

Suelen Carls

**PROTEÇÃO JURÍDICA DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS E
DESENVOLVIMENTO: O REGULAMENTO DE USO E AS
ESTRUTURAS DE CONTROLE E GESTÃO**

Tese submetida ao Programa de
Pós-Graduação em Direito da
Universidade Federal de Santa
Catarina para a obtenção do Grau
de Doutora em Direito.

Orientador: Prof. Dr. Luiz Otávio
Pimentel

Coorientador: Prof. Dr. Dev Saif
Gangjee

Florianópolis
2016

Carls, Suelen

Proteção jurídica das indicações geográficas e desenvolvimento: o regulamento de uso e as estruturas de gestão e controle / Suelen Carls; orientador, Luiz Otávio Pimentel; coorientador, Dev Saif Gangjee. - Florianópolis, SC, 2016.

217 p.

Tese (doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Ciências Jurídicas. Programa de Pós-Graduação em Direito.

Inclui referências

1. Direito. 2. Propriedade intelectual. 3. Indicação geográfica. 4. Desenvolvimento. I. Pimentel, Luiz Otávio. II. Gangjee, Dev Saif. III. Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Direito. IV. Título.

Suelen Carls

**PROTEÇÃO JURÍDICA DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS E
DESENVOLVIMENTO: O REGULAMENTO DE USO E AS
ESTRUTURAS DE CONTROLE E GESTÃO**

Esta Tese foi julgada adequada para obtenção do Título de “Doutora em Direito”, e aprovada em sua forma final pelo Programa de Pós-Graduação em Direito.

Florianópolis, 22 de novembro de 2016.

Prof. Arno Dal Ri Júnior, Dr.
Coordenador do Curso

Banca Examinadora:

Prof. Orides Mezzaroba, Dr.
Presidente
Universidade Federal de Santa Catarina

Airton Spies, Dr.
Secretaria de Estado da Agricultura e da Pesca de Santa Catarina

Araken Alves de Lima, Dr.
Instituto Nacional da Propriedade Industrial

Prof. Eugenio Andrés Díaz Merino, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina

Hamilton Justino Vieira, Dr.
Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina

Murilo Xavier Flores, Dr.
Secretaria de Estado do Planejamento de Santa Catarina

Ao meu companheiro Miguel, cujo amor, carinho, compreensão, apoio e estímulo são incansáveis.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço a Deus, por me conceder diariamente a oportunidade de, ao mesmo tempo, continuar e recomeçar a vida.

Aos meu pais, Isabel Carls e Romeu Carls, pela educação que me proporcionaram e que me fez compreender o verdadeiro valor do ensino.

À minha irmã, Bruna Carls, pela oportunidade de cultivar o amor fraternal e dividir alegrias e angústias.

Ao meu companheiro, Miguel Luciano da Silva, qualquer tentativa de agradecimento jamais será suficiente, por isso apenas singelamente formalizo meu muito obrigada por tudo.

Ao meu orientador, Professor Luiz Otávio Pimentel, agradeço por assumirmos juntos o desafio do doutorado agora concluído com êxito.

Ao meu coorientador, Professor Dev Saif Gangjee, pelo inestimável aprendizado adquirido na convivência durante o ano em que pesquisei na Universidade de Oxford e pela disponibilidade usual, mesmo a distância.

À minha eterna orientadora, Professora Patrícia Luiza Kegel, por me iniciar na pós-graduação *stricto sensu* e na pesquisa em geral, mundo pelo qual tomei gosto e do qual não desejo me afastar.

Ao estimado Professor Alberto Francisco Ribeiro de Almeida, cuja sabedoria e modéstia permitem enxergar sentido na vida acadêmica. Agradeço a ele pela valiosa amizade e, também, pelas intermináveis e inspiradoras conversas sobre as indicações geográficas e a propriedade intelectual em geral.

Ao Professor Daniel Gervais, por semear novas ideias que agora cultivo com estima e entusiasmo.

Aos amigos da vida e aos colegas de jornada, agradeço a todos, mas me reservo o direito de agradecer a alguns deles nominalmente.

À Liliana Locatelli, uma querida amiga e estimada orientadora acadêmica e de vida, agradeço especialmente pelas conversas sempre tão reconfortantes.

À Cristiani Fontanela, cuja amizade, inúmeras vezes materializada em conversas via Skype, representa combustível essencial nessa jornada, de doutorado e de vida.

A Gabriel Severo Venco Teixeira da Cunha, meu querido amigo da época da graduação, que não se furta aos meus constantes

pedidos de opinião ou a discussões sobre o tema da propriedade intelectual.

Ao meu amigo Valter Moura do Carmo, outra amizade especial que o doutorado me trouxe e que será sempre cultivada com muito carinho.

Ao doce casal Hilary Jane Nixon e Phillip Edward Nixon, ambos pelo carinho durante o ano em que vivi em Oxford e por me ensinarem sobre a cultura britânica e a vida. A ela, em especial, por nossos chás e caminhadas semanais.

À Ilenia Salaris e Afsaneh Mohammadzaheri, amigas que o doutorado sanduíche me presenteou, agradeço pelas conversas, chás, caminhadas e descobertas nessa cidade incrível que é Oxford.

Também aos estimados José Peralta e Ana Menozzi, companheiros de estudos na Biblioteca da Faculdade de Direito da Universidade de Oxford, agradeço pela confortante existência no período de sanduíche e pela amizade que se continua cultivando.

Agradeço igualmente a André Olavo Leite, sua irmã Marcela Leite e sua mãe Marisa Olavo, pela amizade recente, mas já bastante estimada.

Sou grata, ainda, pela oportunidade de conversar sobre minha pesquisa com alguns dos mais experientes e respeitados burocratas e formuladores de políticas públicas na área da propriedade intelectual nos cenários internacional e europeu.

Entre eles, agradeço: Senhor Matthijs Geuze, então chefe do sistema de Lisboa para registros de denominações de origem da Organização Mundial da Propriedade Intelectual; Senhor Wolf Meier-Ewert, conselheiro em propriedade intelectual da Organização Mundial do Comércio; Senhor Nuno Miguel Vicente, da Diretoria Geral de Agricultura da Comissão Europeia; Senhor Georges Vassilakis, conselheiro do setor de Relações Multilaterais e Política de Qualidade da Diretoria Geral de Agricultura da Comissão Europeia e Senhora Monika Turek, do mesmo setor; e, Senhora Funda Lancaster, conselheira de Política Alimentar, do Departamento de Meio Ambiente, Alimentação e Assuntos Rurais do Reino Unido.

Agradeço também à banca de projeto de tese, formada pelos Professores Liliana Locatelli e Ademir Antonio Cazella sob a presidência do Professor Luiz Otávio Pimentel. À banca de defesa prévia de tese, composta pelos Professores Liliana Locatelli, Everton das Neves Gonçalves e Doutor Valter Moura do Carmo sob a presidência do Professor Orides Mezzaroba. E, finalmente, à banca de defesa de tese, constituída pelos Doutores Airton Spies, Hamilton

Justino Vieira, Murilo Xavier Flores e Araken Alves de Lima e Professor Eugenio Andrés Díaz Merino, novamente sob a presidência do Professor Orides Mezzaroba. Todos contribuíram positivamente para a qualidade da versão final desta tese.

Institucionalmente, agradeço ao Programa de Pós-Graduação em Direito da Universidade Federal de Santa Catarina, a todos os seus professores e servidores técnico-administrativos, o que o faço na pessoa de seu coordenador, Professor Arno Dal Ri Júnior.

No mesmo sentido, agradeço ao Centro de Pesquisa em Propriedade Intelectual da Faculdade de Direito da Universidade de Oxford, na pessoa de seu diretor, Professor Graeme Dinwoodie.

Ao Grupo de Pesquisa em Propriedade Intelectual, Transferência de Tecnologia e Inovação, agradeço em nome do seu líder, Professor Luiz Otávio Pimentel.

Agradeço, ainda, ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, pela bolsa de doutorado no país, com a qual foi contemplada no decorrer do primeiro ano do curso e que foi de essencial importância para a dedicação ao doutorado. E, também, pela bolsa de doutorado sanduíche no exterior, por meio da qual tive a oportunidade de estudar por um ano na Universidade de Oxford, no Reino Unido, uma das melhores universidades do mundo. Darei o meu melhor para retribuir o investimento feito em mim para o progresso científico do Brasil.

Por fim, agradeço ao St Hilda's College e ao North Oxford Overseas Centre, minhas duas casas no período em que estudei na Universidade de Oxford.

"O patrimônio cultural expressa a identidade de um povo, revela o modo de ser de uma sociedade; assim sua proteção se faz imprescindível à medida que tem profunda relevância para a preservação dos valores históricos" (GUERRA, 2008, p. 1).

RESUMO

Esta tese tem como objeto o estudo do papel do regulamento de uso e das estruturas de controle e gestão nas indicações geográficas brasileiras. A partir desse objeto, foi delineado o seguinte problema de pesquisa: partindo-se do pressuposto que as indicações geográficas podem instrumentalizar o desenvolvimento e que a gestão desse signo distintivo coletivo após o respectivo reconhecimento é vista como ponto crítico, qual é o papel do regulamento de uso e das estruturas de controle e gestão nas indicações geográficas brasileiras? Para resolução do problema formulado foi definido o objetivo geral, qual seja, definir o papel do regulamento de uso e das estruturas de controle e gestão nas indicações geográficas brasileiras. Diante disso, foram esquematizados os seguintes objetivos específicos: (i) apresentar as interconexões entre as indicações geográficas e o desenvolvimento; (ii) estruturar os contextos normativos internacional, europeu e brasileiro nos quais se localizam as indicações geográficas; (iii) descrever exemplos de indicações geográficas com foco nas estruturas de gestão e controle e no regulamento de uso; e, (iv) definir o papel do regulamento de uso e das estruturas de gestão e controle nas indicações geográficas brasileiras. A pesquisa partiu do pressuposto de que as indicações geográficas são capazes de instrumentalizar o desenvolvimento e que a gestão desse signo distintivo coletivo após o respectivo reconhecimento é vista como ponto crítico para o sucesso do ativo e que, portanto, é preciso definir qual o papel desse documento e dessas estruturas nas indicações geográficas, já que esses são fatores de influência na gestão e, por conseguinte, no alcance do desenvolvimento. Essa discussão consubstancia a contribuição original da tese. Foi empreendida pesquisa de ordem qualitativa, amparada em método hipotético-dedutivo e se fundamenta, inicialmente, na delimitação do problema e oferecimento de hipóteses, resultando em uma tese com quatro capítulos. O primeiro capítulo trata das relações entre as indicações geográficas e o desenvolvimento. O segundo aborda os contextos normativos relevantes, incluindo o internacional, o europeu e o brasileiro. No terceiro capítulo são descritos dois exemplos de indicações geográficas nos quais se apresenta o contexto geral, e se analisa a constituição e o funcionamento do regulamento de uso e das estruturas de controle e gestão, identificam-se boas práticas e os impactos desse conjunto gestor no desenvolvimento da região, bem como se pontuam os desafios ainda presentes. No último capítulo é feita uma apresentação e avaliação teórica das estruturas de gestão e controle e do regulamento de uso e se estabelece uma definição

para o papel de cada um deles. Mais genericamente, conclui-se que esse documento e essas estruturas exercem um papel múltiplo na gestão das indicações geográficas e estão intrinsecamente interligados, na medida em que um depende do outro para que se tenha uma gestão eficiente e eficaz e que conduza ao desenvolvimento. Para além disso, quanto à espécie indicação de procedência, entende-se que há necessidade de se alterar o texto da norma administrativa que trata do registro no que se refere à exigência de regulamento de uso.

Palavras-chave: Indicação geográfica. Regulamento de uso. Estrutura de controle. Estrutura de gestão.

ABSTRACT

This thesis object is the study of the role of the code of practice and control and management structures in the Brazilian geographical indications. Taking this object into consideration the following research problem was outlined: assuming geographical indications can be instrumental to development and that the management of this distinctive sign for collective use after its recognition is a critical point, what is the role of the code of practice and of control and management structures in Brazilian geographical indications? In order to solve the problem, the general objective is to define role of the code of practice and control and management structures in the Brazilian geographical indications. Thus, the following specific objectives were outlined: (i) present the interconnections between geographical indications and development; (ii) structure the international, European and Brazilian normative contexts in which the geographical indications are located; (iii) describe examples of geographical indications with a focus on control and management structures and code of practice; and, (iv) define the role of the code of practice and control and management structures in the Brazilian geographical indications. The research assumed that the geographical indications can promote the development and that the management of this collective distinctive sign after the respective recognition is critical point for the success of the asset and that, therefore, it is necessary to define the role of this document and of these structures in the geographical indications, since these are factors of influence in the management and, therefore, in the development achievement. This discussion constitutes the original contribution of the thesis. Thus, qualitative research was undertaken, grounded on a hypothetico-deductive method, and based on the initial delimitation of the problem and offering hypotheses, which resulted in a four chapters' thesis. The second addresses the relevant normative contexts, including international, European and Brazilian. In the third chapter are described two examples of geographical indications in which the general context is presented, and the draft and operation of the code of practice and control and management structures are analysed, good practices and the impacts of this manager set in the development of the region, as well as punctuating the challenges still present are identified. In the last chapter, a theoretical evaluation of the management and control structures and the code of practice is done and it is defined the role of each one of them. More generally, it is concluded that this document and these structures play a multiple role in the management of geographical

indications and are intrinsically interconnected as each one depends on the other for efficient and effective management and the development achievement. In addition to this, as it refers to indication of source as a Brazilian geographical indication species, it is understood there is a need to amend the text of the administrative rule, which deals with registration procedure in relation to the requirement of the code of practice.

Keywords: Geographical indication. Code of practice. Control structure. Management structure.

RESUMEN

Esta tesis tiene por objeto el estudio del papel de los pliegos de condiciones y de las estructuras de gestión y control de las indicaciones geográficas de Brasil. A partir de este objeto, se ha esbozado el siguiente problema de investigación: a partir de la suposición de que las indicaciones geográficas pueden instrumentalizar el desarrollo y la gestión de este signo distintivo colectivo después de su reconocimiento es visto como crítico, ¿cuál es el papel de los pliegos de condiciones y de las estructuras de gestión y control de las indicaciones geográficas de Brasil? Para resolver el problema formulado se define el objetivo general, que es definir el papel de los pliegos de condiciones y de las estructuras de gestión y control de las indicaciones geográficas de Brasil. Por lo tanto, se describen los siguientes objetivos específicos: (i) presentar las interconexiones entre las indicaciones geográficas y el desarrollo; (ii) organizar los contextos normativos internacional, europeo y brasileño en que se encuentran las indicaciones geográficas; (iii) describir ejemplos de indicaciones geográficas con un enfoque en las estructuras de gestión y control y el pliegos de condiciones; y, (iv) definir el papel de los pliegos de condiciones y de las estructuras de gestión y control en las indicaciones geográficas brasileñas. Esta investigación supone que las indicaciones geográficas son capaces de generar el desarrollo y que la gestión de este signo distintivo colectivo, después de su reconocimiento, es visto como fundamental para el éxito del activo y, por lo tanto, es necesario definir el papel de este documento y estas estructuras en las indicaciones geográficas, ya que estos son factores influyentes en la gestión y, por lo tanto, en el alcance del desarrollo. Esta discusión corrobora la contribución original de esta tesis. Se llevó a cabo una investigación cualitativa, basada en el método hipotético-deductivo y se basa inicialmente en la definición del problema y la oferta de hipótesis, dando lugar a una tesis con cuatro capítulos. El primer capítulo trata de la relación entre las indicaciones geográficas y desarrollo. El segundo aborda los marcos reguladores pertinentes, incluidos el internacional, el brasileño e el europeo. En el tercer capítulo se describen dos ejemplos de indicaciones geográficas en las que se analiza el establecimiento y funcionamiento de los pliegos de condiciones y de las estructuras de gestión y control, identifica las buenas prácticas y el impacto de este conjunto gestor en el desarrollo de la región, así como los retos que aún están presentes. En el último capítulo está hecha una evaluación teórica de las estructuras de gestión y control y de los pliegos de condiciones para definir el papel de cada uno

de ellos. De manera más general, se concluye que este documento y estas estructuras desempeñan un papel múltiple en la gestión de las indicaciones geográficas y están intrínsecamente ligadas, en la medida en que uno depende del otro para tener una gestión eficiente y eficaz, favorable al desarrollo. Sin embargo, en cuanto a la especie indicación de procedencia y los pliegos de condiciones, se entiende que hay una necesidad de cambiar el texto de la norma administrativa que se ocupa del registro.

Palabras clave: Indicación geográfica. Pliegos de condiciones. Estructura de control. Estructura de gestión.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Potenciais benefícios das IGs	48
Figura 2 – Logo representativo da denominação de origem protegida <i>Comté</i> junto do logo institucional da União Europeia para DOPs	120
Figura 3 – Localização da área de produção do queijo <i>Comté</i> DOP ...	123
Figura 4 – Logo representativo da indicação geográfica protegida <i>Toscana</i>	139
Figura 5 – Áreas de produção do azeite de oliva extra virgem <i>Toscana</i> IGP.....	139
Figura 6 – Rótulo completo do azeite de oliva extra virgem <i>Toscana</i> IGP	141
Figura 7 – Quatro determinantes da posição competitiva do produto com IG.....	152
Figura 8 – Abrangência da entidade representativa com associados não produtores	155
Figura 9 – Sistema de rastreabilidade da IP <i>Pelotas</i>	180

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Avaliação e plano estratégico.....	57
Quadro 2 – Itens a serem considerados para um projeto de IG.....	58
Quadro 3 – Investimentos e benefícios típicos de uma IG.....	65
Quadro 4 – Síntese dos principais elementos da especificação do queijo <i>Comté</i> para os produtores de leite.....	125
Quadro 5 – Estrutura do controle da DOP <i>Comté</i>	128
Quadro 6 – Importância dos custos indiretos e dos benefícios derivados da IGP <i>Toscana</i>	146
Quadro 7 – Exemplos de atividades e serviços que a estrutura de gestão pode oferecer e executar	156
Quadro 8 – Ações desenvolvidas em conjunto pela entidade coletiva e seus associados	158
Quadro 9 – Conteúdo indispensável do regulamento de uso	164
Quadro 10 – Diferentes tipos de sistemas de verificação	175

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CE – Comissão Europeia
CEE – Comunidade Econômica Europeia
CIGC – *Comité Interprofessionnelle de Gruyère de Comté*
Ciram – Centro de Informações de Recursos Ambientais e de Hidrometeorologia de Santa Catarina
CUP – Convenção da União de Paris
ETG – Especialidade Tradicional Garantida
DO – Denominação de Origem
DOOR – *Database of Origin & Registration*
DOP – Denominação de Origem Protegida
Epagri – Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina
IP – Indicação de Procedência
IG – Indicação Geográfica
IGP – Indicação Geográfica Protegida
INAO – Institut national de l'origine et de la qualité
Iphan – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
IN – Instrução Normativa
ISO – International Organization for Standardization
LPI – Lei da Propriedade Industrial
MAPA – Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento
MDA – Ministério do Desenvolvimento Agrário
MMA – Ministério do Meio Ambiente
OMC – Organização Mundial do Comércio
OMPI – Organização Mundial da Propriedade Intelectual
PAC – Política Agrícola Comum
UE – União Europeia
SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
TRIPS – *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights*
UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	27
1 INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS E DESENVOLVIMENTO	35
1.1 DIREITO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL E DESENVOLVIMENTO	36
1.2 FORMA DE DESENVOLVIMENTO BASEADA NO MERCADO	42
1.3 EMPODERAMENTO E BENEFÍCIOS LOCAIS	47
1.4 INDICAÇÃO GEOGRÁFICA INSTRUMENTALIZADORA DE DESENVOLVIMENTO	54
2 CONTEXTOS NORMATIVOS	71
2.1 CENÁRIO INTERNACIONAL	72
2.1.1 Antes do acordo TRIPS	72
2.1.2 Advento do acordo TRIPS	75
2.1.3 Após o acordo TRIPS	82
2.2 CENÁRIO EUROPEU	84
2.2.1 Legislação vigente	85
2.2.1.1 Vinhos: Regulamento (UE) n. 1.308/2013	85
2.2.1.2 Destilados: Regulamento (CE) n. 110/2008.....	89
2.2.1.3 Produtos vitivinícolas aromatizados: Regulamento (UE) n. 251/2014	91
2.2.1.4 Produtos agrícolas e gêneros alimentícios: Regulamento (UE) n. 1.151/2012	93
2.2.2 A situação dos produtos não agroalimentares	97
2.2.3 A multiplicidade de sistemas e a proposta de um regulamento único	100
2.2.4 Políticas públicas	104
2.3 CENÁRIO BRASILEIRO.....	106
2.3.1 Legislação vigente	107
2.3.1.1 Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996	107
2.3.1.2 Instrução Normativa n. 25, de 18 de março de 2013.....	110
2.3.2 Políticas públicas	114
3 CASOS SELECIONADOS	119
3.1 DENOMINAÇÃO DE ORIGEM PROTEGIDA <i>COMTÉ</i>	119
3.1.1 Visão geral e organização	119
3.1.2 Regulamento de uso, controle e gestão	124
3.1.3 Impactos no desenvolvimento	134
3.1.4 Desafios	136
3.2 INDICAÇÃO GEOGRÁFICA PROTEGIDA <i>TOSCANO</i>	137
3.2.1 Visão geral e organização	137

3.2.2 Regulamento de uso, controle e gestão.....	140
3.2.3 Impactos no desenvolvimento	146
3.2.4 Desafios	149
4 REGULAMENTO DE USO E ESTRUTURAS DE CONTROLE E GESTÃO NAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS	151
4.1 ESTRUTURA DE GESTÃO	153
4.2 REGULAMENTO DE USO E ESTRUTURA DE CONTROLE.	163
4.3 DESAFIOS	180
CONCLUSÃO	185
REFERÊNCIAS.....	193

INTRODUÇÃO

O Brasil e o mundo enfrentam grandes desafios, especialmente nos campos econômico e social. Êxodo rural, desindustrialização e massificação da produção são exemplos que têm conduzido à necessidade de (re)invenção, (re)avaliação dos ativos existentes e (re)definição de estratégias de desenvolvimento.

Nesse horizonte, deve-se buscar valorizar os ativos disponíveis que sejam capazes de engendrar melhorias políticas, econômicas, sociais e também culturais.

Vislumbra-se, então, espaço para os direitos da propriedade intelectual em suas mais variadas modalidades, como, por exemplo: fortalecimento e criação de novas marcas com diferencial e possibilidade de conquista e expansão de mercados; desenhos industriais; patentes com futuro econômico promissor; topografias de circuito integrado; e, indicações geográficas.

Todos os ativos da propriedade intelectual desempenham um papel de alto nível para o desenvolvimento de uma nação, conforme demonstrado na literatura. Especialmente as indicações geográficas, assumindo-se como pressuposto que detêm potencial para geração de desenvolvimento, são instrumentos extremamente promissores na valorização das identidades culturais, algo que o Brasil, dada sua extensão e diversidade, exhibe em respeitáveis proporções.

Ostenta-se uma produção agropecuária de grande porte, mas cujo resultado é predominantemente visto sob a forma de produtos com pouco ou nenhum valor agregado.

É preciso oferecer ao público produtos e serviços com diferencial. Eles existem, mas é preciso fazer com que os consumidores os enxerguem como tais, estejam dispostos a pagar por eles e saibam exatamente o motivo disso.

Não se pode permitir que produtos, serviços, territórios e identidades culturais se percam no entremeio de um conturbado processo de oferta e procura, onde esses produtos ou serviços estejam mal representados ou tenham mitigada sua importância para a história, tradição, cultura e política.

