

## Indicação geográfica de alimentos e bebidas no Brasil e na União Europeia

### Geographical indication of food and beverages in Brazil and European Union

Maria Emília Rodrigues Valente<sup>1\*</sup> Ronaldo Perez<sup>1</sup> Afonso Mota Ramos<sup>1</sup>  
José Benício Paes Chaves<sup>1</sup>

#### -REVISÃO BIBLIOGRÁFICA-

##### RESUMO

*Entre os direitos relativos à propriedade intelectual, a indicação geográfica (IG) surge como um meio de fomentar o desenvolvimento socioeconômico de uma sociedade. Alguns países, especialmente os europeus, há tempos vêm utilizando a proteção jurídica proporcionada pelo registro das IGs como forma de tornar seus produtos mais competitivos e desenvolver regiões menos favorecidas. No Brasil, o tema é, ainda, recente e necessita ser melhor compreendido, razão pela qual é abordado nesta revisão.*

**Palavras-chave:** *propriedade intelectual, conhecimento tradicional, desenvolvimento socioeconômico, legislação.*

##### ABSTRACT

*Among rights related to intellectual property, the geographical indication (GI) comes up as mean to stimulate the socioeconomic development of a society. Some countries, especially in Europe, for long have been using legal protection provided by GI certification as a way to make their products more competitive, contributing to the development of less favored regions. In Brazil, the subject is, still, recent and needs to be studied in order to be better understood. This justifies a comprehensive review.*

**Key words:** *intellectual property, traditional knowledge, socio-economic development, legislation.*

##### INTRODUÇÃO

A globalização, as incertezas relacionadas à procedência dos alimentos e as frequentes crises

alimentares, se por um lado levam à padronização da produção e consumo, por outro, trazem anseios por produtos diferenciados, cuja qualidade e procedência possam ser garantidas. Essa busca pela origem motiva o estabelecimento de mecanismos para valorização e garantia de qualidade diferenciada para esses produtos, referenciando aspectos geográficos ou tradicionais, com o objetivo de diferenciar a produção local, agregando valor e posicionando-a em nichos específicos de mercado (VARGAS, 2008). Inicia-se, assim, um processo de valorização de determinados produtos através da designação geográfica de procedência, pressupondo um vínculo de qualidade, reputação ou outras características do produto que poderiam ser atribuídas essencialmente à região produtora (REIS, 2008).

O conceito de indicação geográfica (IG) desenvolveu-se ao longo da história e, de modo natural, quando produtores, comerciantes e consumidores comprovaram que alguns produtos, advindos de determinados lugares, apresentavam qualidades particulares, atribuíveis à sua origem geográfica, passaram a denominá-los com o nome geográfico de procedência - a exemplo do queijo *Roquefort* e dos vinhos de *Bordeaux*.

Hoje, a IG constitui-se em uma das formas especiais de proteção aos produtos, ligada a uma especialidade do direito, a propriedade intelectual, e

<sup>1</sup>Departamento de Tecnologia de Alimentos, Universidade Federal de Viçosa (UFV), Campus Universitário, 36570-000, Viçosa, MG, Brasil. E-mail: millaeal2003@yahoo.com.br. \*Autor para correspondência.

assegurada por várias convenções internacionais. Os mecanismos de proteção geográfica - a saber, as indicações de procedência e as denominações de origem - buscam valorizar territórios e seus produtos, associando-os ao local de origem, onde apresentam características semelhantes. Esse vínculo se dá pela delimitação das zonas de produção, tecnologias de produção e elaboração, controle de qualidade, *know-how* disponível, entre outras características que, em conjunto, garantem a especificidade da região, diferenciando-a de outras regiões produtoras (VARGAS, 2008).

Assim, a IG é uma forma de agregar valor e credibilidade a um produto ou serviço, conferindo-lhe um diferencial de mercado em função das características de seu local de origem. As IGs podem proteger produtos e regiões de falsificações e usurpações indevidas, além de servirem como garantia para o consumidor, indicando que se trata de um produto especial e diferenciado (BRASIL, 2008).

Nesta revisão, será abordada uma visão global das IGs no Brasil e na União Europeia, focada em aspectos históricos, conceituais e jurídicos, bem como em benefícios que podem ser gerados para a sociedade.

#### Histórico

O surgimento das indicações geográficas caminha juntamente com a história da humanidade, que, por muito tempo, quando se referia a um produto, relacionava-o ao seu local de origem. Já na Bíblia são encontradas indicações de origem, como os vinhos de En-Gedi (Cânticos, I, 14) e o cedro do Líbano (Cânticos, III, 9, e Reis, V, 6) (BRUCH, 2008). Ademais, existem relatos que remontam ao século IV a.C., na Grécia Antiga, os quais relacionam o produto com o local de produção, como os vinhos de Corinto, as amêndoas de Naxos, o mel da Sicília e o mármore de Paros, enquanto no Império Romano, sob o reinado de Augustus, eram conhecidas as tâmaras do Egito, o presunto de Gália, as ostras de Brindisi e o mármore de Carrara (BERTOZZI, 1995).

