaça de Abaíra. **Revista Desenhahia**, Salvador, n. 3, set 2005.

DIEHL, A.A.; TATIM, D.C. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas**: métodos e técnicas. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

FRANCO, A. **Porque precisamos de desenvolvimento local integrado e sustentável**. Brasília: Instituto de Política, 2000.

GOLLO, S.S. Inovação e estratégia de cooperação competitiva: estudo de caso da indicação de procedência vale dos vinhedos - Serra Gaúcha/RS. **Tese Doutorado-UFRGS**, 2006

GUIMARÃES, C. F. A Certificação de Origem como estratégia de viabilização da caprino-ovinocultura de base familiar no Semi-Árido, 2005. In: FLORES, M. X. **Projeto de fortalecimento da capacidade produtiva dos pequenos produtores rurais: desenvolvimento territorial e estratégias inovadoras**. Brasília: EMPRABA-GOTAG-Fundação Lyndolpho Silva-SEBRAE-BID, 2003.

HOUÉE, P. Les politiques de développement rural: des années de croissance au temps d'incertitude, Paris, INRA, **Economica**, 2 ed. 1997.

**IBGE** (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Referências de território. In: II Encontro Nacional de Produtores e Usuários de Informações Sociais, Econômicas e Territoriais, 2006. Disponível em: <[http://www1.ibge.gov.br/forum\\_confest\\_e\\_confega/viewtopic.php?p=61&sid=5402ab9562f66c714d583000ba8c39a3r](http://www1.ibge.gov.br/forum_confest_e_confega/viewtopic.php?p=61&sid=5402ab9562f66c714d583000ba8c39a3r)> . Acesso em 17 de abril, 2008.

**INPI** (Instituto Nacional de Propriedade Intelectual). Indicações geográficas. Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br/menu-esquerdo/indicacao>>. Acesso em 10 abril, 2008.

KAKUTA, S. M.; SOUZA, A. L. I. L. de; SCHWANKE, F. H.; GIESBRECHT, H.O. **Indicações geográficas: guia de respostas**. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2006.

LEGENDRE, G. Las apelaciones de origen en Francia y el Instituto Nacional de Apelaciones de Origen (INAO). In: **Seminario Internacional de Denominaciones de Origen**, 1. Buenos Aires, 1995.

PORTER, M. **Competição: estratégias competitivas essenciais**. Rio de Janeiro: Elsevier / Campus, 1999.

PORTO, Patrícia C. da Rocha. Indicações Geográficas: a Proteção Adequada deste Instituto Jurídico Visando o Interesse Público Nacional. **Monografia** apresentada ao Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Direito da Universidade do Estado do Rio de Janeiro para a obtenção do título de Especialista em Direito da Propriedade Industrial. Rio de Janeiro: Universidade Estadual do Rio de Janeiro, 2007

RANGNEKAR, D. The Socio-Economics of Geographical Indications: a review of empirical evidence from Europe. **Issue Paper**, n. 8, Geneva, 2004.

TRIVIÑOS, A.N.S. **Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1992.