É precisamente nessa conjunção de fatores que as indicações geográficas podem atuar positivamente para a retomada de produções, valorização do saber fazer e da cultura locais e promoção do território, com benefícios para toda a comunidade.

Mundialmente as indicações geográficas transitam nos tratados internacionais desde 1883, com a Convenção da União de Paris.

A partir de então, alguns avanços foram alcançados e com o advento da Organização Mundial do Comércio e do acordo TRIPS na década de 1990, a matéria passou a ser regulada em quase todo o mundo.

Com base nas orientações gerais, cada estado soberano, assim como a União Europeia, elaborou ou ajustou as suas próprias normas, via de regra dividindo as indicações geográficas em duas modalidades, porém garantindo o mesmo grau de proteção para ambas e estabelecendo as respectivas condições para registro.

No Brasil, pode-se dizer com segurança que é com a Lei n. 9.279 de 1996, a lei da propriedade industrial que substituiu o antigo código de propriedade industrial, que se atendem às demandas do TRIPS e que as IGs passam a efetivamente contar com um sistema de proteção do nome geográfico no país.

No entanto, em que pese se ter ultrapassado a marca de 50 IGs reconhecidas em 20 anos, é evidente que o reconhecimento formal não é suficiente para a manutenção do ativo e para a geração de desenvolvimento a partir dele.

É precisamente a partir do registro concedido, isto é, do reconhecimento formal do ativo intangível consubstanciado na indicação geográfica que se localiza o problema que norteia esta pesquisa e está estruturado da seguinte maneira: Partindo-se do pressuposto que as indicações geográficas podem instrumentalizar o desenvolvimento e que a gestão desse signo distintivo coletivo após o respectivo reconhecimento é vista como ponto crítico, qual é o papel do regulamento de uso e das estruturas de controle e gestão nas indicações geográficas brasileiras?

A justificativa para definição do tema da pesquisa assenta-se amplamente em função da importância que os direitos de propriedade intelectual ocupam nos cenários global, nacional e local na atualidade e desde há muito tempo e, especificamente nas possibilidades que a indicação geográfica, enquanto instituto regulamentado pelo direito, tem para gerar desenvolvimento.

Do total das IGs brasileiras registradas nesses 20 anos, a maior parte dos registros ocorreu nos últimos 10 e o Brasil desponta como uma das nações promissoras na utilização do ativo, em virtude do vasto território e diversidade cultural, aspecto valorizado e promovido nas indicações geográficas.

No entanto, muitos problemas têm sido enfrentados pelos atores das cadeias produtivas após o reconhecimento do ativo. Seja pela escassez de políticas públicas de acompanhamento ou insuficiência descritiva da lei, seja pela in experiência.

Nessa seara, uma análise para a definição do papel das estruturas de gestão e controle e do regulamento de uso nas IGs tem relevância tanto teórica quanto prática e revela a originalidade e contribuição desta tese, ao pretender contribuir para o aprimoramento da gestão pós-registro das IGs. Isso porque esse documento e essas estruturas exercem importância primária na gestão de uma IG, conforme se verifica na literatura especializada, mas ainda existem lacunas e dúvidas a respeito, especialmente no horizonte brasileiro.

A relevância prática, portanto, consolida-se pela existência de um problema real enfrentado pelos atores de cadeias produtivas inseridas em um sistema de indicação geográfica reconhecido, isto é, os desafios da gestão do ativo após o reconhecimento formal. Já a relevância teórica se mostra ante à necessidade de se definir os papéis das estruturas de gestão e controle e do regulamento de uso no sentido de possibilitar a melhoria da gestão do ativo com vistas ao desenvolvimento.

Apresentam-se como hipótese para resposta ao questionamento formulado, que esses papéis seriam, respectivamente:

(i) Para o conselho regulador o de refletir a realidade da produção do produto ou prestação de serviço vinculada à IG;

(ii) Para a estrutura de controle o de verificador do cumprimento das normas e de orientador do seu cumprimento; e,

(iii) Para a estrutura de gestão o de zelar pela IG e manter o grupo coeso, bem relacionado e confiante uns nos outros.

Diante do problema de pesquisa e hipóteses descritos, encontra-se definido o objetivo geral desta tese, isto é, definir qual o papel do regulamento de uso e das estruturas de gestão e controle nas indicações geográficas brasileiras.

Para alcançar o objetivo geral proposto, a pesquisa pautou-se em quatro objetivos específicos, a saber:

(i) Apresentar as interconexões entre as indicações geográficas e o desenvolvimento;

(ii) Estruturar os contextos normativos internacional, europeu e brasileiro nos quais se localizam as indicações geográficas;

(iii) Descrever exemplos de indicações geográficas com foco nas estruturas de gestão e controle e no regulamento de uso; e,

(iv) Definir o papel do regulamento de uso e das estruturas de gestão e controle nas indicações geográficas brasileiras.

Para fundamentar a pesquisa, iniciou-se pela coleta de dados já sistematizados, por meio de pesquisa bibliográfica em fontes escritas como revistas científicas e outras publicações periódicas, além de livros

especializados, notadamente para estabelecer as relações almeçadas pelo primeiro dos objetivos específicos, cuja justificativa para a existência se encontra na necessidade de fornecer um quadro de referências teóricas a partir do qual se torna possível localizar as indicações geográficas como instrumento de desenvolvimento.

O passo seguinte consistiu em trabalhar com os contextos normativos. Para desenvolver essa parte da pesquisa também foram esquadrihados dados secundários provenientes de fontes escritas, como as revistas científicas e outras publicações periódicas, além de livros especializados, mas principalmente fontes documentais, responsáveis pela guarda de leis e normas e pela maior parte do desenvolvimento do segundo objetivo específico delineado.

Por tratar também da formação da política agrícola comum europeia e das discussões a respeito da elaboração de uma norma para IGs não agroalimentares, contou-se com dados primários obtidos a partir de entrevistas realizadas na sede da Comissão Europeia, com alguns de seus representantes, especialmente da Diretoria Geral de Agricultura.

A redação do capítulo que atende ao segundo objetivo específico também guarda seu fundamento. A descrição das normas internacionais se justifica em função de seu papel de orientador-geral. Já as normas brasileiras e europeia são apresentadas para que seja possível caracterizar as espécies de indicação geográfica existentes em cada cenário e como os conceitos e especificidades influenciam na caracterização do regulamento de uso e atuação dos órgãos de gestão e controle.

Em seguida, para desenvolver o terceiro objetivo específico foram utilizadas novamente fontes secundárias, especialmente publicações especializadas em estudos de caso de indicações geográficas, o que permitiu realizar a descrição dos exemplos trazidos no que diz respeito aos pontos de interesse desta pesquisa. Nesse sentido, procurou-se demonstrar, principalmente, como boas práticas verificadas em cada um dos casos podem contribuir positivamente para a gestão das indicações geográficas.

Por fim, o último capítulo estrutura informações teóricas e práticas a respeito das atividades desempenhadas pelas estruturas de controle e gestão e da abrangência das normas do regulamento de uso de modo a atender o último objetivo específico e o objetivo geral propriamente dito, atividade para a qual fontes secundárias e primárias foram utilizadas. Os dados secundários compreenderam o material já sistematizado, representado pela pesquisa em documentos públicos e privados, além de livros, revistas e outros periódicos. Os dados

primários foram revelados através da aplicação de entrevistas não estruturadas e realizadas pela pesquisadora com burocratas e formuladores de políticas públicas da Organização Mundial da Propriedade Intelectual e da Organização Mundial do Comércio.

Quanto ao método de pesquisa empreendido na pesquisa, foi utilizado o hipotético-dedutivo¹, contexto no qual se estabeleceu o problema inicial (P¹) e as hipóteses (TE) expostos acima. O problema foi concebido a partir da observação das dificuldades no gerenciamento das indicações geográficas após o reconhecimento formal, o que deu origem as hipóteses que, a partir de estudo mais detalhado, foram avaliadas com a finalidade de confirmação, negação ou modificação.

Ainda com relação ao método de pesquisa, convém registrar que, embora sejam trazidas além da legislação brasileira pertinente ao tema, a internacional e a europeia, não se pretendeu realizar um estudo de direito comparado, razão pela qual as normas são apresentadas com intuito de fornecer subsídios para compreender os respectivos contextos, mas não pretendem estabelecer comparações que obedeçam ao método de estudo comparado.

Da mesma maneira, não se pretendeu realizar estudos de caso e o terceiro capítulo se propõe a descrever casos já registrados pela literatura, cujas fontes obtiveram os resultados eminentemente a partir de pesquisa de campo e que, portanto, tem aptidão para gerar a visão geral que se buscou em cada um deles, bem como as boas práticas vinculadas às estruturas de controle e gestão e ao regulamento de uso.

Ainda com relação aos casos descritos, opção por dois casos europeus cujas IGs estão registradas no nível comunitário foi uma decisão de ordem prática, tendo em vista que 12 meses da pesquisa e elaboração da tese se deram na Europa. Além disso, é notória experiência europeia na proteção de indicações geográficas e a gestão envolve documentos e estruturas bastante semelhantes em relação ao sistema brasileiro e as ressalvas necessárias se encontram registradas no momento oportuno. Essa opção, todavia, em nada desqualifica o potencial para leitura e aprendizado de boas práticas a partir de casos

¹ O método hipotético-dedutivo parte de questões gerais até alcançar casos ou constatações mais específicas. É descrito por Popper (2002, p. 23-25) com auxílio do esquema P¹ – TE – EE – P², no qual P¹ é o problema inicial, TE é a teoria explicativa ou hipótese, EE é a experiência empírica e P² é um novo problema, derivado dos resultados da experiência.

provenientes de outras partes do mundo, o que, inclusive, fez-se pontualmente ao longo do texto.

A opção pela pesquisa qualitativa se mostrou ideal porque caracteriza uma atividade voltada para compreensão de situações particulares, mas que considera as interações presentes no contexto que deve ser analisado pelo pesquisador enquanto ser humano dotado de capacidades intelectuais e sensível à realidade.

As características da pesquisa empreendida permitem classificá-la como fundamental, uma vez que buscou aumentar o conhecimento disponível sobre o tema, bem como oferecer subsídios teóricos à resolução de uma questão de ordem prática. Em outras palavras, além de possibilitar o aumento do conhecimento próprio sobre o tema de pesquisa, trabalhou no sentido de definir o papel do regulamento de uso e das estruturas de gestão e controle das indicações geográficas brasileiras para que sejam instrumentos de desenvolvimento.

Quanto ao nível de interpretação, a pesquisa se caracteriza como descritiva, tendo em vista que ela determina as características da ocorrência do objeto.

No que diz respeito ao processo de estudo, pode-se dizer que a pesquisa possui um caráter multidisciplinar. Mesmo se tratando de uma pesquisa voltada à compreensão do funcionamento de certas estruturas vinculadas a um fenômeno jurídico, foi de necessidade primária a interação com outras disciplinas, sob pena de não se poder redigir o resultado de pesquisa a contento, muito menos atender aos objetivos propostos.

Concernente ao campo de intervenção, a pesquisa pode ser enquadrada como observacional, já que os dados foram coletados sem interferência nos eventos, mesmo quando se trabalhou com dados primários.

Relativamente à escala, merece ser considerado o fato de a pesquisadora não ter levantado dados em um recorte momentâneo de tempo, assim como esses dados não se encontrarem, na maior parte, sistematizados quanto ao tempo. Desse modo, a pesquisa foi dotada de um perfil longitudinal quanto ao desenvolvimento do fenômeno.

Em relação aos dados utilizados na pesquisa e redação do texto, foram esses de natureza secundária, na maior parte, com pequena, porém relevante contribuição de dados de natureza primária, especialmente originados de entrevistas não estruturadas.

Com referência às fontes de dados utilizadas na pesquisa, podem ser citadas as fontes escritas, como os livros, os artigos

científicos, os recortes de jornais e as normas; bem como não escritas, como a entrevista.

A pesquisa empreendida para se atingir os objetivos propostos originou um total de quatro capítulos e a harmonia entre as informações descritas foi possível graças à variedade de áreas nas quais se buscou referências, merecendo-se citar, além da área jurídica, a econômica, a desenvolvimentista e a administrativa.

No primeiro capítulo a atenção é voltada para a questão da relação entre as indicações geográficas, enquanto fenômeno jurídico e sua relação com o desenvolvimento. Para isso é estabelecida, primeiramente a relação entre direito da propriedade intelectual e desenvolvimento. Ato contínuo, as IGs são apresentadas enquanto modalidade de desenvolvimento baseada no mercado. Depois, trata-se das IGs enquanto forma de empoderamento e geradora de benefícios locais. Por fim, estabelecem-se elementos e características essenciais para a caracterização de uma IG instrumentalizadora do desenvolvimento.

O segundo capítulo é dedicado à apresentação dos contextos normativos relativos às IGs, com atenção para o contexto internacional, seguido pelo europeu e o brasileiro, nesses dois últimos se fazendo menção, após a descrição das normas, às políticas públicas existentes para o estímulo e promoção das indicações geográficas nos respectivos territórios.

Já o terceiro capítulo trata exclusivamente da descrição de dois exemplos europeus colhidos na literatura por conterem relevantes informações sobre a visão geral do sistema, regulamento de uso, estruturas de controle e gestão, impactos no desenvolvimento da região onde se localizam e desafios existentes.

Adiante, o quarto capítulo é dedicado, especificamente, à definição do papel do regulamento de uso e das estruturas de gestão e controle das IGs. Com referência às relações estabelecidas no primeiro capítulo, no arcabouço normativo descrito no segundo capítulo e nos exemplos apresentados no terceiro capítulo, este capítulo trabalha tanto em relação ao contexto geral quanto apontando as particularidades que se deve ter em mente em relação à realidade brasileira.

Por fim, é apresentada a conclusão da pesquisa e apontados os aprendizados colhidos a partir da sua realização. Comenta-se, ainda, sobre a forma como se deu o alcance dos objetivos, são retomadas e comentadas as hipóteses e feitas sugestões para pesquisas futuras.

1 INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS E DESENVOLVIMENTO

As indicações geográficas são ativos intangíveis da categoria dos signos distintivos coletivos e regulamentados e protegidos jurídica e legalmente tanto em nível constitucional quanto infraconstitucional e com amplas possibilidades de utilização como ferramenta de desenvolvimento.

Nesse sentido:

Signos distintivos são sinais² visualmente perceptíveis utilizados para identificar e distinguir produtos ou serviços, empresas, estabelecimentos, regiões ou localidades. A representação visual desses diversos sinais serve para identificar e distinguir produtos ou serviços de outros produtos e serviços similares dentro de um mercado extremamente competitivo (CARLS, 2013, p. 52).

Em outros termos: “Os diversos sinais distintivos nasceram de um objetivo em comum: distinguir a origem (seja geográfica ou pessoal) de um produto” e “[...] de uma indicação de origem única à diferenciação entre os fabricantes de um produto de uma mesma corporação, vislumbra-se a evolução dos signos distintivos” (CERDAN et al., 2014, p. 34-35).

Alguns³ desses signos distintivos estão regulamentados e protegidos pela propriedade intelectual, como é o caso das indicações geográficas, que são signos distintivos que possibilitam distinguir um produto que pertence a um *grupo* e que se diferencia ou singulariza em relação aos similares em função de certas características correspondentes à sua origem geográfica (BRASIL, 1996).

"Esse signo distintivo [indicação geográfica] serve para distinguir produtos ou serviços em função de sua origem geográfica. Origem esta que representa um fator determinante na atração dos consumidores" (CARLS, 2013, p. 52).

Ainda, de acordo com o acordo TRIPS, indicações geográficas são aquelas:

² Não é intenção, no âmbito deste trabalho, discorrer sobre a diferenciação conceitual entre signos e sinais distintivos.

³ Outros signos distintivos como o nome empresarial, o título de estabelecimento e o nome de domínio, são protegidos juridicamente, mas não pelo direito da propriedade intelectual.

[...] 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 a sua origem geográfica (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO, 1994).

Na prática, as indicações geográficas representam mais do que apenas um nome geográfico protegido juridicamente. Esse nome remete à origem do produto ou serviço em um determinado espaço geográfico no qual são verificadas características singulares, como qualidade ou reputação, por exemplo. As indicações geográficas expressam valores ligados ao meio ambiente, à história e à cultura específicas de uma região, sendo únicas no mercado globalizado (GIOVANNUCCI et al., 2009).

Tendo essa premissa em consideração, este capítulo localiza as indicações geográficas (e por consequência o direito e o direito da propriedade intelectual) em sua acepção desenvolvimentista. Também descreve interconexões derivadas dessa relação ao apresentar a IG como forma de desenvolvimento baseada no mercado e de empoderamento e estabelece o espectro do conceito de desenvolvimento adotado na pesquisa. São também enumerados e comentados fatores e/ou boas práticas apontados na doutrina especializada como necessários para o sucesso de uma IG, seja na fase pré e pós-registro.

1.1 DIREITO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL E DESENVOLVIMENTO

Merece relevo a acepção jurídica do desenvolvimento justamente por serem as indicações geográficas institutos regulamentados pelo direito.

O desenvolvimento na esfera jurídica está vinculado ao papel e aos limites que o direito sustenta. O papel pode ser formal, factual ou institucional: a declaração de um direito, o impacto do direito nas relações sociais ou as consequências do emprego do conjunto normativo para as instituições da nação, respectivamente. Além disso, é preciso ter em mente que o sistema jurídico pode também suscitar efeitos negativos na vida das pessoas (BARRAL, 2010).

Nesse sentido, o direito se encontra diretamente vinculado à fenomenologia social, demandando um olhar multi e interdisciplinar em

relação à formalidade legal. Esse olhar, quando eficaz, permite enxergar a realidade social a partir da formalidade legal (GONÇALVES; STELZER, 2014; STELZER; GONÇALVES, 2013), ou seja, das normas codificadas como resposta aos anseios sociais.⁴

Portanto, é necessário entender a sociedade, compreender os motivos da norma e avaliar se a última é adequada à realidade da primeira. Nesse horizonte, podem ser apontados com pressupostos da ordem jurídica essenciais para o desenvolvimento (BARRAL, 2010, p. 20):

a) "necessidade de regras claras e previsíveis", já que um sistema jurídico confuso pode impactar negativamente a promoção do desenvolvimento;

b) garantia de "tratamento equitativo aos cidadãos", fator indispensável para a constituição e consolidação do capital social; e,

c) "necessidade de participação democrática" que não se restrinja ao processo de criação legislativa, mas atue também na implementação e fiscalização.

No cenário ideal, portanto, a ordem jurídica delinea as diretrizes e normas que devem ser observadas no dia a dia da sociedade e no desempenho das mais diversas atividades. Também oferece os instrumentos jurídicos capazes de demandar o cumprimento e a fiscalização desses objetivos e diretrizes. Ou seja, a ordem jurídica é a responsável, também, pela disponibilização de mecanismos de efetivação legal (LOCATELLI, 2007a).

Tendo tal premissa em mente, um dos aprendizados que se pode extrair da transição entre os séculos XX e XXI, é que as políticas públicas envolvendo direito e desenvolvimento precisam estar fundamentadas em evidência. É preciso investir em pesquisa sociojurídica, desenvolver ferramentas para implementação, diagnóstico e mensuração e resultados (TRUBEK, 2003).

O conjunto normativo, pois, é a fonte onde se encontram a conceituação e a abrangência das indicações geográficas enquanto direitos de propriedade intelectual. Contar com uma lei (ou outro tipo normativo adequado) coesa é o primeiro passo para uma indicação geográfica *funcionar*. Conhecer a conceituação, a abrangência, os requisitos e os limites desse direito é primordial para o sucesso do que vem em seguida, dos benefícios que podem advir da gestão desse ativo.

⁴ Para compreensão acerca da influência da ciência econômica em relação à eficácia do direito, consultar Gonçalves e Stelzer (2014) e Stelzer e Gonçalves (2013).

No caso em análise, por consequência, o conjunto normativo deve prever, além das regras que conformam as indicações geográficas e orientam quanto à definição e proteção legal, mecanismos que sejam suficientemente eficientes na gestão desse ativo de propriedade intelectual.

É dizer, naturalmente, que as indicações geográficas são ativos regulamentados pelo direito e com potencial gerador de desenvolvimento, mas que esse mesmo direito deve estar em harmonia com a realidade e oferecer os meios adequados para que esse potencial seja revelado na prática ao invés de sucumbir à teoria.

Assume-se, portanto, que a geração ou a contribuição para a geração de desenvolvimento é produto valioso da aplicação prática da lei e do direito como um todo, nos seus diversos *tipos*, entre os quais o direito da propriedade intelectual.

Significa afirmar que as esferas estatais devem trabalhar em sintonia, pois os direitos em geral, assim como os de propriedade intelectual "[...] são instrumentos para o desenvolvimento quando efetivos em cinco planos, que correspondem ao Legislativo, ao Executivo, ao Judiciário, aos aplicadores do direito (operadores) e aos agentes econômicos" (PIMENTEL; BARRAL, 2007, p. 30).

Tanto o é que a Constituição Federal de 1988 compreende entre os direitos e garantias fundamentais que:

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

[...]

XXIX - **a lei assegurará** aos autores de inventos industriais privilégio temporário para sua utilização, bem como **proteção** às criações industriais, à propriedade das marcas, aos nomes de empresas e a **outros signos distintivos, tendo em vista o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País**; (BRASIL, 1988, grifos nossos).

Seguindo o espírito constitucional, a Lei n. 9.279 de 1996, é estabelecida para regular "[...] os direitos e obrigações relativos à

propriedade industrial⁵ [...], considerado o seu interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País [...] (BRASIL, 1996).

Nesse sentido, a literatura abrange diversos exemplos e estudos nos quais discute, avalia e demonstra que os direitos da propriedade intelectual, especialmente as indicações geográficas, podem assumir com desenvoltura o papel de ferramentas de desenvolvimento, sejam autônomas ou auxiliares (VAN DE KOP; SAUTIER; GERZ, 2006; FLORES, 2007a, 2007b; GIOVANNUCCI et al., 2009; VANDECANDELAERE et al., 2010; BOWEN, 2010a).

Esses impactos positivos estão documentados notadamente em países desenvolvidos. É por isso que, se de um lado se reconhece o vetor desenvolvimentista dos direitos da propriedade intelectual, por outro também é constante e já consolidada a preocupação a respeito das consequências que podem advir dos diferentes níveis de proteção desses direitos. Isso se explica pelo fato de que países em desenvolvimento, via de regra, encontram-se em um patamar menos avançado em termos de arcabouço normativo, sistemas de implantação e controle.

Tanto é que há pouco mais de 10 anos, no ano de 2004, essa preocupação motivou países em desenvolvimento a apresentar propostas para uma agenda de desenvolvimento no âmbito da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (AYLWIN; COOMBE, 2014).

Essa proposição, em realidade, não foi uma novidade, pois desde de 1974, quando a Organização Mundial da Propriedade Intelectual passou a integrar o sistema das Nações Unidas, ela está formalmente comprometida com a adoção de medidas para acelerar o desenvolvimento econômico, social e cultural no mundo, sobretudo nos países membros, entre os quais estão países dos mais diversos estágios de desenvolvimento.

A iniciativa, no entanto, colocou em evidência a necessidade de aprimoramento das normas e dos sistemas de implantação e gestão desses direitos nas nações menos desenvolvidas, com vistas a promover o desenvolvimento apontado na teoria e verificado na prática, principalmente nas nações mais desenvolvidas.

Isso porque a interseção entre os direitos da propriedade intelectual, o desenvolvimento e os direitos humanos (GANGJEE, 2008)

⁵ No texto resultante desta pesquisa optou-se por utilizar a expressão propriedade intelectual, mais abrangente e que engloba os direitos autorais, a proteção *sui generis* e a propriedade industrial, sem qualquer prejuízo de entendimento e alcance.

demonstra que esses direitos não são mais vistos meramente como instrumentos destinados à resolução de problemas com bens públicos e/ou promoção da acumulação de renda (AYLWIN; COOMBE, 2014).