A maior demanda por esses produtos, e seu preço superior, facilitou o surgimento de falsificações, ou seja, a utilização desse nome geográfico em produtos que não tinham essa procedência. Isso levou, ainda na Idade Antiga, ao uso de selos ou signos nas ânforas de vinho e, posteriormente, em outros tipos de recipiente, com vistas a distinguir a autenticidade e a origem dos produtores (PISTORELLO, 2006; LIMA et al., 2007). Com o tempo, segundo esses autores, foram também surgindo normas específicas para regular a produção desses produtos e controlar o movimento de mercadorias, objetivando dar maior garantia à origem deles.

Na França, o primeiro texto jurídico sobre denominação de origem data de 1666, elaborado no Parlamento de Toulouse, e se aplica a queijos, especificamente ao queijo *Roquefort* (KRÜCKEN-PEREIRA, 2001). No entanto, a primeira IG a ser legalmente reconhecida e delimitada foi a região do Douro, em Portugal, o que se deu em 10 de setembro de 1756, com a criação, pelo futuro Marquês de Pombal, da Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro (BRUCH, 2009). De acordo com essa autora, nesse período, procedeu-se à primeira demarcação de uma área geográfica, a qual foi feita com 335 marcos de pedra.

A partir dos anos de 1970, a Europa adotou um sistema de qualificação e etiquetagem de seus territórios, visando relacionar o produto ao território produtor e aos produtores responsáveis pelo processo de elaboração, identificados por características semelhantes utilizadas em seus processos de produção (CALLIARI et al., 2007). Na atualidade, mais de 1000 produtos agrícolas e gêneros alimentícios (UNIÃO EUROPEIA, 2011a) e mais de 1900 vinhos (UNIÃO EUROPEIA, 2011b) estão protegidos por alguma espécie de IG na Europa. Podem-se citar como exemplos famosos de IGs neste continente o *Champagne* e *Roquefort* (queijo) na França; Vale do Douro (vinho do Porto) e Serra da Estrela (queijo), em Portugal; Parma (presunto) e queijo *Parmigiano Reggiano*, na Itália; e Montes de Toledo (azeite de oliva) e Mancha (açafraão), na Espanha.

A França é o país europeu com maior tradição em indicações geográficas. Entre os produtos agrícolas e gêneros alimentícios protegidos na União Europeia pela denominação de origem, 16% são franceses e 21% daqueles registrados como indicação geográfica são provenientes deste país (UNIÃO EUROPEIA, 2011a). A proporção de vinhos franceses com denominação de origem ou indicação geográfica é ainda mais expressiva: 34% e 27% da totalidade dos vinhos protegidos, respectivamente (UNIÃO EUROPEIA, 2011b). Neste país, as apelações de origem adquiriram expressiva importância sociológica, cultural e econômica, sendo consideradas parte do patrimônio nacional (CHADDAD, 1995). Em 1935, segundo o autor, foi aprovado o sistema jurídico de *Appellation d'Origine Contrôlée* e criado o Instituto Nacional das Apelações de Origem (INAO), organismo estatal sob tutela dos Ministérios da Agricultura e Economia que regulamenta as ações de organizações que utilizam apelações de origem controlada. Atualmente, existem na França 455 apelações de origem controlada registradas no INAO, das quais 364 (80% do total) correspondem a bebidas alcoólicas e 49 (11% do total) são produtos lácteos (queijos, manteigas e creme de leite) (INAO, 2011).

Mais recentemente, é nas economias de nações emergentes, como Índia e China, por exemplo, que está o reconhecimento expressivo de novas indicações, apresentando ao mundo um conjunto de produtos tradicionais, sob a égide da garantia da procedência, à qual se associa uma “qualidade original” (CALLIARI et al., 2007). Na Índia, por exemplo, 156 bens, entre artesanatos, produtos agrícolas, gêneros alimentícios e produtos manufaturados, já se encontram protegidos pelo registro de IG no país. Entre estes, somente seis são de origem estrangeira (ÍNDIA, 2011).

Na África, como exemplos de produtos protegidos por IG podem-se citar o óleo de oliva de Aragan e o abacaxi da Guiné; na Ásia, o vinho amarelo de *Shaixing*, da China e o chá, do Sri Lanka; na América Latina, a tequila e o café de Vera Cruz, no México, o pisco peruano, os charutos cubanos e o café da Colômbia (LIMA et al., 2007).