Interessante debate tem como foco as IGs e sua relação com a cultura e os direitos humanos. Questões que desafiam como a influência da noção de patrimônio cultural pode servir de elo entre as indicações geográficas e a proteção dos *direitos culturais* ou que buscam entender, no âmbito dos direitos humanos, as ligações entre IGs e a ideia de patrimônio cultural, de acordo com provisões internacionais como as da UNESCO e como o tema poderia ser melhor desenvolvido estão sendo discutidas (GANGJEE, 2015).

Nessa linha, retornando à questão dos países em desenvolvimento, sugere-se que o uso das indicações geográficas⁶ não deve ser entendido apenas como uma expansão dos direitos da propriedade intelectual. Mais que isso, sua legitimidade e utilização precisam ser avaliadas também em termos de capacitação e empoderamento, governança, sustentabilidade e melhoria da qualidade de vida local (AYLWIN; COOMBE, 2014).

Não é suficiente, no entanto, que ações sejam implementadas sem que haja um planejamento que vise o desenvolvimento em sua ampla compreensão. Isso porque o desenvolvimento, também no contexto dos direitos da propriedade intelectual, possui diversas dimensões interdependentes e essa característica merece atenção.

Além disso, para a efetivação da faceta desenvolvimentista do direito da propriedade intelectual é necessário que eficientes mecanismos de apoio estejam disponíveis. São as políticas públicas.

As políticas públicas são materializadas em metas, ações e planos, que consideram as demandas da sociedade, mas são definidas de acordo com a lei e as prioridades eleitas como tal pelos dirigentes públicos. Elas têm como objetivo, pois, o bem-estar social e o interesse público e o respectivo ciclo compreende cinco fases, sendo (CALDAS, 2008):

(i) Formação da agenda: é o momento no qual são definidas as prioridades, dentre as demandas apresentadas ao poder público;

⁶ No texto em referência as indicações geográficas estão compreendidas na expressão *marks indicating conditions of origin* (MICO) ou marcas que indicam condições de origem, em tradução livre, e são tratadas especificamente no tópico IV (AYLWIN; COOMBE, 2014, p. 772-778).

(ii) Formação de Políticas: nessa etapa são apresentadas as soluções ou alternativas definidas pelos formuladores das políticas em resposta às demandas selecionadas;

(iii) Processo de tomada de decisão: delimita-se pela escolha das ações que irão nortear a aplicação das políticas;

(iv) Implementação: isto é, execução das ações; e,

(v) Avaliação: toda atividade realizada deve ser avaliada de modo a verificar o atingimento satisfatório ou não em relação à solução dos problemas, incluindo, se for o caso, sugestões para ações futuras.

As políticas públicas, em que pese a sua dependência da discricionariedade do gestor público na definição das prioridades, devem estar pautadas em critérios tanto mais objetivos quanto possível. Além disso, é interessante que observem (SAWAYA, 2006):

(i) Centralidade na pessoa: é conhecer a realidade das pessoas que serão envolvidas em determinada política pública. Compreender para além dos problemas, a realidade na qual eles se originaram, para que as políticas possam ser eficientes em suas ações;

(ii) O *positivo* como ponto de partida: além de propor ações para atender às demandas de uma comunidade ou grupo de pessoas, a política pública deve valorizar e fortalecer o que já existe de positivo no espaço alvo das ações;

(iii) *Fazer com* ou execução conjunta: a política pública deve ser executada de tal maneira que permita a participação ativa daqueles que são os destinatários das ações. Deve ser uma política implementada *com* e não apenas *para* pessoas;

(iv) Participação e compartilhamento de responsabilidade: um projeto de desenvolvimento, objeto de uma política pública, deve permitir a participação e o compartilhamento da execução e responsabilidade entre o conjunto de envolvidos; e,

(v) Parceria: novamente é fundamental que os entes públicos e privados possam trabalhar lado a lado buscando o sucesso da política pública.

A observância dessas sugestões pode possibilitar atuação conjunta entre poder público e sociedade, viabilizando um maior número de políticas públicas em andamento paralelamente em todos os setores, incluindo a propriedade intelectual e, especificamente, as indicações geográficas.

Mas qual é o desenvolvimento a que se refere a pesquisa? Qual o desenvolvimento que acredita ser o almejado e para o alcance do qual o direito (e também as políticas públicas) pode contribuir? O que se entende, no âmbito deste trabalho, por plenitude do desenvolvimento?

Para cumprir essa tarefa se recorre ao relatório Brundtland ou Nosso Futuro Comum, elaborado pela Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, da Organização das Nações Unidas que, em 1987 colocou o conceito na agenda política internacional e que, quase 30 anos, depois continua atual.

No documento em questão se estabelece que a satisfação das necessidades e aspirações humanas é o objetivo primordial do desenvolvimento. Em países em desenvolvimento, as necessidades essenciais relacionadas à alimentação, vestuário, moradia e trabalho não têm sido satisfeitas. Além disso, essas pessoas ainda possuem aspirações legítimas pela melhoria da qualidade de vida. Desenvolvimento sustentável, portanto, demanda a satisfação das necessidades básicas de todos e a extensão a todos de oportunidades de satisfazer suas aspirações para uma vida melhor, sem que haja comprometimento da capacidade das gerações futuras de suprir as suas próprias necessidades (WORLD COMMISSION ON ENVIRONMENT DEVELOPMENT, 1987).

O desenvolvimento sustentável, portanto, é multifacetado, assim como são múltiplas as possibilidades das IGs. Estando o propósito desta pesquisa vinculado à definição do papel do regulamento de uso e das estruturas de controle e gestão, questões essas relacionadas à gestão do ativo e cujo estudo é importante para a compreensão de como as indicações geográficas podem instrumentalizar o desenvolvimento.

1.2 FORMA DE DESENVOLVIMENTO BASEADA NO MERCADO

A propriedade intelectual em geral é um *ramo do direito* que diz respeito às criações intelectuais humanas. Assim, além da proteção oponível contra usos indevidos, gera a possibilidade de exploração comercial do ativo. “Quer dizer, além do atributo da proteção, a propriedade intelectual constitui-se num potencial gerador de negócios” (LIMA; TERUYA; MENDES, 2013, p. 39).

Nesse horizonte, as indicações geográficas são também instrumentos de desenvolvimento baseados no mercado e possuem uma interface vital de relacionamento com o comércio. Por esse motivo é que já foram também reportadas como mecanismos excludentes ou protecionistas (GIOVANNUCCI et al., 2009). Lançou-se, inclusive, a ideia de que as IGs, como instrumentos legais, seriam incapazes de impedir a influência do mercado sobre a cultura local, podendo permitir a transformação e homogeneização cultural (BROUDE, 2005). Essa conclusão foi extraída da análise de vinhos com IG que, ao longo do tempo, sofreram alterações em suas receitas e não foram capazes de

manter uma forte ligação com a origem. A amostra, todavia, foi pequena, e não foram apresentadas as razões para a mudança, o que pode significar mera causalidade e diminui a credibilidade das alegações (GIOVANNUCCI et al., 2009).

Em linhas gerais, IGs constituem uma estratégia competitiva singular, mesmo para pequenos produtores. Estão menos vinculadas aos fatores que comumente influenciam a concorrência, como custos de produção e, portanto, desgastam-se com menos facilidade. As IGs oferecem aos consumidores um produto concebido no seio de tradições, saber-fazer, reputação, qualidade. Fatores esses que são aproveitados pela indicação geográfica para promoção no mercado, da mesma forma como determinados atributos são evidenciados por uma marca (GIOVANNUCCI et al., 2009).

Pensar em uma IG como uma marca não significa desvirtuar seu conceito e aplicação, pois também as indicações geográficas requerem que se formulem estratégias de promoção baseadas em marketing, por exemplo, o que as marcas dominam há muito tempo. Nessa linha, pode-se mencionar, também, a importância do design da embalagem e do sinal gráfico representativo da indicação geográfica.

Em que pese no Brasil a propriedade intelectual ainda não estar inteiramente difundida entre os estudiosos da área ou presente nos cursos de design, a importância da gestão de design de institutos como as marcas e indicações geográficas é um fato (NETO; MERINO, 2012).

Assim é que também no campo do design a propriedade intelectual é vista como uma ferramenta de diferenciação competitiva e estratégica no mercado, pois pode posicionar os produtos e serviços num lugar de destaque aos olhos do consumidor (MERINO et al., 2012). O design é responsável pela *cara* do produto no mercado e é isso que as marcas e as IGs desejam: serem vistas, desejadas, adquiridas e consumidas.

Isso porque, da mesma maneira que uma marca uma IG está atrelada à uma "assinatura visual" e assim "[...] o significado precede a expressão de um signo, e em IG, o nome, a assinatura visual e o sistema de identidade visual também devem ser projetados a partir destes significantes existentes" (NETO; MERINO, 2012, p. 2019).

Por isso é que indicações geográficas são também observadas como uma forma de desenvolvimento baseada no mercado e a gestão do design é fator indispensável nessa acepção. Logo, não se deve deixar de sublinhar o viés econômico do desenvolvimento, pela qual se entende que o desenvolvimento econômico reflete na melhoria dos padrões de vida. Ele representa "[...] um dos cinco grandes objetivos políticos a

que se propõem as sociedades nacionais modernas, ao lado da segurança, da liberdade, da justiça social, e da proteção do ambiente" (BRESSER-PEREIRA, 2006, p. 22).

Também a vinculação do desenvolvimento econômico com a vinculação aos estados nacionais remonta às discussões encontradas nas contribuições de Smith (1996) no século XVIII, de Keynes (1982) no século XX e ganha reforço com o Consenso de Washington, ainda no século XX (BARRAL, 2006).

Também o Relatório Nosso Futuro Comum aponta que o desenvolvimento econômico⁷ é condição essencial para que o desenvolvimento seja alcançado na sua plenitude. Isso porque satisfazer necessidades primárias depende, também, de alcançar pleno potencial de crescimento e nesse sentido o desenvolvimento sustentável requer claramente o crescimento econômico em locais onde essas necessidades não têm sido atendidas (WORLD COMMISSION ON ENVIRONMENT DEVELOPMENT, 1987).

É dizer que o crescimento ou desenvolvimento econômico é compatível com o desenvolvimento sustentável, desde que reflita os objetivos desse desenvolvimento sem prejudicar ou explorar qualquer parcela da população.

Logo, é indispensável que haja um "[...] processo de aumento de renda por habitante, ou do produto agregado por habitante, ou ainda, da produtividade" (CARLS, 2013, p. 35) para que se tenha meios de alcançar o desenvolvimento pleno.

É claro que o crescimento por si só não é garantia de desenvolvimento. Há diversos exemplos onde altos níveis de atividade produtiva coexistem com bolsões de pobreza, colocando diversas dimensões do desenvolvimento em situação de risco. Desenvolvimento para que seja sustentável requer que as sociedades possam satisfazer, oferecendo os meios eficazes, as necessidades humanas tanto pelo aumento do potencial produtivo quanto pela garantia de oportunidades para todos (WORLD COMMISSION ON ENVIRONMENT DEVELOPMENT, 1987).

No que diz respeito ao presente trabalho, tem-se também como pressuposto na utilização das indicações geográficas como ferramentas de desenvolvimento, que sejam capazes de contribuir para o

⁷ Para leitura acerca do alcance das expressões desenvolvimento e crescimento econômico, sugere-se consulta a Schumpeter (1982), que abordou o tema do desenvolvimento rompendo a relação automática que se fazia desse com o crescimento econômico.

melhoramento dos padrões de vida da comunidade envolvida. Caso contrário pode vir a se constatar que o instrumento não foi utilizado de acordo com o seu potencial e particularidades, devendo, pois, o seu processo de estabelecimento e gestão ser revisto por todos os envolvidos, objetivando diagnosticar as possíveis falhas e empreender os ajustes necessários para atingir o objetivo pretendido.

De modo geral, as IGs tendem a ser, portanto, ferramentas de mercado sustentáveis, desde que transmitam valores ligados à cultura e à tradição na sua intersecção com qualidade e/ou reputação (CUNHA, 2015).

Há, de fato, países onde as IGs são parte fundamental da agenda desenvolvimentista. O bem-estar da comunidade e todos os demais potenciais benefícios são importantes, mas produtores só terão genuíno interesse no ativo e só haverá sucesso se a indicação geográfica for economicamente viável (GIOVANNUCCI et al., 2009; VANDECANDELAERE et al., 2010), fator igualmente indispensável para o alcance do desenvolvimento sustentável.

Além da Europa, muitos países em desenvolvimento possuem diversos produtos com forte ligação às origens geográficas, seja por laços de qualidade ou de reputação. São exemplos: *Tequila*, do México; chá de *Darjeeling*, Índia; e, café *Blue Mountain*, Jamaica. Esses produtos, pelo contexto no qual estão inseridos, são altamente comercializáveis e bem vistos no mercado, mas como acontece com uma marca, a IG não foi sucesso imediato e tempo considerável foi levado para a colheita de bons frutos (GIOVANNUCCI et al., 2009).

Do ponto de vista do mercado, a IG é um signo distintivo que não apenas transmite a ligação do produto a um lugar específico, como também atesta a presença de modos de produção singulares, características distintivas, como reputação ou qualidade e que são mensuráveis em função da origem. Ainda, há casos de informação de atributos menos tangíveis, mais igualmente apreciados pelo consumidor, como gestão ambiental e responsabilidade social. Em todos os casos, é necessário tempo, dedicação e trabalho em conjunto com a comunidade para conquistar o mercado e atingir preços mais elevados de venda (GIOVANNUCCI et al., 2009).

O mercado também pode facilitar o reconhecimento do patrimônio cultural embutido no produto com IG e a partir disso facilitar a preservação e transmissão de saberes tradicionais (muitas vezes artesanais) e auxiliar na promoção de desenvolvimento, especialmente

rural.⁸ Essa assertiva é verdadeira mesmo em se tratando de áreas remotas ou quando a identidade cultural se encontra incorporada em outros produtos ou serviços oferecidos pela mesma região, podendo ser vista na história e arquitetura e aproveitadas pelo turismo, artes ou artesanatos⁹, como se verifica em casos estudados na América Latina, por exemplo (RANABOLDO; SCHEJTMAN, 2009).

O compartilhamento e a comunicação efetivos das habilidades culturais específicas dos produtos com indicação geográfica podem caracterizar o respectivo produto como singular, facilitando a possibilidade de obtenção de um preço de venda mais alto, inclusive para pequenos produtores (BARJOLLE; CHAPPUIS, 2001; VILLALOBOS et al. 2007).

Nas grandes empresas, entretanto, essa diferenciação, principalmente a característica do artesanal, pode ser vista como inaceitável em termos de eficiência produtiva, já que o modelo de produção frequentemente exige mais e não menos homogeneização (GIOVANNUCCI et al., 2009).

Em qualquer caso, no entanto, as IGs podem, em tese, gerar vastos benefícios e oportunidades de negócio para o desenvolvimento e integração das regiões correspondentes, impactando positivamente não apenas os produtores, mas também comerciantes, processadores, exportadores, entre outros atores que façam parte da cadeia de produção e comercialização.

Essa cesta de bens e serviços se verifica quando, ao entrar em contato com um produto com distinta identidade cultural (reconhecido com uma IG, nesse caso), o consumidor distingue certa especificidade em outros produtos ou serviços disponíveis para aquisição e com origem no mesmo local daquele com IG, passando a diferenciá-los, valorizá-los e adquiri-los. Nesse cenário, a utilidade do produto principal é avaliada no conjunto dos demais produtos e/ou serviços oferecidos, ou seja, a cesta de bens e serviços. "Isso significa que essa oferta de produtos interligados gera um excedente para o consumidor que pode ser

⁸ A literatura especializada em indicação geográfica e a relação com o desenvolvimento frequentemente fala em desenvolvimento rural, posto que a proteção de IGs não agroalimentares ainda não é uma realidade majoritária. No Brasil, todavia, a lei, além de não impor restrições quanto ao tipo de produto, confere a proteção também a serviços, desde que atendidos os requisitos legais.

⁹ Verifica-se então a hipótese da cesta de bens e serviços territorializados, tratada adiante.

considerado mais elevado do que a soma dos excedentes de cada produto" (PECQUEUR, 2006, p. 143).

É dizer que as instituições locais vinculadas à IG podem influenciar positivamente a dinâmica social, podendo, inclusive, facilitar o desenvolvimento de outros produtos ou serviços que guardem relação com o contexto geral da indicação geográfica. Mais que isso, observa-se que as IGs devem facilitar essas atividades de impacto coletivo se as comunidades de fato puderem se beneficiar das correspondentes identidades (RAMIREZ, 2007).

É o caso do café *Kona*, produzido no Havaí. A fama do produto estimula a venda de outros produtos do território, como cerveja, frutas e mel, num claro caso de aproveitamento positivo da visibilidade do produto com IG, trazendo uma série de benefícios para toda comunidade. Assim é que afirma a literatura que todo o Havaí parece se beneficiar da reputação de *Kona* (GIOVANNUCCI et al., 2009).

As IGs tendem a estender seus impactos além do produto principal, privilegiando outros produtos e cadeias na região, podendo até mesmo favorecer a formação de *clusters* ou arranjos produtivos locais. O ramo de laticínios de *Parma*, na Itália, que inclui a empresa Parmalat¹⁰ é um exemplo. A indústria de laticínios ajudou a indústria de fabricação de queijo, que inclui a conhecida IG *Parmigiano Reggiano*. Em seguida, os subprodutos da cadeia de suínos, em virtude também da boa alimentação, resultaram em outra conhecida IG, o *Prosciutto di Parma* (GIOVANNUCCI et al., 2009).

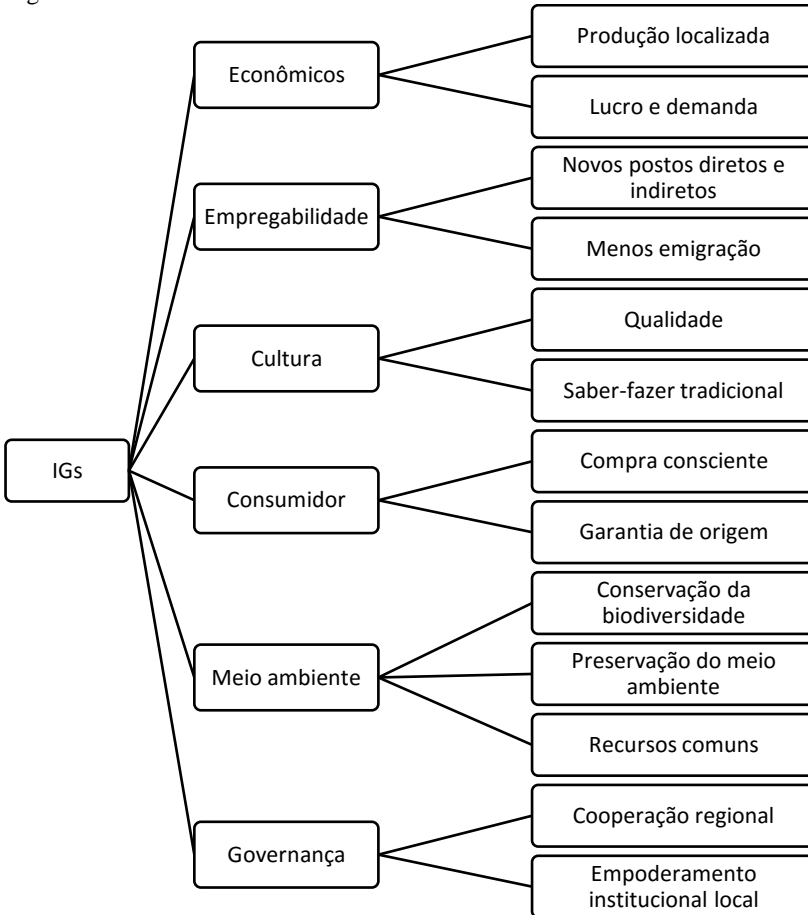
1.3 EMPODERAMENTO E BENEFÍCIOS LOCAIS

Indicações geográficas oferecem estratégias de desenvolvimento particularmente interessantes, pois têm potencial para proporcionar uma variedade de benefícios para a região envolvida a partir da melhoria dos padrões econômicos. Também significam oportunidades para diferentes segmentos da comunidade, não apenas para os produtores.

Nesse horizonte, a figura 1 a seguir ilustra a variedade de possíveis benefícios que a IG pode proporcionar em cinco diferentes categorias.

¹⁰ Em que pese ter enfrentado problemas e ter se afastado do mercado brasileiro por 10 anos, ao qual retornou neste ano, é um bom exemplo para o contexto.

Figura 1 – Potenciais benefícios das IGs



Fonte: Adaptado de Giovannucci et al. (2009, p. 33).

Ademais, além dos pontos enumerados na figura acima, convém aprofundar que as IGs podem contribuir ao ampliar:

(i) Cooperação regional entre as municipalidades, autoridades, parceiros comerciais e sociais;

(ii) Identificação positiva das regiões, principalmente no que diz respeito à cultura, paisagem e marketing;

(iii) Aprimoramento da infraestrutura e dos serviços;

(iv) Promoção das regiões como locais atrativos para negócios; e,

(v) Melhoria da qualidade do meio ambiente e utilização

integrada de recursos.

Enquanto meio de promoção da cultura e da tradição as IGs são instrumentos viáveis, pois muito embora não tenham surgido para essa finalidade em específico, podem atuar positivamente contra a massificação do mercado globalizado e, ao mesmo, tempo transmitir o significado da origem (GANGJEE, 2012), valorizando os aspectos culturais e os métodos tradicionais que são intrínsecos à produção e/ou ao processamento do produto

Em diversos países nota-se uma preferência pelos produtos produzidos localmente e de acordo com métodos de produção com carga cultural, com elementos tradicionais, principalmente artesanais. A preferência pode ser verificada em mercados internos e externos, ou seja, mesmo no caso de produtos cujo mercado externo é de grande demanda, eles continuam viáveis no comércio doméstico, inclusive em países em desenvolvimento. É o caso chá indiano *Darjeeling*, do arroz asiático *Basmati*, do *Pisco* peruano, do queijo *Chontaleño* da Nicarágua ou do algodão egípcio (GIOVANNUCCI et al., 2009).

No ano de 2005, em uma pesquisa realizada entre consumidores de café na Costa Rica, tanto em supermercados quanto em pequenas lojas, os respondentes classificaram o *local de origem* como primeiro fator a se considerar no que diz respeito à qualidade de um café (GALLAND, 2005).

Em outro estudo conduzido no mesmo ano com consumidores nacionais no Vietnã, demonstrou-se que os entrevistados podiam identificar uma gama de até 265 alimentos que refletem especialidades locais ou regionais e, via de regra, associam *maior qualidade* à origem (TRAN, 2005).

Essa preferência dos consumidores estabelecidos no próprio país, região e localidade da produção pelos produtos com os quais se identificam culturalmente em função da origem é positiva para o desenvolvimento e estabelecimento de uma IG.

No entanto, as indicações geográficas devem estar bem estruturadas no que concerne à gestão, sob pena de não serem capazes de transmitir os elementos culturais envolvidos no ativo e também não se aproveitar das consequências positivas quanto a essa percepção do mercado e o consequente desenvolvimento regional (RANABOLDO; SCHEJTMAN, 2009).