No Brasil, o primeiro registro de uma IG se deu no ano de 1999, para a Região dos Vinhos Verdes, Portugal, na modalidade denominação de origem. Já a primeira IG brasileira reconhecida no País foi a indicação de procedência Vale dos Vinhedos, em 2002, para vinhos tintos, brancos e espumantes. Hoje, já somam 12 as IGs brasileiras registradas no País. Além do Vale dos Vinhedos, já são reconhecidas as indicações de procedência Região do Cerrado Mineiro e Região da Serra da Mantiqueira de Minas Gerais, ambas para o produto café, Pinto Bandeira (vinhos tintos, brancos e espumantes), Pampa Gaúcho da Campanha Meridional (carne bovina e seus derivados), Paraty (cachaça), Vale do Submédio do São Francisco (manga e uva de mesa), Vale dos Sinos (couro acabado), Região da Costa Negra (camarão), Região do Jalapão do Estado do Tocantins (artesanatos em capim dourado) e Pelotas (doces tradicionais de confeitaria e de frutas), além da denominação de origem Litoral Norte Gaúcho (arroz) (INPI, 2011). Percebe-se que o número de IGs brasileiras registradas é irrisório quando comparado ao da União Europeia, porém elas vêm crescendo nos últimos anos.

#### Aspectos conceituais e jurídicos

Atualmente, a indicação geográfica constitui um direito de propriedade intelectual autônomo, a exemplo de uma patente ou de uma marca (BRASIL, 2008). Esse direito é reconhecido nacional e internacionalmente: no Brasil, pela Lei de Propriedade Industrial (Lei nº 9279, de 14 de maio de 1996) e, internacionalmente, pelo Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio (ADPIC), da Organização Mundial do Comércio.

Diferentemente das patentes e da maioria das marcas, IGs constituem um direito coletivo

(VELLOSO, 2008). No entanto, ao contrário das marcas propriamente ditas, as designações às quais se aplica a legislação dos produtos com IG não pertencem a produtores, nem a empresas produtoras: qualquer produtor que respeite as disposições respectivas tem o direito de aplicar a designação protegida aos seus produtos, submetendo-se a disposições que ajustam a proteção e os controles (DIAS, 2005).

O conceito atual de IG engloba produtos agrícolas, alimentícios e não alimentícios (como artesanato, por exemplo), gêneros alimentícios e bebidas que apresentam uma ou mais qualidades relacionadas à zona de produção. No Brasil, serviços também são passíveis de proteção por IG. Apesar de ser um elemento de grande importância na distinção, identificação e valorização de diversos produtos, ainda não existe uma definição genérica e globalmente aceita de IG. O Acordo ADPIC a define como sendo a indicação que identifica 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 (OMC, 1994). Essa definição, apesar de ampla e vaga, é frequentemente usada nas negociações internacionais com o objetivo de atenuar as diferenças entre as concepções nacionais regulamentadas nas legislações de diversos países. No entanto, a proteção jurídica cabível à IG no plano empírico das negociações internacionais ainda se desenvolve com base em acordos bilaterais, e a partir de produtos específicos, em virtude especialmente das diferentes concepções de IG entre países (REIS, 2008). Em caso de conflitos comerciais, segundo esse autor, o ADPIC encaminha-os para a Organização Mundial do Comércio, ou seja, para o âmbito multilateral.

Hoje, em muitos países, a IG é um elemento de grande importância na distinção, identificação e valorização de diversos produtos; portanto, sua proteção jurídica se faz fundamentalmente necessária. Na União Europeia, o Regulamento CE nº 510/2006 especifica duas espécies de proteção para produtos agrícolas e gêneros alimentícios (CONSELHO DA UNIÃO EUROPEIA, 2006): a denominação de origem, que designa a denominação de um produto cuja produção, transformação e elaboração têm lugar numa área geográfica determinada com um saber-fazer reconhecido e constatado; e a indicação geográfica, que designa a denominação de um produto com um laço de reputação com um determinado território pelo menos em um dos estágios da produção, transformação ou elaboração. Para vinhos e bebidas alcoólicas destiladas, a legislação europeia prevê regulamentos

específicos: o Regulamento (CE) nº 479, de 29 de abril de 2008 (CONSELHO DA UNIÃO EUROPEIA, 2008b), e o Regulamento (CE) nº 110, de 15 de janeiro de 2008 (CONSELHO DA UNIÃO EUROPEIA, 2008a), respectivamente.

No Brasil, a Lei nº 9279/1996 (BRASIL, 1996) também define duas espécies de indicação geográfica: a indicação de procedência e a denominação de origem. De acordo com o art. 177, considera-se indicação de procedência o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço. Já o art. 187 considera denominação de origem como sendo o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos.