É perene o desafio de entender e colocar em prática formas adequadas e eficientes de vincular a cultura às IGs e beneficiar ambas no contexto do mercado e dos benefícios locais, sem permitir que o mercado obtenha êxito no exercício de pressão para homogeneização da

produção. Embora evidência de tal consequência seja raramente relatada, fundamenta-se na hipótese de que a IG, enquanto ferramenta de proteção jurídica, não seria suficiente para garantir a manutenção dos aspectos culturais sem sucumbir ao mercado (BROUDE, 2005).

Há, no entanto, diversos outros estudos que demonstram que a indicação geográfica enquanto forma de proteção jurídica tende a encorajar a expressão cultural, sobretudo de comunidades produtoras em pequena escala, o que seria demasiadamente mais complicado de se atingir sem o mecanismo de proteção (RANABOLDO; FONTE, 2007; VAN DE KOP; SAUTIER; GERZ, 2006), que por si próprio é ferramenta adequada para evidenciação dos aspectos culturais.

Nesse sentido, os traços culturais encontram-se, pois, intrinsecamente vinculados ao empoderamento, bem como ao enraizamento no sentido do próprio orgulho de promover o produto, a região e a comunidade.

Voltando à questão do desenvolvimento e suas dimensões, tem-se que o empoderamento, o enraizamento e os benefícios locais apresentam-se vinculados à dimensão espacial do desenvolvimento e nela estão compreendidas variantes como desenvolvimento regional, local ou territorial. Nesse caso: "[...] ao se usar [termos como] espaço, território ou região, deve-se ter em mente a referência de uma delimitação geográfica – não necessariamente física ou política – e na qual o homem atua [...]" (CARLS, 2013, p. 30).

Logo, em toda estratégia de desenvolvimento localizado deve-se considerar os atores envolvidos, sejam eles agentes sociais ou econômicos, indivíduos ou coletividades, mas que realizam ou desempenham atividades ou que mantenham relações no território então delimitado (SABOURIN, 2002).

Assume-se, portanto, que as indicações geográficas podem representar estratégias válidas de desenvolvimento ao se considerar o contexto espacial, posto que representam uma forma de proteção pelos direitos da propriedade intelectual na qual são apreciadas as condições locais de produção e os correspondentes métodos e práticas tradicionais e reiteradas ao longo do tempo pelos produtores. Características essas que são reconhecidas e valorizadas através da exploração de nichos de mercado.¹¹

A questão do empoderamento encontra-se fortemente vinculada à participação da comunidade na definição dos objetivos, metas e etapas

¹¹ Rangnekar (2004b) explora essa visão numa revisão de dados empíricos europeus.

de determinado projeto, promoção da equidade social, fortalecimento da dinâmica social, confiança da população no grupo (VANDECANDELAERE et al., 2010).

Empoderamento, portanto, é um fator chave para qualquer projeto coletivo, como é o caso das indicações geográficas, que podem gerar uma série de benefícios locais aos atores envolvidos direta ou indiretamente na sua utilização. Porque são direitos de propriedade intelectual vinculados ao que se pode chamar de enraizamento, de fixação ao lugar.

Alcança-se o termo *embeddedness* que no contexto deste trabalho correspondo àquele que foi primeiro introduzido por Granovetter (1985)¹², tendo sido também por ele tratado em outras ocasiões (GRANOVETTER, 2005) assim como tem sido discutido ao longo do tempo por outros autores em contextos semelhantes ou não (CALLON, 1998; WINTER, 2003, CHIFFOLEAU, 2009). Diz respeito à investigação de como o comportamento e as instituições são impactadas em função das relações sociais a que se encontram expostas, senso essas mesmas relações a principal fonte de confiança para a economia. Embora não conte com uma tradução literal na língua portuguesa, pode-se dizer que esteja vinculado ao *enraizamento* ou *fixação*.

A noção de enraizamento, cuja ênfase, portanto, encontra-se nas relações sociais, e que muitas vezes tem diminuída a importância no cenário das transações comerciais, é via de regra contrastada com grandes cadeias produtoras de alimentos cujos modelos de atuação são globalizados. No entanto, pesquisas analisam esse contraste com cautela, uma vez que a preferência dos consumidores por cadeias de produção local tem fundamento tanto na existência de políticas de valorização local quanto da presença de qualidade (CLARK; GOUDIE; PEACH, 2006; WINTER, 2003).

Além disso, o enraizamento remete à manutenção do ser humano em seu local de origem, estimulando-o a dar continuidade à produção ou prestação de serviço tradicionalmente existente na respectiva região onde nasceu e cresceu, mas que, por uma série de motivos cogita deixar.

Também no que diz respeito aos benefícios locais, as IGs podem ser vistas como as lentes ideais através das quais se tem a possibilidade

¹² Isso porque a acepção usada neste trabalho é aquela que diz respeito às relações sociais, produto de uma *transformação* do conceito de *embeddedness* operada pelo próprio Granovetter (1985) e que, para alguns, como Beckert (2007) foi um erro ao eliminar o componente político-institucional da formulação original do húngaro Karl Paul Polanyi.

de empreender uma avaliação dos *mercados enraizados*, por diversas razões.

A primeira delas diz respeito à pluralidade de formas de incorporação de características locais (enraizamento) que essa proteção proporciona: (i) social, por meio da exposição dos processos coletivos; (ii) econômica, com o desenvolvimento de produtos com valor agregado; (iii) cultural, através do fortalecimento de laços históricos e culturais; e, (iv) ambiental, pela adoção de práticas sustentáveis. Aqui, a noção de territorialidade é a responsável pela ligação de todas as pontas (SONNINO, 2007), dando sentido à noção de enraizamento e, consequentemente, de empoderamento.

Num segundo momento, o reconhecimento, estabelecimento e funcionamento de uma IG é um processo complexo cuja gestão envolve atores de diferentes pontos da cadeia de produção, entre agricultores, artesãos, trabalhadores em geral (no caso de uma indicação geográfica na qual a produção esteja no nível mais *industrializado*), processadores, prestadores de serviço, representantes de órgãos públicos, distribuidores e comerciantes, todos com participação ativa num processo de *(re)territorialização* ou *(re)incorporação* de uma cadeia de produção específica dentro de um território específico (BOWEN, 2010b).

Em terceiro lugar, essas cadeias de produção são, de forma geral, geridas por atores locais, mas os produtos circulam além das áreas de produção. São os atores locais os responsáveis por embutir as características localmente enraizadas nos produtos e determinar de que maneira elas podem ser apropriadas pelo restante da cadeia, além dos mecanismos a serem utilizados na defesa de apropriações indevidas (BOWEN, 2010b).

As IGs representam uma forma de desenvolvimento complexa e compreensiva das características locais, são uma ferramenta multifacetada. A instrumentalização do desenvolvimento a partir desse ativo intangível guarda relação indissolúvel com a sua gestão que, por sua vez, depende do regulamento de uso e das estruturas de gestão e controle. E as facetas do desenvolvimento influenciam e são influenciadas por essas questões, numa relação de interdependência quando se trata de avaliar as IGs como instrumentalizadoras de desenvolvimento.

Nesse sentido, têm sido desenvolvidas e implantadas agendas de desenvolvimento multidisciplinares que podem parecer aparentemente desconectadas como política de identidade, desenvolvimento rural, práticas de consumo ético, preservação da diversidade biológica e cultural e estímulo à autodeterminação de comunidades, mas que estão

voltadas para o desenvolvimento a partir da proteção jurídica da riqueza de cada território. Ocorre, por exemplo, de certos grupos indígenas se utilizarem dos direitos da propriedade intelectual com a finalidade de evitar a exploração de seus conhecimentos tradicionais, bem como para proteger o valor cultural e econômico desse conhecimento e para afirmar os direitos de sua comunidade para controlar os seus próprios recursos culturais (AYLWIN; COOMBE, 2014).

Igualmente importante como a cultura e a economia, está o meio ambiente. Recursos naturais, biodiversidade e conhecimentos tradicionais são todos aspectos inter-relacionados no meio ambiente de produção de um determinado produto e a proteção desses valores se tem demonstrado eficiente por meio das IGs, sendo um dos métodos preferidos por diversos governos ao redor do mundo (ACAMPORA; FONTE, 2007).

Trata-se de saber utilizar toda a gama de recursos existentes para a criação e implementação de estratégias de desenvolvimento baseadas em diferenciação. Estratégias essas que dependem, portanto, da "[...] compreensão de quais são os recursos específicos disponíveis e da capacidade de organização de ações que promovam o território a partir das diferenças proporcionadas por essas especificidades" (FLORES, 2006, p. 8).

Nessa linha, é importante difundir a ideia de que setores com potencial evolutivo, como a agricultura familiar, devem privilegiar atividades de alta densidade econômica, o que envolve não apenas produtividade, mas a utilização, em benefício próprio, da região e da comunidade, de fatores de diferenciação e agregação de valor (SPIES, 2016).

Na África do Sul, por exemplo, em termos de impactos que as IGs podem causar no meio ambiente, tem-se o incentivo ao cultivo sustentável e ao controle da colheita como pontos centrais no debate sobre a adoção de indicações geográficas para as áreas produtoras dos conhecido chás *Rooibos* e *Heonybush* (BELLETTI; MARESCOTTI, 2006).

Nota-se, nessa linha, uma tendência da integração de *deveres ambientais* nos regulamentos de uso das indicações geográficas, como ocorre na IG para carne Pampa Gaúcho da Campanha Meridional, no Brasil (CERDAN et al., 2007).

A literatura sugere que a vinculação do produto ao local pode induzir ao alcance de melhores níveis de gestão ambiental. É sabido, também, que há casos contraditórios e que apresentam efeitos negativos nesse quesito, seja pela ausência de normas e boas práticas da IG

relacionadas ao meio ambiente, seja pela não observância de normas existentes, fazendo prevalecer apenas o interesse econômico. Desmatamento de floresta para aumento de área cultivável e introdução de monocultura em locais de cultivo diversificado são algumas das ações que causam efeitos negativos na manutenção do meio ambiente (GIOVANNUCCI et al., 2009). Mesmo que sejam ações economicamente vantajosas no curto prazo, a probabilidade é que interfiram na viabilidade da própria IG ao longo do tempo.

É caso da mexicana *Mezcal*, uma bebida destilada, produzida a partir do sumo fermentado de uma planta chamada *agave*. Indica-se que a alta demanda pela matéria-prima com origem no meio ambiente esteja contribuindo para a redução da biodiversidade em virtude da excessiva colheita. Se fomentada a monocultura com a finalidade de garantir a abundância da matéria-prima, o meio ambiente como um todo pode vir a sofrer um processo de degradação de difícil reversão (GIOVANNUCCI et al., 2009).

Esse caso, felizmente, está no grupo das exceções. As evidências mais fortes e numerosas indicam que meio ambiente e ecologia são componentes importantes na maior parte das IGs e, em regra, são respeitados. Um caso que confirma essa teoria é o queijo francês *Comté*. Também em atendimento às diretrizes francesas em regulamentação do meio ambiente vinculadas às IGs, verifica-se uma utilização entre 40 e 50% maior de fertilizantes e herbicidas nas áreas da produção de queijo próximas, mas não incluídas na delimitação da DOP (GIOVANNUCCI et al., 2009).

Além dos aspectos econômicos, ambientais e culturais, que foram relatados com mais profundidade neste e no tópico anterior, as IGs envolvem muitas outras possibilidades positivas de geração de desenvolvimento. O próximo ponto é dedicado a explanação dos fatores envolvidos na tomada de decisão pela adoção da IG como estratégia de proteção e diferenciação, desenvolvimento do projeto para reconhecimento e a posterior gestão.

1.4 INDICAÇÃO GEOGRÁFICA INSTRUMENTALIZADORA DE DESENVOLVIMENTO

Quais seriam os critérios que uma indicação geográfica precisa satisfazer para ser reconhecida como um ativo intangível capaz de gerar desenvolvimento? Por que algumas indicações geográficas são bem-sucedidas nessa tarefa enquanto outras falham?

As questões são intrigantes, mas a literatura auxilia e fornece elementos baseados em pesquisas de campo. Nesse horizonte, convém esclarecer que, de acordo com as informações estruturadas nas seções anteriores, neste trabalho é adotado o entendimento de que para uma IG contribuir para o desenvolvimento deve gerar benefícios econômicos mensuráveis ao maior número possível de envolvidos direta ou indiretamente na sua existência e que concomitantemente melhora, ou ao menos não compromete as condições sociais, culturais e ambientais da região em questão (GIOVANNUCCI et al., 2009).

É a abrangência interpretativa do conceito de desenvolvimento sustentável do relatório Nosso Futuro Comum e se vincula ao conceito de desenvolvimento adotado no trabalho, que pressupõe o desenvolvimento econômico para o alcance do desenvolvimento em outras esferas da vida.

Nesse âmbito, são apontadas três condições para que um processo de reconhecimento possa conduzir a uma IG geradora de desenvolvimento, isto é, uma indicação geográfica bem-sucedida. Eles são vistos como pré-requisitos que devem ser considerados na avaliação de uma indicação geográfica já reconhecida ou na ponderação para o início de um processo de reconhecimento, conforme se verifica a seguir (GIOVANNUCCI et al., 2009):

(i) Existência lógica de um produto realmente relacionado com origem e diferenciado;

Muitos países possuem um número relativamente baixo de IGs, que se referem a produtos interessantes e originalmente vinculados ao território, mas pouco desenvolvidas, o que não inviabiliza o alcance do sucesso, mas o dificulta.

Quando se fala em pouco desenvolvidas, no entanto, não significa que sejam necessárias estratégias de marketing para *construir* uma IG bem-sucedida. A maior parte das indicações geográficas só se tornou *popular* gradualmente e isso deveu-se, especialmente à reputação pré-existente e que foi reforçada ao longo do tempo.

Em teoria é possível *criar* uma IG intencionalmente, mas o recomendável é ter precaução, pois esse ativo, em sua essência, está vinculado a produtos com diferencial de qualidade, reputação ou outra característica que o distinga que tenham se consolidado ao longo do tempo.

(ii) Clareza e consenso organizados;

A incapacidade de se estabelecer, desde o início, definições claras e em consenso pode ser prejudicial para todas as etapas do processo que

se seguirem. Podem ocorrer conflitos sociais e políticos motivados, por exemplo, pela *exclusão* geográfica.

No México, a falta de consenso resultou no uso do termo IG indiscriminadamente. No Havaí, a inexistência de definições prévias e claras permitiu que a indicação geográfica *Kona* fosse usada em misturas (*blends*) com apenas 10% de grãos *Kona*, o que gerou divisão e enfretamento entre os produtores até a resolução do impasse.

(iii) Acesso ao mercado.

Conhecer a aceitação e provável demanda que o produto terá no mercado é outro ponto vital para o futuro da IG. Saber quais são os mercados que reconhecerão reputação ou características de qualidade e autenticidade e estarão dispostos a pagar por isso é igualmente importante. Existe uma clara evidência da existência de compradores interessados de antemão em comprar o produto em específico? A identificação do produto associado à indicação geográfica é suficiente para a sua comercialização ou existem outros atributos negociáveis intrínsecos? Qual é o provável sobrepreço que o produto pode alcançar em função da presença da IG? A credibilidade atrelada à indicação geográfica pode, em certas ocasiões, não ser suficiente para o mercado. Ostentar características *comercializáveis* e visar o mercado sensível ao produto é tão necessário quanto contar com parceiros comerciais adequados.

Tendo respostas/posicionamentos satisfatórios nos três quesitos apresentados e também perspectivas promissoras especialmente no caso do terceiro fator, em seguida há duas fases-chave a empreender. São elas: uma avaliação completa do cenário e o desenvolvimento de um plano estratégico claro e objetivo. Essas duas etapas são compostas de metas específicas e podem ser desenvolvidas pelos próprios produtores com ou sem o auxílio do poder público, quando engajado na fase que antecede o reconhecimento formal da IG ou uma universidade, por exemplo (GIOVANNUCCI et al., 2009).

A avaliação é um processo que consiste em determinar se a indicação geográfica é realmente uma opção viável e rentável para o produto ou serviço, o respectivo grupo de produtores e a comunidade em geral. Uma IG não é um processo a curto prazo e pode ser bem-sucedido ou falho, portanto deve haver consistência em seus objetivos e aspirações. Investimentos em gestão, definição de estruturas e padrões, assim como delineamento de métodos participativos são alguns dos pontos de um plano estratégico.

As especificidades envolvidas em cada uma dessas duas etapas são mostradas no quadro 1 (GIOVANNUCCI et al., 2009).

Quadro 1 – Avaliação e plano estratégico

Fase	Etapas
Avaliação	Levantamento das partes interessadas e sua capacidade de participar ou, eventualmente, bloquear o desenvolvimento da IG.
	Determinar, por meio de discussões participativas, o real interesse, capacidade e as ideias das partes interessadas na IG.
	Conhecer e avaliar os recursos disponíveis.
	Analisar a existência de barreiras e identificar os prováveis <i>vencedores</i> e <i>perdedores</i> em termos sociais e de meio ambiente, por exemplo.
	Conduzir estudo específico para determinação do valor comercial do produto.
	Delimitar preliminarmente o território de produção do produto objeto da IG e as suas principais características.
	Realizar ao menos uma análise elementar de custo-benefício para determinar o que será exigido no âmbito dos diferentes cenários que podem ser enfrentados.
Plano estratégico	Tratar em termos nacional e internacional do quadro normativo e de políticas públicas que dizem respeito aos aspectos necessários para proteger uma IG.
	Possuir um plano de gestão da IG que seja seguido por uma comissão ou organização que inclua os controles necessários.
	Ter um ajustado plano de marketing para proteger e posicionar o produto com IG no mercado e que conte com a colaboração de entidades do setor privado de modo a garantir a divulgação adequada do produto e a salvaguarda da reputação da IG, como ocorre com as marcas
	Estabelecer normas de controle de qualidade em diferentes fases de produção e estimular a coordenação proativa da cadeia produtiva.
	Apontar uma forma de lidar efetivamente com mudanças, como um grande número de novos produtores ou escassez de matérias-primas, por exemplo.

Fonte: Elaboração própria a partir de Giovannucci et al. (2009, p. 91-92).

A avaliação é um processo que consiste em determinar se a indicação geográfica é promissora e envolve análise da legislação a fim de se conhecer todas as possibilidades de proteção possíveis e as suas exigências, da situação da região.

Também porque compreende recursos financeiros essa avaliação deve estar, desde o início, bem direcionada em seus objetivos. Com base em observações realizadas em projetos de desenvolvimento de IGs, além das avaliações gerais apresentadas acima, sugere-se considerar cuidadosamente as respostas as questões apresentadas no quadro 2.

Quadro 2 – Itens a serem considerados para um projeto de IG

(continua)

Item	Questionamentos
Produto	<p>Quais são as características importantes de autenticidade e identidade que devem ser conservadas?</p> <p>Quais são as normas cujo cumprimento é necessário? Por exemplo, ser produto orgânico, não utilizar pesticidas ou agrotóxicos.</p> <p>Quais são as características que devem, necessariamente, estar incluídas ou realçadas, como tradição ou história?</p> <p>Quais recursos específicos são necessários em termos de saber-fazer, finanças e matérias-primas?</p> <p>Existe competição pelos recursos necessários para produzir o produto ou oferecer o serviço em questão?</p> <p>Qual produto ou serviço similar poderia ser competitivo no mercado consumidor?</p>
Lugar	<p>Quais áreas específicas estão intrinsecamente atreladas à produção? Pode ou deve todo esse espaço geográfico estar incluído na delimitação?</p> <p>Quais dificuldades, como, por exemplo, políticas, ambientais ou físicas, poderiam surgir e impedir o fornecimento adequado de um produto ou serviço?</p> <p>Quais medidas de conservação ou proteção podem ser necessárias para a região delimitada pela IG?</p>
Mercado	<p>Quais são os mercados para o produto ou serviço em discussão?</p> <p>Qual é a percepção acerca do produto ou serviço no mercado consumidor?</p> <p>Qual é a demanda atual do mercado (considerando uma análise de sensibilidade, como mudança de preço a partir da IG)?</p> <p>Quão estabelecido e estável é o produto ou serviço?</p> <p>Quais estruturas de mercado existem para a IG em questão, considerando cadeias de distribuição e infraestrutura, por exemplo?</p>

Quadro 2 – Itens a serem considerados para um projeto de IG

(conclusão)

	De quem depende marketing do produto ou serviço? Dos produtores ou prestadores, dos intermediários ou dos distribuidores?
Partes interessadas	Quem são as figuras-chave entre os interessados que seriam afetados? Existem organizações locais ou instituições que poderiam servir (ou impedir) a indicação geográfica? Quem são os líderes disponíveis para gerir o processo?
Políticas públicas e recursos	Qual é a posição do governo, nos níveis local e nacional, sobre indicações geográficas? Existem organizações não externas, sejam públicas ou privadas, ou outras instituições a serviço das IGs? Qual é o quadro normativo existente para as indicações geográficas? Das políticas públicas existentes, quais são favoráveis e que são problemáticas para as IGs? Existem recursos e capital disponíveis? É necessário atender a certos padrões públicos, por exemplo, segurança alimentar ou impacto ambiental?

Fonte: Elaboração própria a partir de Giovannucci et al. (2009, p. 92).

Como assumido, o impacto de uma indicação geográfica é medido nomeadamente em função dos benefícios econômicos alcançados pelas partes envolvidas, posto que é requisito para o alcance do desenvolvimento em outras esferas. Mas condições sociais e ambientais também podem e devem ser aprimoradas ou, ao menos, não comprometidas. Inclui também o aumento nos níveis de emprego ou rendimentos, o fortalecimento da economia local e a promoção das qualidades socioculturais e ambientais que contribuem para singularidade de uma IG. A melhoria do aspecto econômico é importante, mas representa *apenas* um dos passos para o desenvolvimento.

Logo, embora efetivar uma avaliação nos moldes sugeridos acima e desenhar um plano estratégico para a IG seja imprescindível, também é importante conhecer e entender que um IG bem-sucedida também tem outras origens, incluindo (GIOVANNUCCI et al., 2009):

- (i) Estruturas organizacionais e institucionais fortes;
- (ii) Participação equitativa;
- (iii) Fortes parceiros de mercado; e,
- (iv) Proteção legal efetiva.

Estruturas com objetivos e papéis bem delineados estão compreendidas nas questões de governança da IG, devendo ser o espelho coerente da ação coletiva que se divide em duas frentes: (i) negociação, discussão e definição anteriores ao projeto; e, (ii) gestão do sistema após implantação da IG. Essa gestão contempla funções compartilhadas entre os membros do grupo, mas guarda coerência com objetivos centrais, ajudando a reduzir os custos de transação. (SYLVANDER; ALLAIRE, 2007).¹³

No que diz respeito à participação equitativa, tem sido verificado que os potenciais benefícios globais positivos das IGs são diminuídos quando aproveitados apenas por parte dos envolvidos e tanto os demais produtores quanto os consumidores podem sofrer prejuízos (JOSLING, 2006a).

Quando uma IG é controlada apenas por um elo da cadeia, como, por exemplo, os exportadores, eles podem ser bem-sucedidos no que diz respeito à promoção comercial do produto em referência, mas pouco têm a oferecer aos produtores, a menos que os próprios produtores tenham uma posição de poder. Há riscos consideráveis para a sustentabilidade de uma IG quando ela não é controlada pelos próprios interessados e nesse caso se deve ter em mente a seguinte questão: Qual é a estrutura ou acordo que garante o controle da equidade para a maioria? (GIOVANNUCCI et al., 2009).

Também a força das parcerias de mercado é essencial para a promoção e comercialização de produtos com IG no longo prazo. Isso porque, em que pese a presença da indicação geográfica por si só representar um diferencial como ponto de partida, os produtores e empresas devem adotar estratégias de marketing para melhor informar ao público esse diferencial e se desenvolver tal qual uma marca. O processo de entrada, manutenção e conquistas de novos mercados para produtos com IG seguem basicamente a mesma lógica de quaisquer produtos (GIOVANNUCCI et al., 2009).