Observa-se que as definições de denominação de origem e indicação de procedência adotadas pela legislação brasileira se aproximam da noção de denominação de origem e indicação geográfica constante nos regulamentos da União Europeia. Em ambos os casos, as diferenças entre as duas espécies de indicação geográfica são nítidas: na denominação de origem, as características geográficas (solo, subsolo, vegetação), meteorológicas (mesoclima) e humanas (cultivo, tratamento, saber-fazer, tradição, cultura) que permeiam todo o processo de produção são determinantes na caracterização e na diferenciação do produto; na indicação de procedência (Brasil) ou indicação geográfica (União Europeia), não é necessário que a qualidade do produto esteja estreitamente vinculada às características naturais peculiares da região, basta que o bem produzido nessa área possua reputação e notoriedade junto ao mercado consumidor. O saber-fazer, nesse caso, garante a sua tipicidade, mas a sua qualidade está, em termos comparativos, menos fortemente associada ao território. No entanto, a definição de IG presente na legislação brasileira, diferentemente daquela adotada pela UE, abrange, além de produtos de qualquer natureza (gêneros agrícolas, produtos alimentícios e não alimentícios e bebidas alcoólicas), também a prestação de serviços como passível de proteção por essa propriedade intelectual.

#### Objetivos e benefícios das indicações geográficas

Indicações geográficas são instrumentos públicos de valorização das características qualitativas de produtos alimentícios provenientes de determinada

zona geográfica, delimitadas por critérios de tradição e vocação produtiva (KRÜCKEN-PEREIRA, 2001). Na criação de uma IG, estão normalmente envolvidos dois tipos de motivação: por um lado, pode surgir como reação à perda de qualidade de um produto percebido como tradicional de uma região, quer pelo alargamento exagerado da sua área de produção ou pela utilização usurpadora da sua designação, quer pelos desvios ao saber-fazer tradicional, geralmente associados a um paralelo desenvolvimento industrial; por outro lado, pode ter origem numa vontade comunitária de afirmação da identidade local, por meio da revitalização de costumes e tradições (DIAS, 2005).

A política de proteção regulamentar e valorização comercial dos produtos ditos tradicionais foi concebida como uma política de compensação das desvantagens econômicas de certas regiões desfavorecidas, sendo, assim, considerada um mero instrumento de desenvolvimento agrícola e de defesa dos rendimentos de certas categorias de agricultores (NICOLAS & VALCESCHINI, 1993). Hoje, vai-se mais longe, defendendo que produtos tradicionais fazem também parte de uma estratégia de diversificação da atividade econômica e da conquista de mercados exteriores, e de luta contra a concorrência de produtos importados, portanto, uma política agroalimentar (DIAS, 2005).

O objetivo básico da IG é a proteção dos produtos dela originados, bem como da sua denominação geográfica (TONIETTO, 1993). Segundo esse autor, isso beneficia tanto os produtores, que têm interesses comerciais e ficam sujeitos ao cumprimento de um conjunto de regras de produção, quanto os consumidores, que têm a garantia de autenticidade da origem e de um padrão mínimo de qualidade dos produtos. Portanto, a proteção jurídica é um dos grandes benefícios proporcionados pelo registro da IG, tanto do ponto de vista dos produtores quanto dos consumidores. No Brasil, os crimes contra as IGs estão estabelecidos na Lei 9279/1996, nos artigos 192 a 193, e permitem ao titular do direito tomar medidas contra aqueles que estejam fabricando, importando, exportando, vendendo, expondo, oferecendo à venda ou mantendo em estoque produto que apresente falsa IG; contra aqueles que usam em meio de divulgação ou propaganda termos retificativos sem ressaltar a verdadeira origem do produto; e, finalmente, contra aqueles que usam qualquer sinal que indique procedência que não a verdadeira, ou vendem ou exponham à venda produto com esses sinais (BRASIL, 1996).

Produtos (ou serviços) contemplados por uma IG, por absorverem peculiaridades, sejam estas

referentes a fatores naturais (como solo, clima ou relevo) e/ou a fatores humanos (como saber-fazer, tradição ou cultura de determinada comunidade), tornam-se produtos diferenciados, únicos (BRUCH, 2008). Dessa forma, a IG também pode ser vista como uma alternativa de agregação de valor e diferenciação da cadeia produtiva, sendo uma estratégia competitiva baseada em identidades territoriais associadas a um determinado produto (VARGAS, 2008). Essa estratégia de diferenciação qualitativa de maneira coletiva adotada pelos agricultores permite assegurar preços superiores em função da tipicidade das produções (BRASIL, 2008). Dessa forma, CHADDAD (1995) aponta o agronegócio de especialidades como um importante segmento a ser beneficiado pelo uso das denominações, uma vez que lida com produtos diferenciados e com alto valor agregado, com menor volume de produção e que atende a nichos de mercado. O alto valor agregado e a qualidade das especialidades justificam a denominação como um instrumento viável para comunicar eficientemente essas características ao consumidor (KRÜCKEN-PEREIRA, 2001).