O sucesso depende significativamente das medidas adotadas para promover a IG, principalmente da eficiência das estratégias de

¹³ A referência alude a trabalho realizado no âmbito do projeto *Strengthening International Research on Geographical Indications*, conhecido por SINER-GIe que representa um consórcio de instituições de pesquisa com plano de trabalho financiado pela União Europeia e voltado especificamente a investigações envolvendo indicações geográficas. Para mais informações e acesso a outros trabalhos, sugere-se consultar o sítio do consórcio na internet, disponível em: <<http://www.origin-food.org/2005/base.php?cat=20>>.

marketing, que envolvem: análise da apresentação do produto, definição de estratégias de comunicação, definição da precificação do produto em diferentes nichos de mercado a avaliação dos canais de distribuição (RANGNEKAR, 2004a).

Os produtos com IG via de regra emergem e se desenvolvem no mercado local, regional ou nacional. Muitas vezes essa presença é suficiente e a projeção para mercados externos não é desejável, necessária ou aconselhável.¹⁴ Independentemente disso, ter um plano de marketing bem desenhado facilita a segmentação do mercado e a seleção de boas parcerias comerciais (GIOVANNUCCI et al., 2009).

Por fim, mas não menos importante, contar com um sistema nacional de proteção forte é essencial. Há muitos fatores que devem ser levados em conta na hora de definir a proteção adequada para um ativo, pois os efeitos nem sempre estão evidentes de antemão. Nesse ponto, contar com aconselhamento profissional para o desenvolvimento de estratégias é um fator chave para o sucesso (GIOVANNUCCI et al., 2009).

Esse cuidado pode evitar ou, ao menos, minorar problemas futuros. Várias das mais bem-sucedidas indicações geográficas afirmam desembolsar centenas de milhares de dólares defendendo o ativo. Essas despesas dizem respeito ao monitoramento, atualização e reforço ou solução de conflitos em todos os mercados relevantes. Nesse contexto, uma estratégia viável de proteção tem como ponto de partida um forte sistema de proteção doméstico que pode reduzir a probabilidade de fraude dentro do país, o que por si só poderia comprometer a reputação e, em alguns casos, a validade da proteção legal estrangeira (GIOVANNUCCI et al., 2009).

Os pontos enumerados representam etapas complementares à avaliação e devem estar contemplados no desenvolvimento do plano estratégico, sendo indispensáveis para que uma IG possa ser bem-sucedida. Além disso, vários outros fatores identificados como chaves em estudos de casos são citados na literatura e merecem destaque. São

¹⁴ A maior parte dos casos de IGs de sucesso em mercados internacionais é resultado obtido a longo prazo e fruto de comercialização consistente por parceiros comerciais fortes. Essa constatação é nomeadamente verdadeira para países em desenvolvimento. Nesse contexto, o café da Colômbia é uma indicação geográfica a parte em termos de sucesso além das fronteiras, que conta com consideráveis investimentos em marketing de longo prazo (milhões de dólares por ano), o que não pode ser facilmente replicado em muitos casos (GIOVANNUCCI et al., 2009).

adiante detalhados: (i) estruturas de governança; (ii) delimitação da área geográfica; (iii) relação da qualidade ou da reputação com a origem; (iv) custos para colocação e manutenção de um produto com IG no mercado; e, (v) saturação do mercado.

Um ponto positivo verificado em muitas indicações geográficas é o envolvimento e atuação da governança local, que desempenha um importante papel na concretização do desenvolvimento a partir das IGs, trazendo benefícios tanto para os envolvidos diretamente quanto para a comunidade.

A própria natureza das indicações geográficas possibilita agir como plataforma de negociação para utilização de recursos, o que facilita a gestão das ações coletivas referentes aos ativos em questão (BARHAM, 2003).

A governança local pode, inclusive, auxiliar no desenvolvimento de atividades de produção e prestação de serviços correlatas à atividade principal vinculada à IG. Nesse caso, pode-se criar e fortalecer uma cesta de bens e serviços territorializados, ou ainda a formação de um *cluster* ou arranjo produtivo local.

Ou seja, as inter-relações estabelecidas pelas instituições encarregadas pela governança da IG, podem contribuir para o desenvolvimento pleno de todo o espaço em torno da indicação geográfica, desde que haja: (i) oferta territorial; (ii) necessidade da procura específica pelo produto; e, (iii) o contexto social.

No âmbito europeu, há 15 anos, entre 2001 e 2002 foram estudadas 21 cadeias de indicações geográficas (tanto DOP quanto IGP) com intuito de avaliar condições econômicas e institucionais que contribuiriam para o sucesso dessas IGs. Entre os achados está a diversidade de estruturas de governança, desde pequenas empresas produtoras que fazem gestão conjunta, até grandes cooperativas agrícolas ou empresas do agronegócio. Foi diagnosticado, no entanto, que os processos adotados estão atentos às questões comuns dos produtores e da comunidade (BARJOLLE; SYLVANDER, 2003).

Com relação ao segundo ponto mencionado, a delimitação da área geográfica, pode-se afirmar que, embora pareça um dos passos mais simples a se cumprir em um projeto para reconhecimento de indicação geográfica, pode muitas vezes se revelar um obstáculo difícil de se transpor.

Essa etapa tem duas implicações básicas: quem é (ou não) excluído e a importância do produto para o mercado (GIOVANNUCCI et al., 2009). Pode ocorrer das características essenciais da IG não respeitarem uma delimitação política ou então o nome que lhe é

correspondente, esse sim, corresponder a uma região politicamente delimitada, mas o produto ser também encontrado além dessa demarcação. Tem-se iniciado um processo que deve ser participativo e, sem dúvida, deve levar em conta o histórico da produção quanto à localização dos produtores que, ao longo do tempo, têm produzido o produto com as características vinculadas à IG.

É por isso que a delimitação geográfica se apresenta dinâmica, ou seja, limites político-administrativos (distrito, município, região, estado) podem ser a melhor opção, mas não são a única. Pode se mostrar apropriado tomar por base “[...] uma ruptura na paisagem (montanha, morro), rios, riachos ou mesmo em alguns casos, uma linha imaginária entre dois pontos de referência [...], ou os contornos de elementos geográficos (microbacias hidrográficas)” (LIMA et al., 2014, p. 146)¹⁵.

Via de regra, algumas IGs que optam pelo caminho *mais fácil* e compreendem uma vasta área geográfica em sua delimitação, tomando por base critérios políticos, podem ter problemas de gestão no futuro. Isso ocorre principalmente em casos nos quais as características do produto final dependem de questões vinculadas ao *terroir*, aqui incluídos fatores como solo, vegetação, precipitação, altitude, clima. Logo, produtos apenas semelhantes podem chegar ao mercado ostentando o mesmo distintivo que o produto *original* contribuindo para a deterioração da reputação e/ou qualidade e até mesmo a diminuição da demanda, trazendo sérios prejuízos aos *legítimos* produtores.

Um caso emblemático ocorre com o estado mexicano de Veracruz. Lá são produzidos, em diferentes áreas, cafés exclusivos, mas uma qualidade particular de café não é consistentemente produzida em todo o estado. Nesse caso, a respectiva indicação geográfica abrangeu todo o estado em sua delimitação política e pouca diferença foi notada na demanda do mercado, visto que não houve diferenciação entre os produtos finais. Caso com outros resultados, no entanto, é colombiano, no qual os produtores de café com diferencial delimitaram as regiões de acordo com as características encontradas em cada espaço em particular (GIOVANNUCCI et al., 2009).¹⁶

¹⁵ Como exemplo, o trabalho de Malinovski; Borghezán e Vieira (2016) apresenta a caracterização climática de zonas vitivinícolas de altitude de Água Doce e São Joaquim e aponta a importância dos fatores *naturais* para a delimitação geográfica dos vinhedos de altitude do estado de Santa Catarina.

¹⁶ Para mais detalhes sobre o caso do café colombiano pode-se consultar Giovannucci et al. (2009, p. 97).

Em seguida, tem-se uma das questões frequentemente levantadas quando se discute um projeto para reconhecimento de uma indicação geográfica: se o valor do produto está mais vinculado às suas qualidades específicas ou a reputação da região na qual se origina.

Essa questão tem relação direta, no Brasil, com as espécies de IGs protegidas pela lei (IP e DO), mas não significa que o consumidor conheça os pormenores de cada uma delas e as coloque em patamares distintos.

Entre os anos de 2003 e 2006 foram coletados dados relativos à venda em leilão de cafés de alta qualidade oriundos de sete países (Brasil, Bolívia, Colômbia, El Salvador, Guatemala, Honduras e Nicarágua). Os resultados, publicados em 2007, mostraram que preços mais elevados eram pagos pelo café em função da reputação de sua origem, sem relação com atributos de qualidade. Situação semelhante a que se tem no mercado de vinhos, ainda que um seja produto pronto para consumo e o outro não, o que resulta em peculiaridades ao se falar em proteção por meio de IGs (TEUBER, 2007).¹⁷

Outro fator claramente importante para que um produto com IG seja bem-sucedido se refere aos investimentos para a respectiva colocação e manutenção no mercado.

O conjunto de custos diretos envolvidos no processo de reconhecimento de uma IG é conhecido de pronto, seja em função das taxas devidas ao órgão responsável pelo registro, seja a contratação de assessoria jurídica ou de outra natureza, de acordo com cada caso. Os investimentos indiretos, no entanto, não são conhecidos de início e representam soma considerável, especialmente quando se trata de grupo formado por pequenos produtores.

Nesse grupo estão os custos com marketing, por exemplo, que obrigam algumas das IGs mais bem-sucedidas do mundo a desembolsar mais do que algumas centenas de milhares dólares ao ano a fim de manter sua posição, respeitabilidade e demanda (GIOVANNUCCI et al., 2009).

Os investimentos indiretos para reconhecer, estabelecer e gerir uma IG são os mais altos e também difíceis de serem efetivados. Envolve, além de recursos financeiros, recursos humanos. Demandam

¹⁷ Foram utilizadas ferramentas econométricas que permitiram relacionar preço de mercado e características individuais de cada produto, como qualidade sensorial, origem ou marca. As informações relativas à variedade de café e às diferenças de qualidade sensoriais foram controladas com base no respeitado *ranking Cup of Excellence* (TEUBER, 2007).

tempo e esforço para que as operações se adaptem ao mercado doméstico (e externo, se for o caso) e incluem, ainda, estruturação da governança responsável pela IG.

Mais uma vez, é indispensável que os processos sejam amplamente participativos, que a área geograficamente delimitada esteja coerente com a realidade, garantindo que os produtores que exerçam as atividades vinculadas à IG nessa área estejam comprometidos com o ativo, sua manutenção e promoção. São processos de aprendizagem que envolvem dedicação e paciência, o que muitas vezes vale mais que o próprio dinheiro. Entretanto, mesmo que não se consiga detectar à primeira vista, são indispensáveis para inserção, manutenção e entrada do produto em novos mercados (GIOVANNUCCI et al., 2009).

O quadro 3 a seguir enumera os custos normalmente envolvidos no reconhecimento, manutenção e promoção de uma IG, bem como os benefícios que potencialmente podem ser alcançados a partir do correspondente investimento e gestão.

Quadro 3 – Investimentos e benefícios típicos de uma IG

(continua)

Investimentos	Benefícios
Estabelecimento da estrutura normativa interna	Melhoria no acesso ao mercado
Definição geográfica exata	Acréscimo nas vendas
Definição de critérios e padrões de produção	Aumento da valorização e rentabilidade
Informação/educação sobre a IG no âmbito local ou nacional	Garantia da presença de qualidades ou características e da autenticidade
Despesas com controle/ certificação	Rastreabilidade
Marketing e promoção	Efeito complementar em outros produtos na região (a cesta de bens e serviços territorializados)
Avaliação e solicitação de proteção no exterior	Aumento do valor da IG
Infraestrutura e produção	Indução ao turismo
Adaptação a regras, métodos e especificações	Melhoria dos níveis de empregabilidade
Limitações comerciais ou tecnológicas	Aumento da diferenciação ou da competitividade nos moldes de uma <i>marca</i>

Quadro 3 – Investimentos e benefícios típicos de uma IG

(conclusão)

Acompanhamento e manutenção da proteção	União da governança local
Custos administrativos/burocráticos	Valorização social e cultural

Fonte: Adaptado de Giovannucci et al. (2009, p. 21).

Os investimentos associados ao reconhecimento, manutenção e promoção de uma IG, são, portanto, diretos e indiretos. Encontram-se tanto no âmbito individual de cada produtor quanto no nível da coletividade e nem sempre são mensuráveis de antemão (BELLETTI et al., 2007a; BELLETTI et al., 2007b). Ainda assim, é fundamental ter uma lista geral de itens para auxiliar no processo de tomada de decisão, tanto em relação ao *iniciar* como no que diz respeito ao processo de condução e definição de ações e responsabilidades.

Por fim, nessa lista não exaustiva e meramente exemplificativa, encontra-se a questão da saturação do mercado. Embora inexistam sinais de que tal crise possa ser deflagrada, com exceção da indústria do vinho, um excesso de produtos com IG poderia, em tese, mitigar a importância individual de uma indicação geográfica e a maneira como as características singulares, como a reputação ou a qualidade, são transmitidas (GIOVANNUCCI et al., 2009).

Significa dizer que, hipoteticamente, caso signos indicativos de características específicas venham a estampar um sem número de rótulos, podem deixar de ser exceção e tornar-se uma “expectativa básica do mercado” (GIOVANNUCCI et al., 2009).

Voltando ao mercado de vinhos, há algumas preocupações concretas. Apenas na Europa, cujo espaço territorial para um continente, quando comparado ao Brasil, é modesto, existem milhares de vinhos marcados por indicações geográficas. Isso pode, em teoria, revelar um cenário que se volta para a saturação (EUROPEAN COMMISSION, 2003). Pois, quando uma considerável parcela do todo passa a ter distinguibilidade, como saber qual a *melhor opção de compra*, considerando-se o que as IGs pretendem diferenciar?

No entanto, mesmo em meio à dificuldade do consumidor quanto à diferenciação de um vinho com IG em relação aos seus similares, paradoxalmente a reputação coletiva global do produto tem aumentado (MARETTE; CLEMENS; BABCOCK, 2007).

Situação semelhante pode ser verificada no caso dos azeites de oliva também no âmbito da União Europeia. Um número cada vez maior de exemplares do produto passa a ter a designação DOP ou IGP. Logo,

estima-se que, se a maioria dos produtores alcançarem o reconhecimento, pode haver menos fundamentos para que o consumidor seja capaz de diferenciar um azeite especial de outro. Por outro lado, esse mesmo consumidor pode reconhecer toda a seleção de azeites como de alta qualidade, sendo, portanto, o caso de atingimento de uma reputação coletiva (GIOVANNUCCI et al., 2009).

Apesar do *alerta*, em especial em relação aos vinhos, não há, ainda, evidência de que quaisquer espécies de produtos europeus designados com DOP ou IGP tenham atingido o limite da saturação. A IG continua sendo, portanto, uma forma eficaz de diferenciação no mercado. No caso dos produtos brasileiros identificados com indicações geográficas, a situação não preocupa, posto que se tem pouco mais de 50 IGs reconhecidas e essas se referem a uma variedade de produtos.

Quem não compreende a profundidade de suas sutilezas, certamente irá se decepcionar. Além disso, a IG pode não ser a proteção ideal para todos que inicialmente a almejam. Alternativas podem ser as marcas coletivas, as marcas de certificação ou até mesmo o registro do patrimônio imaterial no livro de saberes do Iphan, no Brasil. Muito embora nenhuma dessas opções seja garantia de benefícios para a cadeia produtiva, como mostra um relatório de pesquisa acerca das marcas de certificação nos Estados Unidos (BABCOCK; CLEMENS, 2004).

Também pode ocorrer casos nos quais, mesmo que uma IG seja diagnosticada como a ferramenta mais adequada, os produtores com menos recursos não sejam beneficiados plenamente, caso não estejam bem estruturados.

Ainda, quando os custos de manutenção da IG e de inserção do produto no mercado são muito elevados em função de uma contrapartida de diferenciação limitada, uma indicação geográfica simplesmente não faz sentido.¹⁸

As partes mais fortes da cadeia podem tomar para si parcela significativa dos benefícios, caso haja desequilíbrio entre recursos e grau de comprometimento entre os envolvidos desde a produção até a comercialização. Distribuição não equitativo-proporcional. É o que se verificou no caso da indicação geográfica para *Tequila*, no México (BOWEN; GERRITSEN, 2007; BOWEN, 2010a; BOWEN; GAYTÁN,

¹⁸ Para uma compreensão mais aprofundada dos efeitos potencialmente negativos, sugere-se consultar trabalhos nos quais, com base na análise e aplicação de teorias econômicas voltadas para a proteção das IGs, essas questões são apontadas. Nesse sentido: Josling (2006b) Sylvander; Allaire (2007) e Kerr (2006).

2012) no queijo *Mozzarella di Bufala Campana* da Itália (DE ROSA; DI NAPOLI; GARGANO, 2000), onde os benefícios dos maiores fabricantes são desproporcionalmente mais elevados do que aquele auferido pelos pequenos produtores.

Outras abordagens teóricas também mostraram que, a partir do momento em que se cria a *divisão no mercado*, isto é, o consumidor passa a ser exposto a produtos com a mesma finalidade, mas podendo optar pelo exemplar com IG, esses consumidores e os produtores com recursos e alta qualidade tendem a se beneficiar da diferenciação da IG, enquanto aqueles produtores que dispõem de menos recursos estão propensos a sofrerem consequências negativas (ZAGO; PICK, 2004).

As indicações geográficas europeias e sua compreensão encontram-se muito mais esclarecidas do que nos países em desenvolvimento. No entanto, ainda no velho continente existem IGs que levam muito tempo ou simplesmente não conseguem transmitir aos consumidores seu diferencial.

No Brasil a utilização desse ativo é um desafio e desde que ele existe, está regulamentado e vem sendo utilizado, é importante desenvolver pesquisas a respeito. Nesse sentido, o próximo capítulo se dedica ao estudo dos contextos normativos internacional, europeu e brasileiro acerca do tema.

Em síntese, uma IG bem-sucedida é muitas vezes um resultado que se alcança em décadas, pois é preciso tempo para informar e conquistar o consumidor sobre o produto e a partir de então passar a ter uma retribuição financeira *premium* pela diferenciação. As IGs exigem paciência e compromisso. São uma ferramenta de desenvolvimento baseada no mercado, mas não são uma ferramenta simples de utilizar.

Constata-se, pois, que uma IG bem-sucedida é aquela capaz de gerar impactos positivos, gerar desenvolvimento. Logo, a IG precisa contar com uma gestão eficiente e eficaz e, para isso, é fundamental definir e compreender o papel do regulamento de uso e das estruturas de gestão e controle no processo de gestão.

Em tempo, para facilitar a compreensão do texto, registra-se que as questões de eficiência e eficácia têm relação direta com entradas, saídas e resultados. Eficiência diz respeito à minimização da extensão do dispêndio de recursos das mais diversas ordens, como financeiros e humanos, em um processo para obter uma saída definida como eficiente. Já eficácia *se mede pelo quão bem* um processo atinge a saída e resultados almejados, conforme esperado pelos envolvidos no processo, desde os produtores até os consumidores (EVANS, 2012).

E nesse sentido as entradas são configuradas pela atuação das estruturas e documento mencionados a saída e resultados esperados são materializados pela geração do desenvolvimento, a partir do qual todos os atores do processo e comunidade podem se aproveitar de benefícios positivos.

2 CONTEXTOS NORMATIVOS

O desenvolvimento e a codificação dos direitos da propriedade intelectual mostram interligação e interdependência histórica com o direito internacional. Uma intensa relação de influência mútua que toma força especialmente após a Revolução Industrial e a partir do século XIX (CARLS, 2013).

Essa constatação de interdependência se sustenta pelo fato de que "[...] os seres humanos são dotados das faculdades de aprendizagem e criatividade, e de que os agentes econômicos necessitam assegurar a sua propriedade intelectual [...]". Logo, "[...] tornam necessária a existência de um regime de propriedade imaterial no espaço nacional e internacional" (PIMENTEL, BARRAL, 2007, p. 12).

Nesse sentido, é elaborada uma linha evolutiva das indicações geográficas, enquanto direitos da propriedade intelectual, no âmbito internacional, especialmente em relação à posição desse instituto antes e depois do acordo TRIPS, bem como a contribuição desse acordo no âmbito das IGs.

Em seguida o tema é abordado no contexto europeu, com ênfase nos regulamentos vigentes para delimitação dos conceitos e exigências para registro e menção às políticas públicas auxiliares à aplicação dessas normas. Além disso, são trazidos outros dois importantes tópicos quando se trata de norma comunitária para indicações geográficas: a ausência histórica de proteção para IGs não agroalimentares e a proposta de estabelecimento de um regulamento único para sistemas de qualidade de produtos agrícolas e gêneros alimentícios no âmbito da EU, que inclui, entre os tópicos considerados, as indicações geográficas (com a possibilidade de inclusão das IGs não agroalimentares).

Na última parte do capítulo, explora-se o assunto no cenário brasileiro, cujo desenvolvimento é relativamente recente. É feita uma retrospectiva da proteção do instituto pela legislação interna, descrita a proteção e conceituação conferidas pela lei e a forma como a questão do registro é tratada pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Por fim é abordada a questão das políticas públicas voltadas ao tema no país.

2.1 CENÁRIO INTERNACIONAL

Inicialmente¹⁹, as indicações geográficas eram protegidas local ou nacionalmente e a proteção tinha um escopo de validade limitado no espaço geográfico. Alguns desses sistemas, no entanto, alcançaram graus elevados de complexidade, como o francês (OLSZAK, 2001). No entanto, a proteção interna tinha seus pontos fracos, como produtos que sofriam com imitações produzidas em outros países (o que, infelizmente, ainda acontece). Diante disso, tornou-se óbvia a necessidade de cooperação para garantir que essas indicações geográficas fossem protegidas internacionalmente, além do estabelecimento de reciprocidade nos níveis internos de proteção (O'CONNOR, 2004) e padrões mínimos que fossem atendidos de maneira uniforme ao redor do globo.

A par dessa necessidade, acordos internacionais e multilaterais foram firmados ao longo dos anos, sendo o *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights*, ou simplesmente TRIPS, o divisor de águas no tema, como se apresenta a seguir dado o contexto no qual foi concebido e o número de adesões que atingiu.

2.1.1 Antes do acordo TRIPS

Antes do advento do acordo TRIPS, as fontes mais relevantes no que diz respeito à proteção internacional de indicações geográficas encontravam-se em três diferentes acordos:

(i) Convenção da União de Paris para a proteção da propriedade industrial (CUP);

(ii) Acordo de Madri relativo à repressão das falsas indicações de procedência; e,

(iii) Acordo de Lisboa para a proteção das denominações de origem e registro internacional.

¹⁹ "A primeira intervenção estatal na proteção de uma IG ocorreu em 1756, quando os produtores do Vinho do Porto, em Portugal, procuraram o então Primeiro-Ministro do Reino, Marquês de Pombal, em virtude da queda nas exportações do produto para a Inglaterra. O Vinho do Porto havia adquirido uma grande notoriedade, o que fez com que outros vinhos passassem a se utilizar da denominação 'do Porto', ocasionando redução no preço dos negócios dos produtores portugueses" (CERDAN et al., 2014, p. 35, grifos do autor).

A CUP, de 1883, foi a primeira norma a incluir em seu texto indicações geográficas como objetos de proteção. A proteção conferida pela norma, no entanto, limitava-se à garantia de certas medidas de proteção na fronteira estendendo-se apenas para as utilizações falsas ou enganosas das IGs.²⁰ Não trazia regras gerais relativas às indicações geográficas além dessa seara. Ademais, não conceituou as espécies de IGs mencionadas no texto normativo (indicações de procedência ou denominações de origem²¹) nem mesmo estabeleceu um padrão para proteção internacional (CONVENÇÃO, 1883; AUDIER, 2000; CALBOLI, 2006; O'CONNOR, 2004).

Além disso, ainda que tivesse por objetivo primordial “[...] coibir a falsa indicação de procedência”, seu texto: “[...] permitia, por exemplo, o uso de 'Champagne' da Califórnia, posto que neste caso a verdadeira procedência estaria ressaltada” (CERDAN et al., 2014b, p. 37, grifos do autor), o que por si só revelava certa fragilidade.

Poucos anos depois, sobreveio o acordo de Madri, em 1891, como uma resposta aos anseios dos signatários da CUP por um nível de proteção mais elevado. No entanto, pode-se dizer que o acordo não obteve o sucesso almejado e diversos países com importância comercial como Alemanha, Estados Unidos e Itália deixaram de aderir a ele (AUDIER, 2000; BLAKENEY, 2012; CALBOLI, 2006; O'CONNOR, 2004).

Isso porque as suas disposições não foram muito além das codificadas na CUP e se limitaram à proteção de fronteira e à repressão das falsas indicações de procedência, aquelas que mesmo não informando uma falsa origem, podem induzir o consumidor em erro, além de não proteger IGs que tenham se tornado genéricas. Verifica-se, por outro lado uma proteção especial aos produtos vitivinícolas, pois

²⁰ Nesse sentido, consultar especialmente os artigos 10(1) e (2) e *10bis* da CUP (CONVENÇÃO, 1883).

²¹ Apesar de deficitária em matéria de conceituação, está claro no texto da CUP a independência das IGs e das marcas como institutos distintos. Primeiro, no artigo 1(2) que trata da proteção conferida, depois no artigo *5quinquies*(B)(2) ao tratar da possibilidade de recusa ou anulação de registro de marcas quando “[...] forem desprovidas de qualquer carácter distintivo ou então exclusivamente compostas por sinais ou indicações que possam servir no comércio para designar a espécie, a qualidade, a quantidade, o destino, o valor, o lugar de origem dos produtos ou a época da produção, ou que se tenham tornado usuais na linguagem corrente ou nos hábitos leais e constantes do comércio do país em que a proteção é requerida” (CONVENÇÃO, 1883). Ainda sobre a inter-relação entre marcas e indicações geográficas, consultar Almeida (2009).

“[...] não se admitiam exceções para esses produtos e também determinava-se que esses não poderiam ser considerados como genéricos, como seria o caso de um vinho tipo 'champagne'” (CERDAN et al., 2014b, p. 37, grifos do autor).

As discussões que circundaram a Convenção da União de Paris e o acordo de Madri continuaram em evidência e resultaram em modificações desses quadros normativos, bem como a formalização de diversos acordos bi ou multilaterais e na adoção do acordo de Lisboa relativo à proteção das denominações de origem e ao seu sistema de registro internacional, em 1958 (GEUZE, 2016). Antes do TRIPS²², referido acordo é interpretado como a tentativa mais séria para se atingir um sistema de proteção internacional eficaz e exequível e que foi além da proteção ofertada pelos dois anteriores. (AUDIER, 2000; CALBOLI, 2006).

No entanto, limitava-se às denominações de origem tais como definidas na norma francesa restringindo a proteção a casos nos quais as características e qualidades fossem devidas exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluindo fatores humanos e naturais (BLAKENEY, 2012).

Nesse sentido, o acordo de Lisboa findou por obter a adesão de poucos membros, especialmente porque exigia que as nações protegessem as denominações de origem da forma expressa em seu texto, excluindo países que protegessem o instituto por meio de dispositivos de concorrência desleal, por exemplo (BLAKENEY, 2012).

O sistema de registro internacional criado por esse acordo e administrado ainda hoje pela Organização Mundial da Propriedade Intelectual, no entanto, ofereceu uma solução mais próxima possível do desejado no que diz respeito a um sistema multilateral nos termos que seria posteriormente previsto no TRIPS (GERVAIS, 2010).

Ainda antes do acordo TRIPS, em 1975, a OMPI tornou público um projeto de tratado sobre a proteção das indicações geográficas em geral, incluídas tanto denominações de origem quanto as indicações geográficas²³. O tratado estabeleceria novas definições para as

²² Há outros acordos multilaterais que compreendem questões relacionadas às IGs, como no caso da *Stresa International Convention for the Use of Appellations of Origin and Designations of Cheeses*, de 1951 (ECHOLS, 2008; O'CONNOR, 2004), mas que, por sua abrangência mais restrita não foram abordados neste pesquisa.

²³ No contexto internacional o termo indicação geográfica faz referência tanto ao gênero quanto a uma espécie do signo distintivo coletivo em questão,

indicações geográficas com objetivo voltado para um sistema de registro internacional (BLAKENEY, 2012; O'CONNOR, 2004).

Diferente do acordo de Lisboa, o projeto dispunha de um conceito menos rígido para as denominações de origem e não exigia que os signatários tivessem leis internas de proteção. Já o funcionamento do sistema de registro era bastante similar e ofereceria proteção no território de todos os signatários (BLAKENEY, 2012; O'CONNOR, 2004).

Dando continuidade aos trabalhos, em 1990 a OMPI emitiu um memorando no qual afirmava a necessidade ainda existente de um tratado sobre IGs (WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION, 1990). No entanto, diversas ações eram necessárias para levar a proposta adiante, como a revisão dos termos da Convenção da União de Paris, e o tema não avançou.

2.1.2 Advento do acordo TRIPS

O Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio (ADPIC, ou em inglês *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights*, mais conhecido amplamente pela sigla TRIPS²⁴) é o anexo 1-C do acordo de Marraquexe, acordo internacional multilateral assinado na cidade de Marraquexe, Marrocos, em 15 de abril de 1994 e que determinou a criação da Organização Mundial do Comércio.

Ao partir do Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio (*General Agreement on Tariffs and Trade*, ou simplesmente GATT, em inglês) que foi o mecanismo responsável, entre os anos de 1948 a 1994, pela criação, manutenção e gerenciamento de regras relativas ao sistema multilateral de comércio, foram acrescentados diversos temas, como é o caso dos direitos da propriedade intelectual enumerados no TRIPS (ACCIOLY; CASELLA; SILVA, 2016).

diferentemente do que ocorre na lei brasileira, na qual a expressão faz referência apenas ao gênero. Logo, nessa pesquisa, quando não estiver expressamente claro que se trata de indicação geográfica como uma espécie, deve ser entendido o uso do termo com referência ao gênero.

²⁴ Há casos em que se encontra a redução ADPIC, como uma redução para a versão completa traduzida para a língua portuguesa. No entanto, como o termo TRIPS é amplamente utilizado e conhecido também no âmbito brasileiro, preferiu-se adotar essa versão.

O TRIPS e outros 17 acordos são o resultado da Rodada de Uruguai do GATT, a mais ambiciosa das rodadas do GATT desde a sua criação, em 1947 até a sua *extinção* em 1994 com a criação da OMC (AUDIER, 2000).

Nesse contexto, o acordo TRIPS é tido por diversos autores como o mais significativo tratado internacional do século XX a respeito dos direitos de propriedade intelectual e seu desenvolvimento (BLAKENEY, 1996; GERVAIS, 2012). Com pouco mais de 70 artigos, é o tratado internacional relativo aos direitos de propriedade intelectual mais completo da história (BLAKENEY, 2012), dispondo de direitos autorais, marcas, indicações geográficas, desenhos industriais, patentes, topografias de circuito integrado e segredos industriais.

Ainda, em razão do elevado número de signatários, a adoção do TRIPS fez dele um importante marco na proteção mundial das indicações geográficas, pois deu um respeitável passo adiante no tema. Nesse sentido, credita-se a forma como as IGs estão tratadas no acordo à forte campanha dos diplomatas europeus, representando uma *vitória* da abordagem europeia do tema (CALBOLI, 2006).

Logicamente, diversos signatários não ficaram satisfeitos com as regras colocadas, como é o caso dos Estados Unidos e outros países nos quais as IGs eram (ou ainda são) algo novo (CALBOLI, 2006), como no caso da Austrália. Países nos quais se tem a ideia de um *direito* da utilização de nomes protegidos como indicação geográfica em um país terceiro como se genérico fosse (LINDQUIST, 1999).

Ainda assim, a importância da norma se destaca nos três artigos em que se ocupa das indicações geográficas, enquanto os oito primeiros dispositivos estabelecem regras básicas sobre a proteção dos direitos de propriedade intelectual como um todo.

O artigo 1(1), por exemplo, autoriza, portanto sem caráter de obrigatoriedade que os membros estabeleçam em suas leis internas, regras de proteção mais compreensivas que os padrões mínimos requeridos (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO, 1994).

Artigos 3 e 4 trazem os princípios do tratamento nacional e da nação mais favorecida. O primeiro impede o tratamento diferenciado entre produtos nacionais e importados, se a intenção for de diferenciar o produto importado no intuito de desfavorecer a competição com o produto nacional. Já o segundo estabelece que todo país membro é obrigado a oferecer a todos os membros quaisquer vantagem ou privilégio assegurado e um dos membros (ACCIOLY; CASELLA; SILVA, 2016).

Já o artigo 7 estabelece que a proteção e aplicação dos direitos da propriedade intelectual devem contribuir o desenvolvimento e bem-estar social e econômico, bem como para um equilíbrio entre direitos e obrigações (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO, 1994).

Por fim, o artigo 8 reconhece o direito dos membros de adotar medidas para proteger a saúde pública e para promover o interesse público em setores de importância vital para o desenvolvimento socioeconômico e tecnológico do respectivo território, desde que de acordo com as regras do TRIPS (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO, 1994).

Especificamente com relação às indicações geográficas, mesmo contendo poucos artigos tratando do tema, o acordo traz regras que compreendem:

- (i) Definição e escopo das indicações geográficas;
- (ii) Proteção padrão para todas as indicações geográficas;
- (iii) Proteção adicional para vinhos e destilados;
- (iv) Proteção *extra* adicional para vinhos;
- (v) Negociações internacionais a respeito da notificação e registro de indicações geográficas;
- (vi) Exceções à proteção das indicações geográficas; e,
- (vii) Relação entre marcas e indicações geográficas²⁵.

Com relação ao conceito aplicável às indicações geográficas no bojo do acordo TRIPS, o artigo 22(1), estabelece:

Indicações Geográficas são, para os efeitos deste Acordo, indicações que identifiquem um [bem] como originário do território de um Membro, ou região ou localidade deste território, quando **determinada qualidade, reputação ou outra característica do [bem] seja essencialmente atribuída à sua origem geográfica** (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO, 1994, grifos nossos).

Essa definição, de certa forma, guarda semelhanças com a definição para denominações de origem contida no acordo de Lisboa. Neste último, no entanto, exige-se que as qualidades ou características sejam devidas exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico,

²⁵ Sobre a relação entre indicações geográficas, especialmente as denominações de origem, e marcas, consultar Almeida (1999). Para leitura mais aprofundada e que trata da autonomia da denominação de origem em relação às demais indicações geográficas, compulsar Almeida (2009).

incluindo fatores naturais e humanos, além da reputação obtida na origem. A definição do TRIPS é mais abrangente²⁶ e envolve bens que nos quais qualidade, reputação ou outra característica seja essencialmente ligada à origem geográfica (GEUZE, 2016).

TRIPS, portanto, oferece aos países membros ao menos três critérios independentes para que um determinado bem possa usufruir de proteção por meio das indicações geográficas. Em outras palavras, em que pese ter sido redigido tendo como referência o artigo 2 do acordo de Lisboa, ele é mais compreensivo em seu escopo e aplica-se, também, aos bens que possuem *apenas* reputação e não necessariamente em conjunto com determinada qualidade ou característica (CALBOLI, 2006; GERVAIS, 2016).

Além disso, enquanto no acordo de Lisboa denominações de origem *são nomes geográficos* de um país, região ou localidade, no TRIPS indicações geográficas são *qualquer* indicação que se refira a um país, região ou localidade, mas não necessariamente limita-se ao nome de um país, cidade ou região, sendo importante que o bem seja originário do território de um membro, ou de parte dele (BLAKENEY, 2012; GERVAIS, 2016).

Podem-se citar como exemplos: *Basmati* para o arroz originário da Índia e *Feta* para o queijo grego. Ambas são indicações geográficas reconhecidas, embora não se refiram a nomes de lugares em particular. O requisito do TRIPS, por consequência, é que a *indicação* identifique o bem como originário do território de um membro ou de uma região ou localidade desse membro²⁷ (O'CONNOR, 2004).

Outra diferença que merece ser destacada é que o acordo de Lisboa (assim como a Convenção da União de Paris) utiliza o termo *produto* enquanto o TRIPS utiliza a expressão *bem*²⁸, historicamente

²⁶ Isso não significa, no entanto, que IGs, assim definidas de acordo com a provisão do acordo TRIPS, não se qualifiquem para o registro internacional segundo o acordo de Lisboa, já que são admitidos pedidos de registros sem prejuízo da definição nacional, seja ela mais ou menos restrita (GEUZE, 2016).

²⁷ No entanto, é preciso notar que regiões ou locais que pertençam a mais de um país membro, como *Caribe* não podem ser reconhecidas, em tese, como indicações geográficas (O'CONNOR, 2004).

²⁸ Apesar disso, a versão do TRIPS em língua portuguesa traduz *good* como constante no TRIPS e *product* como constante no acordo de Lisboa indistintamente como produto. A diferença de alcance de ambas as expressões é importante no sentido de compreender a concepção e abrangência das normas, porém optou-se por não fazer essa distinção ao longo do texto. Logo, quando não estiver expressamente ressalvado *produto* deve ser interpretado como *bem*.

utilizada no contexto das discussões e negociações do GATT e da OMC para diferenciar bens de serviços. Logicamente, conclui-se que a definição não inclui serviços²⁹ (GERVAIS, 2012; 2016).

O termo *bem* ou *bens*, nesse contexto, em que pese não estar definido no texto do acordo, refere-se a toda sorte de bens, sejam eles naturais, agrícolas, industrializados, manufaturados ou mesmo artesanais³⁰ (O'CONNOR, 2004).

Essas diferenças não são de todo relevantes, até mesmo porque o histórico das negociações acerca do acordo de Lisboa e sua redação demonstram que a definição de denominação de origem estabelecida não furta a flexibilidade dos estados membros à adaptação³¹ (GERVAIS, 2016).

Em sintonia com a CUP e o acordo de Madri, o artigo 22(2) do TRIPS dispõe a respeito da proibição do uso de falsa indicação geográfica nos respectivos territórios dos países signatários. Para isso, os membros devem oferecer os meios legais para impedir (i) a utilização de uma indicação geográfica que possa enganar o consumidor em relação à verdadeira origem do bem e (ii) qualquer uso que configure ato de concorrência desleal, em conformidade com o artigo 10*bis* da CUP. Outras orientações procedimentais estão contidas no artigo 22(3) e (4) (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO, 1994).

Cientes da diversidade do arcabouço e tradição legislativa nos diversos países membros, o artigo 22(2) concedeu total liberdade na decisão sobre *como* proteger as indicações geográficas internamente. A liberdade, no entanto, refere-se à modalidade de proteção a ser

²⁹ O que não indica que a legislação brasileira esteja em desacordo com o TRIPS ao proteger também nomes geográficos vinculados a serviços como indicações geográficas, já que o acordo orienta quanto à proteção mínima e os membros possuem autonomia para determinar o alcance das regras internas.

³⁰ A inexistência de diferenciação entre *tipos de bens* a serem protegidos pode ser encontrada, inclusive, na CUP, na qual era estabelecido no artigo 1(3) que: "A propriedade industrial entende-se na mais larga acepção e aplica-se não só à indústria e ao comércio propriamente ditos, mas também às indústrias agrícolas e extrativas e a todos os produtos fabricados ou naturais, por exemplo: vinhos, grãos, tabaco em folha, frutos, animais, minérios, águas minerais, cervejas, flores, farinhas" (CONVENÇÃO, 1883).

³¹ Além disso, como será descrito no tópico seguinte, o ato de Genebra do acordo de Lisboa, de 2015, passou a referenciar indicações geográficas e denominações de origem e não mais afirma que estas últimas devem ser *protegidas como tais*, o que indica que as diferenças entre IGs e DOs podem ser superadas.

implantada (*sui generis*, marcas ou via concorrência desleal, por exemplo), pois todos os membros, sem exceção, devem oferecer mecanismos de proteção para as IGs. A obrigação se coaduna, ainda, com o disposto nos artigos 41 e 61 do acordo (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO, 1994).

O artigo 22(3), por sua vez, trata da conduta do estado membro em relação ao registro de marca “[...] que contenha ou consista em indicação geográfica relativa a bens não originários do território indicado [...]” quando “[...] o uso da indicação na marca para esses bens for de natureza a induzir o público a erro quanto ao verdadeiro lugar de origem”. Nessas situações, desde que as leis internas assim o permitam, poderá o membro recusar ou invalidar, de ofício ou a pedido de parte interessada, o registro da marca (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO, 1994).

Finalmente, artigo 22(4) guarda as disposições que devem ser aplicadas mesmo nos casos em que a indicação geográfica “[...] embora literalmente verdadeira no que se refere ao território, região ou localidade da qual o produto se origina, dê ao público a falsa ideia de que esses bens se originam em outro território” (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO, 1994).³²

O artigo 22, portanto, trata da proteção das IGs de forma geral, enquanto o artigo 23 traz disposições relativas à proteção adicional para vinhos e destilados, de forma similar à proteção prevista no acordo de Madri.

Artigo 23 [...] (1) Cada Membro proverá os meios legais para que as partes interessadas possam evitar a utilização de uma indicação geográfica que identifique vinhos em vinhos não originários do lugar indicado pela indicação geográfica em questão, ou que identifique destilados como

³² Um exemplo pode ilustrar a situação: hipoteticamente, franceses emigraram para outro país e fundaram uma vila ou mesmo uma cidade. Nesse caso, pode ocorrer do nome dado à *nova* localidade ser o mesmo que ostenta o local de origem dessas pessoas e que vem a ser famoso pela produção de um determinado queijo. Ocorre então, que se os habitantes da nova vila produzirem um queijo com o mesmo nome, pode se concretizar, dependendo das particularidades, uma representação falsa da origem do queijo para o consumidor médio. Para corresponder à situação prevista no dispositivo, a falsidade é o ponto-chave. O consumidor médio deve acreditar que o bem se originou em um país diferente daquele onde foi, de fato, produzido (GERVAIS, 2016).

destilados não originários do lugar indicado pela indicação geográfica em questão, mesmo quando a verdadeira origem dos bens esteja indicada ou a indicação geográfica utilizada em tradução ou acompanhada por expressões como "espécie", "tipo", "estilo", "imitação" ou outras similares (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO, 1994, grifos do autor).

Nesse caso, então, inexistente a necessidade de se demonstrar que o consumidor pode vir a ser enganado ou induzido em erro ou que o ato se revela de concorrência desleal (GERVAIS, 2016). É o caso da *proteção adicional* para vinhos e destilados.³³

De maneira semelhante ao artigo 22(3), o disposto no 23(2) prevê, também, que os estados membros devem recusar ou invalidar registros de marcas que contenham ou consistam em indicações geográficas para vinhos e destilados que não tenham a origem indicada, desde que a lei interna assim autorize (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO, 1994).

Tratando-se de indicações homônimas, o artigo 23(3), diferentemente do artigo 22(4) e em virtude da proteção adicional que se confere aos vinhos, informa que "[...] a proteção será concedida para cada indicação, sem prejuízo das disposições do parágrafo 4 do Artigo 22", sendo responsabilidade de cada membro signatário definir "[...] condições práticas pelas quais serão diferenciadas entre si [...], levando em consideração a necessidade de assegurar tratamento equitativo aos produtores interessados e de não induzir a erro os consumidores" (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO, 1994).³⁴

Essa particularidade, somada ao disposto no artigo 23(4), que cuida das negociações para o estabelecimento de um sistema multilateral de registro e notificação para vinhos e destilados representam uma proteção *extra* adicional para vinhos e destilados (O'CONNOR, 2004).

³³ A principal diferença entre os dois níveis de proteção pode ser assim ilustrada: a utilização de expressões como *vinho espumante estilo Champagne produzido no Chile* ou *vinho Napa Valley produzido na França* são proibidas. Paradoxalmente, nos termos da proteção padrão do TRIPS, é possível usar expressões como *queijo Roquefort produzido na Austrália* ou *tapetes Bukhara produzidos nos Estados Unidos* (O'CONNOR, 2004), pois esses produtos não gozam da proteção adicional.

³⁴ O exemplo mais constante na literatura é a indicação geográfica *Rioja* que faz referência tanto a vinhos produzidos na Espanha quanto na Argentina (CALBOLI, 2006; GERVAIS, 2016).

Último dispositivo especialmente dedicado às IGs, o artigo 24 apresenta uma série de questões correlatas, com destaque para (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO, 1994):

(i) Artigo 24(1) informa que os membros da OMC concordam em negociar a criação de um sistema internacional de registro e notificação para vinhos e destilados;

(ii) Exceções à proteção de IGs, conforme artigo 24(4), no caso de o nome estar em uso há pelo menos 10 anos antes da Rodada de Uruguai ou período menor, se de boa-fé;

(iii) O artigo 24(5)³⁵ prevê duas exceções relativas às marcas, disciplinando que não serão prejudicadas as marcas que, ainda que idênticas ou similares a IGs, tenham sido registradas no estado membro antes da aplicação do TRIPS ou antes que a IG estivesse protegida nesse estado membro; e,

(iv) Outra exceção está contida no artigo 24(6) e diz respeito a liberdade de utilização da indicação geográfica no caso de haver se tornado um termo genérico.

Conhecer as particularidades do acordo TRIPS é de fundamental importância para compreender as minúcias dos sistemas comunitários europeus de proteção das indicações geográficas. Isso porque, muito embora tenham começado a ser desenhados e entrado em vigor antes do TRIPS, muito se justificam nele atualmente, especialmente os sistemas de IGs para bebidas, cuja proteção é diferenciada.

Da mesma forma, é essencial para entender o desenvolvimento da proteção para indicações geográficas vigentes no Brasil, cuja codificação foi uma *resposta* as exigências do TRIPS e, no ano em que completa 20 anos ainda gera muitas dúvidas, especialmente na implementação prática.

2.1.3 Após o acordo TRIPS

Pode-se afirmar que não houve mudanças ou *avanços* significativos para as IGs no cenário internacional ou multilateral após a entrada em vigor do TRIPS.

Por conseguinte, a literatura aponta que, mesmo em vista das obrigações impostas nos artigos 23 e 24 do acordo, o debate pós-TRIPS

³⁵ Discussões em relação à *autorização ou não* da coexistência entre marcas e indicações geográfica circundam esse dispositivo. Nesse sentido sugere-se consultar O'Connor (2005, p. 62-63).

parece estar fadado à mesma divisão ideológica que caracterizou as discussões pré-TRIPS. Como consequência, nenhuma conquista ulterior foi alcançada em relação à proteção internacional das IGs (CALBOLI, 2006).

Em discurso semelhante, diz-se que a descrição mais acertada para as negociações pós-TRIPS reflete a ausência de dinamismo e de vontade por parte de alguns estados membros em avançar nas questões estabelecidas no plano de trabalho (MARTÍN, 2004).