Ademais, a IG facilita a presença no mercado de produtos característicos e que sentirão menos a concorrência com outros que possuem preço e qualidade inferiores (PISTORELLO, 2006). Além disso, de acordo com esse autor, a IG melhora e torna mais estável a demanda do produto, cria uma confiança do consumidor, que, sob a etiqueta da denominação de origem, espera encontrar um produto de qualidade e com características determinadas.

Para BRUCH (2008), um dos objetivos mais importantes da IG é a concretização do reconhecimento de um lugar como originário de um determinado produto que se encontra impregnado da história daquela região e do povo que a habita, da sua cultura, reputação e constância. Esse reconhecimento, para a autora, não garante apenas o mercado para o produto, mas a permanência daquelas pessoas no lugar, cultivando hábitos passados de pai para filho e garantindo o desenvolvimento sustentável daquelas comunidades que, muitas vezes, poderiam vir a se esvaziar com a ida dos filhos para a cidade e a perda completa da memória cultivada ao longo de gerações.

Assim, embora as IGs não tenham sido concebidas para promover o desenvolvimento territorial, elas podem servir como ferramenta para isso (VELLOSO, 2008), uma vez que representam uma possibilidade de se garantir a sustentabilidade de uma determinada região, sem que isso implique a sua transformação em um polo industrial ou uma região de monocultura (BRUCH, 2008). Segundo essa autora, a IG estabelece um vínculo entre um produto e a sua

região de origem, tornando-se uma ferramenta coletiva dos produtores para a promoção de seus produtos e territórios. No entanto, para que essa premissa se torne fato, estratégias e projetos para o território se fazem necessários, bem como a participação dos atores locais, os quais devem se mobilizar, apropriar e utilizar diferentes conhecimentos para chegar a seus fins (VELLOSO, 2008). Nesse sentido, vale ressaltar que cada território é diferente do outro e possui sua própria identidade (PAULA, 2004). As estratégias para o seu desenvolvimento, portanto, devem ser traçadas para cada realidade, considerando as redes de atores locais, os recursos naturais, a infraestrutura existente, o capital social e humano, a capacidade empreendedora dos atores, as vocações e oportunidades do território. A combinação de todas essas características é única e inimitável (VELLOSO, 2008).

As indicações geográficas também podem permitir melhor distribuição do valor agregado ao longo da cadeia de produção, desde o produtor da matéria-prima até o fabricante, inclusive com a possibilidade de geração de empregos. Permitem, em alguns casos, manter e desenvolver atividades em zonas rurais desfavorecidas, valorizando as habilidades locais e promovendo distribuição de renda e harmonização socioeconômica. Constata-se também, geralmente, incremento do turismo em áreas com indicação geográfica, além da diversificação da produção e, por conseguinte, da preservação da biodiversidade, das habilidades locais e dos recursos naturais (BRASIL, 2008).

Do ponto de vista dos consumidores, CHADDAD (1995) destaca que a IG os protege contra práticas enganosas relacionadas com o uso de indicações de origem como nome de um produto qualquer. Além disso, a IG permite ao consumidor identificar perfeitamente o produto entre outros presentes no mercado (PISTORELLO, 2006). Por fim, os produtos com IG têm origem conhecida e comprovável, não só pelas indicações constantes da rotulagem, mas também através do sistema de controle apropriado a que se sujeitam (SOEIRO, 2005), sendo, por isso, altamente seguros. Esse controle, inclusive, pode estimular a melhoria qualitativa deles. Ademais, o aumento da participação no ciclo de comercialização dos produtos pode promover a elevação do seu nível técnico (PISTORELLO, 2006).

Reconhecimento e registro de uma indicação geográfica no Brasil

Com base no art. 1.1 do Acordo ADPIC, do qual é signatário, o Brasil, através da Lei nº 9279/1996, optou por adotar a obrigatoriedade do registro para a proteção das IGs, função esta delegada ao INPI. Nesse

sentido, em 28 de novembro de 2000 foi promulgada a Resolução nº 75/2000, que estabelece as condições para o registro das indicações geográficas (INPI, 2000). No entanto, possivelmente devido à falta de tradição do Brasil no tema, essa resolução é, por vezes, incompleta em alguns aspectos, não fornecendo, dessa forma, informações apropriadas àquelas entidades que almejam o reconhecimento de uma IG. Com o objetivo de preencher essas lacunas, muitos autores e instituições, como o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), que também atuam no fomento das indicações geográficas, vêm publicando materiais e oferecendo cursos que visam esclarecer como deve ser efetuado o registro das indicações de procedência ou denominação de origem no INPI.

A Resolução nº 75/2000 do INPI estabelece que, associações, institutos e pessoas jurídicas representativas da coletividade podem requerer o registro das IGs, sendo possível que um único produtor ou prestador de serviço, pessoa física ou jurídica, esteja legitimado para requerer essa indicação (INPI, 2000). O pedido de registro de indicação geográfica deverá conter uma série de documentos que visem caracterizar o produto, o processo produtivo, a área da indicação, bem como o sistema de controle do uso da denominação em questão. Além disso, são necessários documentos que comprovem a legitimidade dos requerentes e dos produtores e o pagamento de retribuições, cujo valor depende da espécie de IG pretendida (indicação de procedência ou denominação de origem).