Historicamente, na Rodada de Uruguai, as propostas da União Europeia, dos Estados Unidos e da Suíça foram essenciais para moldar o quadro legislativo que viria a ser estabelecido para as IGs no TRIPS. Tópicos como a proteção adicional para vinhos e destilados e o estabelecimento de um sistema de registro e notificação internacional que foram trazidos na proposta europeia, no entanto, não foram definidos à época. Optou-se, de outra forma, por definir uma agenda de negociações futuras para lidar com temas como esses (MARTÍN, 2016).

Em 2001, a Declaração Ministerial que abriu a Rodada de Doha dedicou um parágrafo inteiro ao tema, afirmando a existência de comprometimento com negociações para o estabelecimento do sistema internacional de registro e notificação para vinhos e destilados.³⁶ Além disso, mencionou que a questão da extensão da proteção adicional para os demais produtos também seria abordada no Conselho (WORLD TRADE ORGANIZATION, 2001).

Quanto aos vinhos e destilados, duas vertentes foram colocadas (e ainda estão) em cena: uma delas vertical, que diz respeito ao fato de diversas IGs para vinhos e destilados serem consideradas genéricas ou *quase* genéricas no *novo mundo* da produção de vinhos, como nos Estados Unidos. A outra, horizontal, sobre a inter-relação entre marcas e indicações geográficas (GERVAIS, 2016).³⁷

Seguiram-se diferentes propostas, mas os estados membros continuaram (e continuam) divididos tanto em relação à extensão da proteção quanto ao sistema de notificação e registro internacional.³⁸ Em síntese, progresso nenhum foi atingido em relação à agenda pós-TRIPS. Em parte, o cenário se justificada por conta da ausência de consenso

³⁶ Uma descrição pormenorizada da questão da extensão da proteção adicional de vinhos e destilados para outros produtos é feita por Handler (2016).

³⁷ Para uma visão mais detalhada sobre o tema, consultar Gervais (2016, p. 134-139) e Almeida (1999).

³⁸ Martín (2016, p. 187-194) oferece uma descrição das propostas apresentadas ao Conselho do TRIPS sobre o tema.

sobre o escopo da proteção e as alegadas consequências potencialmente discriminatórias comercial e culturalmente em virtude da proteção adicional para bebidas sustentadas, principalmente, por países em desenvolvimento (GERVAIS, 2015).

A mudança mais significativa no cenário internacional, sem dúvidas, refere-se ao ato de Genebra do acordo de Lisboa, cujas movimentações para revisão do sistema remontam ao seu quinquagésimo aniversário, no ano de 2008 e foram concluídas em maio de 2015 durante conferência diplomática em Genebra (GEUZE, 2016).

Como resultado surge um sistema mais atraente para os atuais e possíveis novos membros, sem deixar de lado os princípios e objetivos originais do acordo. Entre as modernizações, devem ser mencionadas (GEUZE, 2016):

(i) A possibilidade de adesão por organizações intergovernamentais;

(ii) A ampliação da proteção para além das denominações de origem, cobrindo também as indicações geográficas; e,

(iii) A remodelação dos conceitos de DO e IG conforme o acordo de Lisboa e o TRIPS, esclarecendo que:

(a) ambas as definições podem compreender termos não geográficos, desde que sejam conhecidos por indicar determinada área geográfica; e,

(b) que uma área geográfica delimitada como a área de origem pode incluir uma área transfronteiriça ou apenas a parte situada em um território, no caso das partes onde se situa a área não acordarem em relação ao estabelecimento de uma DO ou IG conjunta.

As novas diretrizes do acordo de Lisboa, reformado pelo ato de Genebra estão mais compreensivas e convidativas, demonstrando potencial para novas adesões e aumento no número de DOs e agora também de IGs registradas no respectivo sistema internacional.³⁹

2.2 CENÁRIO EUROPEU

As nações europeias enquanto unidades soberanas possuem um histórico bastante desenvolvido em relação à proteção das indicações geográficas, especialmente países como França, Espanha, Itália e Portugal, apenas para exemplificar.

³⁹ Detalhes a respeito do processo de revisão e do quadro geral de mudanças trazidas pelo ato de Genebra podem ser verificadas em Geuze (2016, p. 116-121).

Já legislação pertinente às indicações geográficas no nível comunitário, isto é, aquela aplicável no território dos estados membros do que se denomina União Europeia, é relativamente recente, mas é o conjunto normativo utilizado como referência neste trabalho. Isso porque atualmente, para gozar de proteção no nível comunitário, é indispensável que sejam seguidas as regras comunitárias relativas ao registro das IGS, posto que a proteção nacional é limitada às fronteiras do respectivo país.

2.2.1 Legislação vigente

A União Europeia mantém quatro sistemas de proteção de indicações geográficas, todos ligados ao setor de alimentos e bebidas, sem proteção, até o momento, para produtos não agroalimentares, como o artesanato.

Adiante são enumerados os sistemas vigentes e mencionadas algumas de suas particularidades, especialmente no que diz respeito ao conceito aplicado às IGS e às exigências para registro. Por óbvio os regulamentos cobrem um extenso número de tópicos, porém os mencionados são os mais relevantes para esta pesquisa.⁴⁰

Interessante registrar que as indicações geográficas no âmbito comunitário estão inseridas em um projeto muito mais amplo. Fazem parte das estratégias de qualidade da política agrícola comum da UE. O Senhor Nuno Miguel Vicente, da Diretoria Geral de Agricultura da Comissão Europeia, por ocasião de conversa mantida na sede da Comissão Europeia em Bruxelas, relata que o estabelecimento das IGS no âmbito da PAC foi crucial para a superação da crise agrícola europeia e representa um instrumento de sucesso na promoção de produtos europeus de reputação e/ou qualidade.

2.2.1.1 Vinhos: Regulamento (UE) n. 1.308/2013

A legislação para proteção dos vinhos no âmbito da União Europeia começou a ser desenhada nos anos 1970⁴¹, como parte do

⁴⁰ Para uma compreensão aprofundada dos temas tratados nos regulamentos, sugere-se, além da consulta às normas em si, leitura em Mantrov (2014), que oferece comentários para excertos das regras.

⁴¹ Uma visão mais detalhada a respeito do histórico de alteração pode ser obtida em consulta os Regulamentos (CEE) n. 922/72, (CEE) n. 234/79, (CE) n. 103797/2001 e (CE) n. 1234/2007.

primeiro pilar da política agrícola comum (PAC), conhecido como organização do mercado comum (MANTROV, 2014).⁴²

Desde então o mercado de vinhos se desenvolveu consideravelmente. Em 1999 uma reforma buscou resolver a disparidade entre oferta e demanda, mas não logrou êxito. O sistema foi atualizado novamente em abril de 2008 no contexto do que se chamou de *reforma do vinho*.⁴³ Na ocasião, foram adotados princípios da legislação dos produtos agroalimentares e os objetivos gerais foram delimitados da seguinte maneira (EUROPEAN COMMISSION, 2008):

(i) Tornar os vinhos europeus ainda mais competitivos, reforçando a sua reputação e (re)conquistando fatias de mercado tanto na União Europeia quanto fora dela;

(ii) Tornar as regras de gestão de mercado mais simples, claras e eficazes, com intuito de alcançar o equilíbrio entre oferta e procura; e,

(iii) Preservar as melhores tradições vitivinícolas europeias e reforçar o seu papel social e ambiental em zonas rurais.

Mais tarde, a regulamentação da proteção dos vinhos foi incluída na reforma da organização do mercado comum de 2013, e atualmente o Regulamento (UE) n. 1.308/2013 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 17 de dezembro de 2013, que estabelece uma organização comum dos mercados dos produtos agrícolas e que revogou os Regulamentos (CEE) n. 922/72, (CEE) n. 234/79, (CE) n. 103.797/2001, (CE) n. 1.234/2007 do Conselho, é a norma que dita as regras para registro de indicações geográficas no setor de vinhos no âmbito da União Europeia.

As definições trazidas pelo regulamento e aplicáveis para cada espécie são, para denominação de origem:

Artigo 93.º [...] a) [...] o nome de uma região, de um local determinado ou, em casos excepcionais⁴⁴ e devidamente justificáveis, de um país, utilizado para designar um produto a que se refere o artigo 92.º, n.º 1, que cumpra os seguintes requisitos:

⁴² Nesse sentido sugere-se leitura do material disponível em: <http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/en/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.2.4.html>.

⁴³ Detalhes sobre a reforma do vinho estão disponíveis em: <http://ec.europa.eu/agriculture/wine/reforms/index_en.htm>.

⁴⁴ Essa e outras palavras contidas em citações diretas das normas europeias aparecem com grafia em português europeu, por isso a diferença para a grafia do português brasileiro.

- i) a qualidade e as características do produto são essencial ou exclusivamente devidas a um meio geográfico específico, com os fatores naturais e humanos inerentes ao mesmo,
- ii) as uvas a partir das quais o produto é produzido provêm exclusivamente dessa zona geográfica,
- iii) a produção ocorre nessa zona geográfica, e
- iv) o produto é obtido a partir de castas pertencentes à espécie *Vitis vinifera*; (UNIÃO EUROPEIA, 2013, grifos nossos).

E para indicações geográficas:

Artigo 93.º [...] b) [...] uma indicação relativa a uma região, um local determinado ou, em casos excepcionais e devidamente justificáveis, um país, utilizado para designar um produto a que se refere o artigo 92.º, n.º 1, que cumpra os seguintes requisitos:

- i) possui determinada qualidade, reputação ou outras características que podem ser atribuídas a essa origem geográfica,
- ii) pelo menos 85 % das uvas utilizadas para a sua produção provêm exclusivamente dessa zona geográfica,
- iii) a sua produção ocorre nessa zona geográfica, e
- iv) é obtido a partir de castas pertencentes à espécie *Vitis vinifera* ou provenientes de um cruzamento entre a espécie *Vitis vinifera* e outra espécie do género *Vitis* (UNIÃO EUROPEIA, 2013, grifos nossos).

Os artigos seguintes esclarecem a documentação necessária para o pedido de proteção, tratam dos requerentes, do exame do pedido e suas fases. Com relação à documentação, é exigido:

Artigo 94.º [...] 1. Os pedidos de proteção de nomes tais como denominações de origem ou indicações geográficas devem incluir uma ficha técnica na qual figurem:

- a) O nome a proteger;
- b) O nome e o endereço do requerente;
- c) O caderno de especificações a que se refere o n.º 2, e

d) Um documento único de síntese do caderno de especificações a que se refere o n.º 2.

2. O caderno de especificações permite que as partes interessadas comprovem as condições de produção pertinentes associadas à denominação de origem ou indicação geográfica. Do caderno de especificações deve constar, **pelo menos:**

a) O nome a proteger;

b) Uma descrição do vinho ou dos vinhos:

i) **no que diz respeito à denominação de origem, às principais características analíticas e organolépticas;**

ii) **no que diz respeito à indicação geográfica, às principais características analíticas, bem como a uma avaliação ou indicação das suas características organolépticas;**

c) Se for caso disso, as práticas enológicas específicas utilizadas para a produção do vinho ou dos vinhos, bem como as restrições aplicáveis a essa produção;

d) **A demarcação da zona geográfica em causa;**

e) O rendimento máximo por hectare;

f) Uma indicação da casta ou castas de uva de vinho a partir das quais o ou os vinhos são obtidos;

g) Os elementos que justificam a ligação a que se refere o artigo 93.º, n.º 1, alínea a), subalínea i), ou, consoante o caso, o artigo 93.º, n.º 1, alínea b), subalínea i);

[...]

3. Sempre que diga respeito a uma zona geográfica situada num país terceiro, o pedido de proteção deve incluir, para além dos elementos previstos nos n.ºs 1 e 2, uma prova de que o nome em questão está protegido no seu país de origem (UNIÃO EUROPEIA, 2013, grifos nossos).

De acordo com esse regulamento, produtores estabelecidos dentro ou fora da União Europeia podem requerer a proteção comunitária tanto para denominação de origem quanto para indicação geográfica, desde que cumpram os requisitos da modalidade escolhida e estejam protegidas em seu país de origem (UNIÃO EUROPEIA, 2013).

Diretamente relacionado à problemática deste trabalho, atenta-

se para o fato da exigência do caderno de especificações, ou regulamento de uso, para ambas as espécies de indicação geográfica. A necessidade do documento se justifica em função da própria definição de cada tipo. A IG, diferentemente da IP brasileira, em que pese autorizar o reconhecimento com base em reputação, possui regras quanto à origem da matéria prima, o que torna necessária a presença das regras escritas.

2.2.1.2 Destilados: Regulamento (CE) n. 110/2008

O sistema de proteção de indicações geográficas para destilados⁴⁵ foi reformado em 2008, pelo Regulamento (CE) n. 110/2008 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 15 de janeiro de 2008, relativo à definição, designação, apresentação, rotulagem e proteção das indicações geográficas das bebidas destiladas e que revogou o Regulamento (CEE) n. 1576/89 do Conselho.

A norma se aplica para a proteção de todas as bebidas destiladas, sejam elas produzidas em território comunitário ou fora dele. Além disso, interessante sublinhar a existência do Regulamento (CE) n. 936/2009 da Comissão de 7 de outubro de 2009 que aplica os acordos entre a União Europeia e países terceiros relativos ao reconhecimento mútuo de determinadas bebidas destiladas.

Nos termos do Regulamento (CE) n. 110/2008, bebidas destiladas estão aptas a reclamar proteção na modalidade indicação geográfica, mas não denominação de origem.

O conceito de indicação geográfica fornecido pelo Regulamento é o seguinte:

Artigo 15.º [...] Para efeitos do presente regulamento, entende-se por indicação geográfica uma indicação que identifique uma bebida espirituosa⁴⁶ como sendo originária do território de um país, ou de uma região ou lugar desse território, sempre que determinada qualidade,

⁴⁵ Destilados, nos termos do Regulamento em questão, são bebidas alcoólicas destinadas ao consumo humano, que possuem características organolépticas específicas e têm uma concentração alcoólica de, no mínimo, 15%. A sua produção ocorre por destilação, por maceração ou por adição de aromas, ou ainda por mistura de um destilado com outra bebida, com álcool etílico de origem agrícola ou com certos destilados (COMISSÃO EUROPEIA, 2008).

⁴⁶ Quando consultada a norma em português europeu o leitor irá encontrar não o termo *destilados*, mas sim a expressão *bebidas espirituosas*.

reputação ou outra característica sejam essencialmente imputáveis à sua origem geográfica (COMISSÃO EUROPEIA, 2008).

No que se refere ao processo de registro:

Artigo 17.º [...] 4. **A ficha técnica a que se refere o n.º 1 deve incluir, no mínimo, as seguintes especificações principais:**

- a) Denominação e categoria da bebida espirituosa, incluindo a indicação geográfica;
- b) Descrição da bebida espirituosa, **incluindo as principais características físicas, químicas e/ou organolépticas do produto**, bem como as características específicas da bebida espirituosa por comparação com a categoria pertinente;
- c) **Definição da zona geográfica em causa;**
- d) Descrição do método de obtenção da bebida espirituosa e, se for caso disso, dos métodos locais autênticos e invariáveis;
- e) Pormenores que demonstrem a ligação do produto ao ambiente geográfico ou à origem geográfica;
- f) Eventuais requisitos estabelecidos por disposições comunitárias e/ou nacionais e/ou regionais;
- g) Nome e endereço de contacto do requerente;
- h) Qualquer complemento à indicação geográfica e/ou qualquer regra específica de rotulagem, de acordo com a ficha técnica correspondente (COMISSÃO EUROPEIA, 2008, grifos nossos).

Conforme o artigo 15.º(4), a ficha técnica acima mencionada funciona como o caderno de especificações para as indicações geográficas de bebidas destiladas. Novamente diferente da IP brasileira, aqui a IG faz exigências que demandam a presença do regulamento de uso, como a caracterização física, química e/ou organoléptica do produto.

A verificação do cumprimento das especificações contidas na ficha técnica, em relação às indicações geográficas comunitárias, é assegurada por:

Artigo 22.º [...] 1 [...] - uma ou várias autoridades competentes referidas no n.º 1 do artigo 24.º, e/ou - um ou vários organismos de controlo na aceção do artigo 2.º do Regulamento (CE) n.º 882/2004

do Parlamento Europeu e do Conselho, de 29 de Abril de 2004, relativo aos controlos oficiais realizados para assegurar a verificação do cumprimento da legislação relativa aos alimentos para animais e aos géneros alimentícios e das normas relativas à saúde e ao bem-estar dos animais, actuando como organismos de certificação de produtos (COMISSÃO EUROPEIA, 2008).

Por fim, ainda no que se refere a esse grupo de bebidas e à respectiva regulamentação, está à disposição o Regulamento de Execução (UE) n. 1.239/2014 da Comissão, de 19 de novembro de 2014, que alterou o Regulamento (UE) n. 716/2013, que estabelece as regras de execução do Regulamento (CE) n. 110/2008 do Parlamento Europeu e do Conselho relativo à definição, designação, apresentação, rotulagem e proteção das indicações geográficas das bebidas destiladas.

2.2.1.3 Produtos vitivinícolas aromatizados: Regulamento (UE) n. 251/2014

Atualmente, as indicações geográficas para produtos vitivinícolas aromatizados, expressão que compreende os vinhos aromatizados, as bebidas aromatizadas à base de vinho e os *cocktails* aromatizados de produtos vitivinícolas são tratadas pelo Regulamento (UE) n. 251/2014 do Parlamento Europeu e do Conselho de 26 de fevereiro de 2014 relativo à definição, descrição, apresentação, rotulagem e proteção das indicações geográficas dos produtos vitivinícolas aromatizados e que revogou o Regulamento (CEE) n. 1.601/91 do Conselho.

Esse regulamento (em grande parte) entrou em vigor apenas em março de 2015 e substituiu o Regulamento (CEE) n. 1.601/91 do Conselho e com relação à definição de indicação geográfica, prevê:

Artigo 2.º [...] 3 [...] indicação que identifica um produto vitivinícola aromatizado como originário de uma região, de um local específico ou de um país caso uma determinada qualidade, reputação ou outra característica desse produto possa ser atribuída essencialmente à origem geográfica do mesmo (UNIÃO EUROPEIA, 2014).

No que se refere ao teor dos pedidos de registro de indicação

geográfica, o artigo 10.º especifica que:

1. O pedido de proteção de um nome como indicação geográfica deve ser constituído por um processo técnico de que constem:

- a) O nome a proteger;
- b) O nome e o endereço do requerente;
- c) **O caderno de especificações** referido no n.º 2; e
- d) Um documento único de síntese do caderno de especificações referido no n.º 2.

2. Para poder beneficiar de uma indicação geográfica protegida ao abrigo do presente regulamento, o produto deve respeitar **o caderno de especificações correspondente, do qual devem constar, pelo menos, os seguintes elementos:**

- a) O nome a proteger;
- b) **Uma descrição do produto, designadamente as suas principais características analíticas, bem como uma indicação das suas características organolépticas;**
- c) Se for caso disso, os processos de produção e especificações particulares, bem como as restrições aplicáveis na elaboração do produto;
- d) **A delimitação da área geográfica em causa;**
- e) Os elementos que sustentam a relação referida no artigo 2.º, n.º 3;
- [...]
- g) Uma indicação da matéria-prima principal a partir da qual o produto vitivinícola aromatizado é obtido; [...] (UNIÃO EUROPEIA, 2014).

A verificação do cumprimento do caderno de especificações para as indicações localizadas no território da União Europeia, por sua vez, é assegurada:

- Artigo 23.º [...] 1 [...] a) Pela autoridade ou autoridades competentes referidas no artigo 22.º; ou
- b) Por um ou mais organismos de controlo responsáveis pela verificação, na aceção do artigo 2.º, segundo parágrafo, ponto 5, do Regulamento (CE) n.º 882/2004, que funcionem como organismos de certificação de produtos nos termos dos requisitos previstos no artigo 5.º desse regulamento (UNIÃO EUROPEIA, 2014).

Como nos dois casos anteriores, tanto produtos localizados no território da União Europeia quanto fora dele são elegíveis para a proteção, que se restringe à indicação geográfica protegida. Tal ressalva faz sentido ao se pensar que as bebidas destiladas via de regras são *blends*⁴⁷ e não possuem características para proteção como DOP.

Mais uma vez exige-se o regulamento de uso por serem exigidas a manutenção das suas principais características analíticas, bem como uma indicação das suas características organolépticas.

2.2.1.4 Produtos agrícolas e gêneros alimentícios: Regulamento (UE) n. 1.151/2012

O último, porém o mais conhecido regulamento comunitário europeu sobre indicações geográficas trata dos produtos agrícolas e gêneros alimentícios e é também conhecido por sistema DOP/IGP (ou, em inglês, PDO/PGI). O nome se deve à dupla possibilidade de proteção: denominações de origem protegidas e indicações geográficas protegidas⁴⁸ e também porque abrange a maior parcela de produtos elegíveis, posto que apenas as bebidas anteriormente enumeradas possuem regulamento autônomo.

Esse sistema foi estabelecido antes mesmo do acordo TRIPS, em 1992, com o objetivo de promover e proteger expressões europeias vinculadas à qualidade de produtos agrícolas e gêneros alimentícios.

As regras permaneceram aplicáveis até 2006, quando, em parte por conta de uma decisão da Organização Mundial do Comércio, foram substituídas por novas regras⁴⁹, especialmente no que diz respeito à possibilidade de registro para produtos produzidos fora do território comunitário.⁵⁰

À época, a OMC demandou que as normas comunitárias

⁴⁷ "Os produtos vitivinícolas aromatizados são produtos obtidos a partir de produtos do setor vitivinícola referidos no Regulamento (UE) n.º 1308/2013 e que tenham sido aromatizados" (UNIÃO EUROPEIA, 2014).

⁴⁸ Esse sistema de qualidade também regulamenta as especialidades tradicionais garantidas, que não são objeto desta pesquisa.

⁴⁹ Regulamento (CE) n. 510/2006 do Conselho, de 20 de março de 2006, relativo à proteção das indicações geográficas e denominações de origem dos produtos agrícolas e dos gêneros alimentícios.

⁵⁰ Um guia para candidatos de países terceiros à proteção por meio do sistema PDO/PGI está disponível no sítio da Comissão Europeia na internet. Disponível em: <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/schemes/index_en.htm>.

estivessem em conformidade com as regras multilaterais de comércio, primeiramente com a exclusão formal da exigência de que o país terceiro devesse conceder proteção similar recíproca e equivalente. Segundo, autorizando países terceiros a enviar pedidos e objeções diretamente à Comissão (SERRA, 2007).

Após a reforma de 2006, o sistema foi novamente revisto e atualmente o conjunto normativo vigente é o Regulamento (UE) n. 1.151/2012 do Parlamento Europeu e do Conselho de 21 de novembro de 2012 relativo aos regimes de qualidade dos produtos agrícolas e dos gêneros alimentícios.

Essa última atualização das regras de proteção de DOP e IGP para produtos agrícolas e gêneros alimentícios possui sensível relação com os objetivos das políticas públicas europeias para promoção de produtos com origem diferenciada, assim como guarda estreita relação com os objetivos da política agrícola comum e representa a conquista de mais um degrau no aprimoramento da PAC, como afirma o Senhor Nuno Miguel Vicente, da Diretoria Geral de Agricultura da União Europeia.

As definições em vigor para essas indicações, são as seguintes:

Artigo 5.º [...] 1. [...] entende-se por «**denominação de origem**» uma denominação que identifique um produto:

- a) Originário de um local ou região determinados, ou, em casos excepcionais, de um país;
- b) **Cuja qualidade ou características se devam essencial ou exclusivamente a um meio geográfico específico, incluindo os seus fatores naturais e humanos;** e
- c) **Cujas fases de produção tenham todas lugar na área geográfica delimitada.**

2. [...] entende-se por «**indicação geográfica**» uma denominação que identifique um produto:

- a) Originário de um local ou região determinados, ou de um país;
- b) **Que possua determinada qualidade, reputação ou outras características que possam ser essencialmente atribuídas à sua origem geográfica;** e
- c) **Em relação ao qual pelo menos uma das fases de produção tenha lugar na área geográfica delimitada** (UNIÃO EUROPEIA, 2012, grifos nossos).