A área geográfica delimitada para uma IG designa o espaço no qual se realiza a produção ou transformação do produto (DA SILVA et al., 2010). De acordo com a Resolução nº 75/2000 do INPI, a delimitação dessa área deve ser respaldada por instrumento oficial expedido por órgãos competentes, como o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, quando se tratar de produtos agropecuários. Esse instrumento deve conter elementos que comprovem a legitimidade dos produtores e a existência de uma estrutura de controle sobre estes (INPI, 2000). A delimitação deve ser precisa, claramente justificada ou argumentada (DA SILVA et al., 2010). Segundo esses autores, ela deverá ser realizada e respaldada por argumentos técnicos oficiais (como resultados de estudos e pesquisas), constando em relatório os fatores naturais, como clima, solo, vegetação, relevo, vegetação e paisagem.

Em se tratando de pedido de registro de indicação de procedência, especificamente, o instrumento oficial deverá, ainda, conter elementos que comprovem ter o nome geográfico se tornado conhecido como centro de extração, produção ou

fabricação do produto ou de prestação do serviço. Para comprovar a notoriedade da região, é importante o levantamento de evidências concretas desse reconhecimento; portanto, informações contidas em reportagens de jornais, entrevistas, fotografias, livros, entre outros, são importantes para demonstrar desde quando a região passou a ser conhecida pela produção do produto em estudo. Esse levantamento servirá de base para a elaboração de estudos mais detalhados para a delimitação da área geográfica da IG (BRASIL, 2008).

No que se refere ao pedido de registro de denominação de origem, especificamente, o instrumento oficial deverá também conter a descrição das qualidades e características do produto ou do serviço que são relativas, exclusiva ou essencialmente, ao meio geográfico, incluindo os fatores naturais e humanos (INPI, 2000). Para isso, pesquisas científicas aprofundadas, realizadas a fim de se comprovar as inter-relações produto-meio, têm lugar central no dossiê de pedido de registro (CERDAN, 2009). Segundo essa autora, a ausência de programas de pesquisa e de resultados científicos sobre a tipicidade dos produtos e sua ligação com o meio parece ser uma realidade no Brasil. Por esse motivo, é de fundamental importância o incentivo governamental para que pesquisas climáticas, geológicas, biológicas e agronômicas em torno do território sejam desenvolvidas por universidades e empresas voltadas para a pesquisa, a exemplo da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - EMBRAPA.

Embora a Resolução nº 75/2000 do INPI não especifique o conteúdo do regulamento de uso da IG, o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, sugere que devem ser abordados os seguintes elementos: instituição solicitante, produto que contém o nome da IG, tipo de produto, descrição do produto, definição da área geográfica de produção, método de obtenção do produto, elementos que justificam a ligação com o meio geográfico ou origem geográfica, referências relativas aos controles implementados e elementos relacionados com a rotulagem do produto sujeito a IG (BRASIL, 2008). No entanto, é recomendável que as regras não sejam muito complicadas ou numerosas, mas extremamente focadas nos elementos que conferem ao produto sua originalidade e tipicidade (VANDECANDELAERE et al., 2009). Além disso, as normas devem ser claramente descritas e passíveis de ser objeto de controle (CERDAN et al., 2010). De acordo com estes autores, elas são o resultado de acordos coletivos entre os membros da região e da cadeia produtiva (representado pela entidade requerente) e devem ser aprovadas em assembléia.

Após a reunião de toda a documentação exigida pela referida Resolução e o pagamento das devidas retribuições, o pedido de reconhecimento da IG é depositado no INPI e submetido a todo um processo que se inicia pelo exame formal, passa pela publicação para manifestação de terceiros e culmina com a decisão de reconhecimento ou não da IG.

#### Considerações sobre o desenvolvimento das indicações geográficas no Brasil

No Brasil, a discussão sobre IGs avança, porém encontra-se, ainda, em estágio inicial de desenvolvimento. É necessário que produtores, comerciantes e consumidores brasileiros reconheçam e valorizem as indicações de origem, o que demonstra a importância da atuação do Estado, por meio de seus órgãos, ministérios, secretarias e instituições, na disseminação do tema em todo o País.

Ações com esse propósito vêm sendo realizadas, bem como pesquisas voltadas para o estudo da relação entre produto e território e levantamento de benefícios agregados aos produtos e serviços com indicações reconhecidas pelo INPI. A busca e determinação de regiões e produtos brasileiros com potencialidades reais de reconhecimento como IG também vêm sendo efetuadas pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento e pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

O empenho e motivação dos atores locais na implementação de uma IG é outro aspecto que precisa ser fortalecido - opinião compartilhada por VELLOSO et al. (2010). Não somente o protagonismo deve ser estimulado, mas também deve ser desenvolvida uma consciência de construção e retorno de longo prazo, de modo que o processo de reconhecimento da IG seja realizado de forma ordenada, consistente e focada em resultados futuros, e não imediatos, sob risco de frustração dos atores envolvidos.

#### CONCLUSÃO

É histórica a proteção, por meio de normas e leis internacionais, de produtos cujas qualidades diferenciadas são estreitamente vinculadas às técnicas produtivas tradicionalmente praticadas e ao efeito das características naturais do território onde são produzidos. No Brasil, o tema é recente e as diferentes referências apresentadas demonstram que existe um longo caminho a ser percorrido para a consolidação e popularização das IGs. O desenvolvimento e o amadurecimento do modelo de IGs no Brasil dependerão de um maior investimento em recursos humanos,

técnicos e financeiros por parte das instituições competentes. Políticas de incentivo às IGs, a disseminação do tema junto aos consumidores e o engajamento de universidades, empresas de pesquisa e de fomento à atividade agropecuária são extremamente necessários para que a indicação geográfica se torne, efetivamente, uma ferramenta de desenvolvimento socioeconômico, em especial, para o meio rural.

#### AGRADECIMENTOS

Ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento e à Universidade Federal de Viçosa.

#### REFERÊNCIAS

- BERTOZZI, L. Designations of origin: quality and specification. **Food Quality and Preferences**, v.6, p.143-147, 1995.
- BRASIL. Lei nº 9279 de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 15 maio, 1996.
- BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Guia para a solicitação de registro de indicação geográfica para produtos agropecuários**. 2008. Disponível em: <[http://www.agricultura.gov.br/pls/portal/docs/PAGE/MAPA/SERVICOS/IG\\_PRODUTOS\\_AGROPECUARIOS/CONSTRUINDO\\_AS\\_IG/GUIA%20IG%20FINAL\\_0.PD](http://www.agricultura.gov.br/pls/portal/docs/PAGE/MAPA/SERVICOS/IG_PRODUTOS_AGROPECUARIOS/CONSTRUINDO_AS_IG/GUIA%20IG%20FINAL_0.PD)>. Acesso em: 24 fev. 2010.
- BRUCH, K.L. Indicações geográficas para o Brasil. **Jornal A Vindima - O Jornal da Vitivinicultura Brasileira**, Flores da Cunha: Século Novo, p.16-17, jun/jul. 2008.
- BRUCH, K.L. Tradição e cultura preservadas: Indicações Geográficas são meio para assegurar reconhecimento aos diferenciais de uma região produtora. **Jornal Bon Vivant**, Flores da Cunha: Século Novo, p. 12, jan/fev. 2009.
- CALLIARI, M.A.C. et al. Proteção às indicações geográficas: a experiência brasileira. In: SEMINÁRIO LATINO-IBEROAMERICANO DE GESTION TECNOLÓGICA-ALTEC, 12., 2007, Buenos Aires, Argentina. **Anais...** Buenos Aires: ALTEC, 2007. Disponível em: <<http://www.asociacionalttec.org/Documents/40292.pdf>>. Acesso em: 6 mar. 2010.
- CERDAN, C. Valorização dos produtos de origem e do patrimônio dos territórios rurais no sul do Brasil: Contribuição para o desenvolvimento territorial sustentável. **Política & Sociedade**, v.8, n.14, p. 277-299, 2009. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/viewFile/11626/10961>>. Acesso em: 09 set. 2010.
- CERDAN, C. et al. Elaboração de regulamento de uso, conselho regulador e definição do controle. 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. Cap.5, p. 59-189.

- CHADDAD, F.R. Denominações de origem controlada: um projeto de pesquisa. **Caderno de Pesquisas em Administração**, v.1, n.1, p.1-6, 1995. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/cad-pesq/arquivos/C01-art08.pdf>>. Acesso em: 13 ago. 2010.
- CONSELHO DA UNIÃO EUROPEIA. Regulamento (CE) nº 510 de 20 de março de 2006. Relativo à protecção das indicações geográficas e denominações de origem dos produtos agrícolas e dos gêneros alimentícios. **Jornal Oficial da União Europeia**, n.L 093, p.12-25, 31 mar. 2006.
- CONSELHO DA UNIÃO EUROPEIA. Regulamento (CE) nº 110 de 15 de janeiro de 2008. Relativo à definição, designação, apresentação, rotulagem e proteção das indicações geográficas das bebidas espirituosas e que revoga o Regulamento (CEE) nº 1576/89 do Conselho. **Jornal Oficial da União Europeia**, n.L 039, p.16-54, 13 fev. 2008a.
- CONSELHO DA UNIÃO EUROPEIA. Regulamento (CE) nº 479/2008 de 29 de abril de 2008. Estabelece a organização comum do mercado vitivinícola e altera os Regulamentos (CE) nº 1493/1999, (CE) nº 1782/2003, (CE) nº 1290/2005 e (CE) nº 3/2008 e que revoga os Regulamentos (CEE) nº 2392/86 e (CE) nº 1493/1999. **Jornal Oficial da União Europeia**, n.L 148, p.1-61, 06 jun. 2008b.
- DA SILVA, A.L. et al. Delimitação geográfica da área: homem, história e natureza. 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. Cap.4, p.129-158.
- DIAS, J.F.D.V.R. **A construção institucional da qualidade em produtos tradicionais**. 2005. 145f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade) - Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, RJ.
- INAO. Institut National des Appellations d'Origine et de la Qualité (França). **Statistiques - Les signes de la qualité et de l'origine**. Disponível em: <<http://www.inao.gouv.fr/public/home.php?pageFromIndex=produits/index.php~mnu=145>>. Acesso em: 04 out. 2011.
- ÍNDIA. Intellectual Property Índia - Geographical Indications Registry. **Registered GIs: Registration details of G.I applications 2003- - 07<sup>th</sup> Sept. 2011**. Disponível em: <<http://www.ipindia.nic.in/girindia/>>. Acesso em: 05 out. 2011.
- INPI. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Resolução nº 75 INPI de 28 de novembro de 2000. **Estabelece as condições para o registro das indicações geográficas**. Rio de Janeiro.
- INPI. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. **IG's nacionais registradas**. Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br/menu-esquerdo/indicacao/igs-registradas/nacionais/>>. Acesso em: 27 set. 2011.
- 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.
- LIMA, F.D. et al. Indicação geográfica: agregação de valor aos produtos amazônicos. **T&C Amazônia**, ano V, n.11, p.42-48, 2007.
- NICOLAS, F.; VALCESHINI, E. Agro-alimentaire et qualite: questions aux sciences sociales. **Économie Rurale**, n.217, p.5-11, 1993.
- OMC. Organização Mundial do Comércio. Acordo sobre aspectos dos direitos de propriedade intelectual relacionados ao comércio (Acordo TRIPS ou Acordo ADPIC). **Diário Oficial da União**, n.248-A, seção 1, p.93-103. Brasília DF, 31 dez.1994.
- PAULA, J. Territórios, redes e desenvolvimento. In: LAGES, V. et al. (Org.). **Territórios em movimento: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva**. Rio de Janeiro: Relume Dumará; Brasília, DF: SEBRAE, 2004. p.73-84.
- PISTORELLO, N. Sub-projeto denominação de origem controlada. **Projeto VICTUR- Valorização do turismo integrado à identidade cultural dos territórios**. SEBRAE-RS, 2006. Disponível em: <[http://www.caxias.rs.gov.br/urbal/\\_upload/artigo\\_18.pdf](http://www.caxias.rs.gov.br/urbal/_upload/artigo_18.pdf)>. Acesso em: 17 ago. 2009.
- REIS, L.L.M. **Indicação de procedência: uma nova dimensão da competitividade para o território da APAEB-Valente**. 2008. 206f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional e Urbano) - Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Regional e Urbano, Universidade Salvador, UNIFACS, BA.
- SOEIRO, A. **Denominações de origem e indicações geográficas protegidas: a sua importância**. 2005. Disponível em: <<http://www.pluridoc.com/Site/Office/Default.aspx?module=Files/FileDescription&ID=1910&state=FD>>. Acesso em: 15 abr. 2010.
- TONIETTO, J.O. **Conceito de denominação de origem: uma opção para o desenvolvimento do setor vitivinícola brasileiro**. Bento Gonçalves: EMBRAPA-CNPUV, 1993. 20p. (EMBRAPA-CNPUV- Documento 8).
- UNIÃO EUROPEIA. Comissão Europeia. **DOOR- Database of origin and registration**. Disponível em: <<http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html>>. Acesso em: 26 set. 2011a.
- UNIÃO EUROPEIA. Comissão Europeia. **E-BACCHUS**. Disponível em: <<http://ec.europa.eu/agriculture/markets/wine/e-bacchus/>>. Acesso em: 26 set. 2011b.
- VANDECANDELAERE, E. et al. **Linking people, places and products - A guide for promoting quality linked to geographical origin and sustainable geographical indications**. [S. L]: FAO, 2009. 194p.
- VARGAS, I.C.S. **Indicações geográficas do Brasil: possibilidades para os produtores inseridos na área de proteção ambiental do Ibirapuitã- RS**. 2008. 114f. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural) - Centro de Ciências Rurais, Universidade Federal de Santa Maria, RS.
- 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 Agroecossistemas) - 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.