Os pedidos de proteção com base nesse sistema, devem incluir:

Artigo 8.º [...] 1. [...] a) O nome e o endereço do agrupamento requerente e das autoridades ou, quando existir, dos organismos que verificam o respeito das disposições do caderno de especificações;

b) **O caderno de especificações** previsto no artigo 7.º;

c) Um documento único que inclua:

i) **os elementos principais do caderno de especificações do produto:** a denominação, a descrição do produto, incluindo, se necessário, as regras específicas aplicáveis ao seu acondicionamento e rotulagem, e a descrição sucinta da delimitação da área geográfica,

ii) **a descrição da relação do produto com o meio geográfico ou com a origem geográfica** referidos no artigo 5.º, n.º 1 ou n.º 2, conforme o caso, incluindo, se for caso disso, os elementos específicos da descrição do produto ou do método de produção que justificam essa relação (UNIÃO EUROPEIA, 2012, grifos nossos).

Mais uma vez, em função das características de cada uma das espécies caracterizadas, exige-se o regulamento de uso. O conteúdo desse regulamento ou caderno de especificações envolve, para ambos os casos, ao menos:

Artigo 7.º [...] 1 [...] a) A denominação a proteger como denominação de origem ou indicação geográfica, tal como é utilizada no comércio ou na linguagem comum, e apenas nas línguas que são ou foram historicamente utilizadas para descrever o produto em causa na área geográfica delimitada;

b) A descrição do produto, incluindo as matérias-primas, se for caso disso, assim como as suas principais características físicas, químicas, microbiológicas ou organolépticas;

c) **A definição da área geográfica delimitada**, no que respeita à relação mencionada na alínea f), subalíneas i) ou ii), do presente número, e, se for caso disso, os elementos que indiquem a observância dos requisitos previstos no artigo 5.º, n.º 3;

- d) **As provas de que o produto é originário da área geográfica delimitada referida no artigo 5.º, n.ºs 1 ou 2;**
- e) A descrição do método de obtenção do produto e, se for caso disso, dos métodos locais, autênticos e constantes, bem como informações relativas ao acondicionamento, se o agrupamento requerente considerar e justificar, apresentando motivos suficientes especificamente relacionados com o produto, que o acondicionamento deve ser realizado na área geográfica delimitada a fim de salvaguardar a qualidade, garantir a origem ou assegurar o controlo, tendo em conta o direito da União, em especial no domínio da livre circulação de mercadorias e da livre prestação de serviços;
- f) Os elementos que estabelecem:
 - i) a relação entre a qualidade ou as características do produto e o meio geográfico a que se refere o artigo 5.º, n.º 1, ou
 - ii) se for o caso, a relação entre determinada qualidade, a reputação ou outra característica do produto e a origem geográfica a que se refere o artigo 5.º, n.º 2; [...]
- h) As eventuais regras específicas de rotulagem do produto em questão (UNIÃO EUROPEIA, 2012).

A fiscalização do cumprimento do caderno de especificações, para as indicações baseadas em território da União Europeia antes da colocação no mercado é realizada por:

- a) Uma ou mais das autoridades competentes referidas no artigo 36.º do presente regulamento; e/ou
- b) Um ou mais organismos de controlo, na aceção do artigo 2.o, ponto 5), do Regulamento (CE) n.º 882/2004, que funcionem como organismos de certificação de produtos (UNIÃO EUROPEIA, 2012).

O Regulamento (UE) n. 1.151/2012, conforme considerando n. 26 e artigo 11(1) também demandou a criação e manutenção de bases de dados amplamente acessíveis e aptas a fornecer informações aos consumidores e envolvidos na cadeia de produção, comercialização e consumo em geral (UNIÃO EUROPEIA, 2012).

Nesse contexto, foi criada base de dados para consultas

chamada *DOOR* (do inglês, Database of Origin & Registration)⁵¹ com informações sobre as DOPs, IGP e ETGs⁵² (i) registradas; (ii) publicadas; e/ou, (iii) apresentadas.

Além da *DOOR*, há outras duas bases de dados. *E-BACCHUS*⁵³ é o local para consulta de indicações geográficas (em ambas as modalidades) para vinhos. De acordo com o Regulamento (UE) n. 1.308/2013, a base também apresenta informações sobre indicações geográficas de países terceiros se registradas no âmbito do sistema em questão, bem como aquelas protegidas na União Europeia em função de acordos bilaterais entre a UE e países terceiros.

Já para bebidas destiladas, existe a base de dados denominada *E-SPIRIT-DRINKS*⁵⁴, na qual é possível consultar as indicações geográficas registradas e protegidas no âmbito da União Europeia para bebidas destiladas originárias da UE ou de países terceiros.

Produtos vitivinícolas aromatizados não possuem uma base de dados para consulta, mas os registros concedidos podem ser consultados no sítio da Comissão Europeia na internet, na página que trata de agricultura e desenvolvimento rural.⁵⁵

Esses quatro regimes ou sistemas de proteção de indicações geográficas representam o quadro normativo vigente no nível comunitário na União Europeia na atualidade. Todavia, é conveniente registrar que a probabilidade do estabelecimento de um quinto sistema não está descartada, ao contrário, mostra-se indispensável. Isso porque em consonância com o acordo TRIPS os membros da Organização Mundial do Comércio devem oferecer proteção para indicações geográfica sem restrições quanto ao *tipo* de produto/bem. Isto é, proteção para produtos agroalimentares e também para os não agroalimentares.

2.2.2 A situação dos produtos não agroalimentares

Atualmente, no território comunitário, produtos não

⁵¹Disponível em: <<http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door>>.

⁵² Especialidade Tradicional Garantida é parte do regime de qualidade de produtos agrícolas a gêneros alimentícios normatizada pelo Regulamento (UE) n. 1151/2012. Os critérios gerais para o registro de uma denominação como ETG constam do artigo 18 do respectivo regulamento.

⁵³ Disponível em: <<http://ec.europa.eu/agriculture/markets/wine/e-bacchus/>>.

⁵⁴ Disponível em: <<http://ec.europa.eu/agriculture/spirits/>>.

⁵⁵ Disponível em: <<http://ec.europa.eu/agriculture/quality/>>.

agroalimentares podem se socorrer apenas ao (i) regime comunitário de marcas, que confere proteção a nomes geográficos sob certas condições⁵⁶; (ii) litígio; ou, (iii) ação via autoridade administrativa no caso de prática desleal ou engano ao consumidor. Além dessas alternativas, podem solicitar a proteção da IG em pedidos autônomos em cada um dos países membros onde exista regime de proteção.

Sendo a UE membro da OMC e signatária do TRIPS, tem o dever de cumprir as exigências estabelecidas no acordo. Por isso, a Comissão Europeia tem trabalhado no assunto continuamente, como confirmado representante de Bruxelas em conversa pessoal mantida na sede da comissão em Bruxelas.

Inicialmente, no ano de 2009, foi publicado o *Study on the protection of geographical indications for products other than wines, spirits, agricultural products or foodstuffs* (Estudo sobre a proteção das indicações geográficas para além dos vinhos, bebidas destiladas, produtos agrícolas e gêneros alimentícios, em tradução livre). O estudo foi encomendado pela Diretoria Geral de Comércio da Comissão Europeia e contém análises feitas por especialistas na área e abrange 28 indicações geográficas não agroalimentares que já contavam com algum tipo de proteção em alguns países membros da EU, bem como em países terceiros, como Brasil, China, Índia, Rússia e Suíça (THUAL et al., 2009).

Ato contínuo, desde 2011, a Diretoria Geral de Mercado Interno, Indústria, Empreendedorismo e Pequenas e Médias Empresas tem discutido a expansão da proteção por meio de indicações geográficas no nível da UE para produtos não agroalimentares. Desde então, avanços consideráveis no tema têm sido alcançados (EUROPEAN COMMISSION, [2016b]).

Em 2013, um novo estudo foi desenvolvido a pedido da Comissão Europeia: o *Study on geographical indications protection for non-agricultural products in the internal market* (Estudo sobre a proteção de indicações geográficas não agroalimentares no mercado interno, em tradução livre). Entre os objetivos, o trabalho buscou fornecer informações sobre produtos protegidos e com potencial de proteção por IGs em 27 países membros da União Europeia, mais Islândia, Liechtenstein, Noruega e Suíça, bem como determinar se um sistema unitário de proteção para IGs não agroalimentares no contexto

⁵⁶ Opção disponível também para bebidas e produtos agroalimentares, que estão amplamente cobertas por um dos quatro regimes de proteção e IGs vigentes no território da UE.

da União Europeia deveria ou não ser estabelecido (THUAL; BARJOLLE; O'CONNOR, 2013).

O passo seguinte consistiu em uma consulta pública acerca da possível extensão da proteção de produtos não agroalimentares por indicações geográficas.⁵⁷

Referida consulta foi aberta aos interessados para que respondessem a questões contidas no Livro Verde⁵⁸ e compartilhassem seus pontos de vista sobre o assunto entre 15 de julho e 28 de outubro de 2014.

As manifestações registradas originaram um relatório discutido em Bruxelas em janeiro de 2015, durante a conferência *Geographical indication protection for non-agricultural products – What do we learn from the public consultation?* (Proteção de indicação geográfica produtos não agroalimentares – O que aprendemos com a consulta pública?, em tradução livre).

De forma geral, as partes interessadas que participaram da consulta apoiaram fortemente a possível extensão da proteção pela UE para indicações geográficas não agroalimentares. Apontaram, inclusive, que a extensão poderia estimular o desenvolvimento também dos produtos agrícolas quando produtos artesanais estivessem protegidos no âmbito de uma comunidade que também tivesse produtos agrícolas com distinção de origem (EUROPEAN COMMISSION, 2015).

Além disso, foi ponderado que tal regulamento poderia harmonizar com os objetivos da política de qualidade europeia como um todo, não apenas em relação aos produtos agrícolas. Ou seja, caso o sistema de proteção de indicações geográficas europeu incluísse o artesanato, essa extensão da proteção poderia atuar como fator de reanimação tanto dos trabalhos manuais tradicionais quanto da economia das áreas rurais (EVANS, 2012).

Na mesma linha, o Comitê Econômico e Social sugeriu ser esperado que um sistema alargado em termos de oferta de proteção para

⁵⁷ Informações completas acerca do processo da consulta podem ser obtidas em: <http://ec.europa.eu/growth/tools-databases/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item_id=8254>.

⁵⁸ "Os Livros Verdes são documentos publicados pela Comissão Europeia para promover uma reflexão a nível europeu sobre um assunto específico. Para tal, convidam as partes interessadas (organismos e particulares) a participar num processo de consulta e debate, com base nas propostas que apresentam. Os Livros Verdes podem dar origem a propostas legislativas, que são, então, apresentadas em Livros Brancos" (COMISSÃO EUROPEIA, [2016]).

produtos não agroalimentares ligados a produções agrícolas poderia ajudar não apenas o desenvolvimento de mercados exportadores, mas também na redução alegações enganosas quanto à origem do produto (EVANS, 2012).

No entanto, apesar das diversas manifestações favoráveis, bem como da necessidade de atender ao TRIPS, nada foi feito até o momento no sentido de estender formalmente a proteção das indicações geográficas aos produtos não agroalimentares no cenário comunitário.

Fontes da Comissão Europeia ligadas ao assunto, no entanto, apontam que o tema é prioridade interna da UE e que não deixou de ser trabalhado. E que, além disso, há discussões acerca da elaboração de um sistema para IGs em geral, independentemente do tipo de bem. Isto é, a criação de um regulamento único, conforme se descreve a seguir, envolvendo os quatro sistemas anteriores, mais a regulamentação para não agroalimentares, eventualmente.

2.2.3 A multiplicidade de sistemas e a proposta de um regulamento único

Além da inexistência de um sistema de proteção para IGs não agroalimentares no âmbito da UE, a questão da manutenção de quatro sistemas autônomos é muitas vezes apontada como situação insustentável no futuro.

Antes da revisão de 2012 do sistema DOP/IGP e com o objetivo de fortalecer a política europeia de qualidade e simplificar a respectiva legislação, começou a ser discutida a possibilidade do estabelecimento de um regulamento único para os sistemas de qualidade de produtos agrícolas, incluídas as indicações geográficas.

A origem dessa iniciativa está, em parte, vinculada ao compromisso assumido pela Comissão Europeia em 2006 de proceder a uma futura revisão da operação das políticas públicas e dos regulamentos de qualidade dos produtos agrícolas e o seu desenvolvimento futuro (EVANS, 2012).

Em seguida, no ano de 2007, todos os sistemas de qualidade foram debatidos em uma conferência em Bruxelas, que deu origem a um Livro Verde sobre a qualidade dos produtos agrícolas que estabeleceu a abrangência para uma consulta pública a respeito do tema, com o objetivo de delinear um quadro estratégico e regulamentar para a proteção e promoção da qualidade de produtos agrícolas. Nesse cenário, a Comissão pretendeu, a partir da consulta, permitir uma discussão ampla a respeito dos instrumentos existentes, como eles poderiam ser

melhorados e quais novas iniciativas poderiam ser consideradas. Tudo isso em três grandes grupos: requisitos de produção, normas de comercialização e sistemas de qualidade e certificação existentes (COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES, 2008).

A consulta buscava as opiniões de todas as organizações e cidadãos interessados na qualidade dos produtos agrícolas. Foram encorajados a darem sua contribuição: agricultores em geral, produtores, processadores, revendedores, distribuidores, comerciantes, consumidores, organizações não governamentais e órgãos públicos (COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES, 2008).

Após permanecer aberta por dois meses e meio em 2008, recebeu mais de 500 contribuições, todas devidamente consideradas e discutidas em uma conferência em Praga no início de 2009. As respostas renderam diversos pontos-chave para a Comissão Europeia relativos à forma de conduzir a questão e elaborar um quadro lógico para uma eventual revisão na política de qualidade. Três aspectos principais se sobressaíram como essenciais (COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES, 2009b):

(i) Informação: melhoria da comunicação entre produtores, compradores e consumidores no que diz respeito às qualidades dos produtos agrícolas;

(ii) Coerência: aumento da coerência da política de qualidade da União Europeia para produtos agrícolas e seus instrumentos; e,

(iii) Complexidade: redução da complexidade de modo a tornar o sistema mais fácil para produtores e consumidores entenderem os vários subsistemas e termos de rotulagem.

As conclusões das discussões sobre essas e outras orientações foram adotadas pelo Conselho de Ministros em julho de 2009. O Parlamento Europeu, por sua vez, adotou resolução para a política de qualidade para produtos agrícolas no início de 2010, quando as opiniões foram adotadas também pelo Comitê Europeu Econômico e Social e pelo Comitê das Regiões. Tudo isso resultou na proposta do Parlamento Europeu e do Conselho do regulamento único para sistemas de qualidade de produtos agrícolas.

Como fatores-chave da proposta, podem ser apontados (EUROPEAN COMMISSION, 2010):

(i) Unificação da estrutura e coerência conceitual;

(ii) Alteração das definições das espécies de indicação geográfica;

(iii) Alteração dos padrões de produção e das especificações do produto;

- (iv) Alteração das estruturas de controle e inspeção; e,
- (v) Alteração das medidas de aplicação/execução.

Nas considerações da proposta, já de início foi afastada a ideia de unificar as denominações de origem protegidas e as indicações geográficas protegidas em um único instituto. No entanto, a fusão dos sistemas existentes (vinhos, bebidas destiladas, produtos vitivinícolas aromatizados e produtos agrícolas e gêneros alimentícios) foi interpretada como positiva pela maioria dos interessados, com exceção daqueles ligados aos setores de vinho e bebidas destiladas⁵⁹. Nesse sentido, a Comissão foi incentivada a simplificar, esclarecer e facilitar os sistemas, bem como reforçar o reconhecimento internacional das IGS europeias (EUROPEAN COMMISSION, 2010).

Mais tarde, no início de 2011, o Parlamento e Conselho Europeus decidiram por consultar o Comitê Europeu Econômico e Social a respeito da proposta do regulamento único que, em resposta manifestou apoio à iniciativa da Comissão Europeia de aglutinar toda a legislação comunitária relativa à qualidade dos produtos agrícolas em um pacote de qualidade (EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE, 2011).

Em síntese, simplificação foi a palavra-chave da proposta. Notou-se a necessidade de reforçar a posição competitiva da UE nos mercados agrícolas mundiais. Além disso, a tentativa da UE de construir um regulamento único para os sistemas de qualidade de produtos agrícolas teve muito a ver com o programa da Comissão para a simplificação da legislação comunitária como um todo (COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES, 2009a) e também com a Estratégia de Lisboa.⁶⁰

Nesse contexto, o programa de simplificação foi projetado para oferecer estímulo à inovação por meio da reformulação da legislação, com vistas a melhorar a sua transparência, eficácia e eficiência, reduzindo assim os encargos administrativos decorrentes dos requisitos regulamentares (EVANS, 2012).

⁵⁹ Esses produtores têm receio de passar a ostentar o mesmo símbolo que estampa todos os demais produtos agroalimentares reconhecidos por DOP ou IGP. Parte deles acredita que se perderá em *distintividade* no setor de bebidas.

⁶⁰ A estratégia de Lisboa, adotada no ano 2000, visa lidar com a baixa produtividade do crescimento econômico na União Europeia e seus principais pontos de atuação são: econômico, social, renovação ambiental e sustentabilidade (COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES, 2003).

À época, era dito que se bem-sucedido, o programa para simplificação da legislação e política de qualidade para produtos agrícolas poderia aumentar a eficácia e eficiência da lei por meio da racionalização da proteção das IGs, fortalecimento da reputação de produtos com qualidade entre consumidores e criação de novos mercados (EVANS, 2012).

Entretanto, mesmo com os esforços registrados, nada se concretizou em relação à unificação dos sistemas no que diz respeito às indicações geográficas. Ao contrário, o sistema DOP/IGP foi atualizado em 2012, o de vinhos em 2013 e as regras para bebidas vitivinícolas aromatizadas em 2014, todos de forma independente.

Todavia, discussões sobre a simplificação continuam ativas.⁶¹ Um exemplo interessante é um documento de trabalho não oficial preparado pela equipe da Diretoria Geral de Agricultura com o objetivo de facilitar a discussão do tema pelo grupo especialista em sustentabilidade e qualidade da agricultura e desenvolvimento rural. No documento, de 2014, está expresso que rever o potencial para uma maior simplificação na política de qualidade, incluídas as IGs de produtos agrícolas e gêneros alimentícios, vinhos, bebidas destiladas e vinhos aromatizados, seria uma prioridade para a próxima Comissão. A missão do Comissário para Agricultura e Desenvolvimento Rural pedia explicitamente para que tal tarefa fosse desenvolvida dentro dos primeiros doze meses de mandato (EUROPEAN COMMISSION, 2014).

O mesmo documento de trabalho afirma, ainda, que a opção pela fusão prevê também os melhores resultados no que diz respeito à eficácia, eficiência e coerência para com outros objetivos e estratégias da comissão (EUROPEAN COMMISSION, 2014).

Além disso, estados-membros como é o caso de Portugal, têm manifestado seu apoio à iniciativa. Entretanto, as regras permanecem atreladas a diferentes sistemas. E isso se deve, em parte, ao que é explicado logo no início da proposta do regulamento único, onde consta que a se mantém e reforça o sistema vigente para os produtos agrícolas e gêneros alimentícios, mas não unifica os sistemas de indicações geográficas para vinhos, bebidas destiladas ou vinhos aromatizados. Isso porque, considerando as reformas relativamente recentes no setor de vinhos e bebidas destiladas, os sistemas devem permanecer distintos.

⁶¹ Nesse sentido, é possível encontrar diversas manifestações no seguinte endereço: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/HIS/?uri=celex:52011AE0811>.

Assim, a questão pode vir a ser reconsiderada no futuro. No entanto, as regras vigentes para os produtos agrícolas e gêneros alimentícios podem vir a ser unificadas, se apropriado, com aquelas existentes para os vinhos (EUROPEAN COMMISSION, 2014).

A avaliação de impacto realizada para a preparação da Comunicação da Comissão também apontou como uma das possibilidades para facilitar o processo de registro, a opção de gestão feita por uma terceira parte em relação aos órgãos oficiais da UE. De qualquer forma, a ideia foi rejeitada naquele momento, feita a ressalva de que a possibilidade seria considerada em futuras etapas do processo.

Apesar de não haver atingido a concretização do estabelecimento do regulamento único, incluindo os sistemas de indicações geográficas, o Livro Verde e tudo o que se seguiu mostram claramente que haverá futuras discussões, avaliações e pesquisas com a finalidade de conhecer e avaliar as necessidades das partes interessadas.

Nessa linha, pode-se dizer, inclusive, que a proposta já deixou claras algumas falhas ao não endereçar questões sobressalentes no que diz respeito às IGs, como é o caso das seguintes (EVANS, 2012):

- (i) A inter-relação entre as IG e marcas;
- (ii) A extensão da abrangência de produtos (não agrícolas);
- (iii) A definição da área geográfica de produção; e
- (iv) A utilização de nomes genéricos.

Resta aguardar os desdobramentos dos trabalhos referentes à unificação dos sistemas de qualidade para produtos agroalimentares, bem como o estabelecimento da proteção para produtos não agroalimentares. Questões que interessam não apenas aos membros da União Europeia, mas a todos os países com indicações geográficas com interesse na proteção comunitária, como é o caso do Brasil que já tem produtos registrados nesse nível e outros por vir.

2.2.4 Políticas públicas

Na União Europeia as políticas públicas envolvendo indicações geográficas estão diretamente vinculadas à política agrícola comum, por meio dos sistemas de qualidade para vinhos, destilados, vinhos aromatizados e produtos agrícolas e gêneros alimentícios. Essa aba da PAC representa uma importante vitrine para os produtos agrícolas da União, pois conforme destaca o Senhor Nuno Miguel Vicente, da Diretoria Geral de Agricultura da União Europeia, trata-se de uma forma de exposição direta e positiva de produtos com diferencial de origem.

Assim, de modo a promover produtos e agregar valor a eles, a UE estabeleceu uma política de qualidade que tem como objetivos principais (EUROPEAN COMMISSION; [2016a]):

- (i) Promover a produção agrícola diversificada;
- (ii) Proteger os nomes de mau uso e imitação; e,
- (iii) Ajudar os consumidores, dando-lhes informações relativas às características específicas dos produtos.

Ao perseguir esses objetivos, a PAC coloca à disposição o registro das IGs e das DOs, ferramentas que auxiliam no destaque das qualidades e tradição presentes em produtos registrados. Além disso, assegura aos consumidores que se tratam de produtos originais e não falsificações com o intuito de se aproveitar do nome e reputação do verdadeiro (EUROPEAN COMMISSION; [2016a]).

Também como resultado, os sistemas favorecem os produtores tanto individualmente quanto em grupo no que se refere à comercialização e à proteção legal contra à utilização indevida e imitações.

Para promover os regimes de qualidade, a UE protagoniza diversas campanhas como é o caso da *Sabores da Europa*⁶², que em abril deste ano realizou a *Semana do Restaurante Europeu* em Pequim, na China. Na ocasião uma comitiva composta por 45 representantes de empresas de alimentos e bebidas da UE mais o Comissário Europeu para a Agricultura e Desenvolvimento Rural promoveram alguns dos melhores produtos agrícolas da Europa, entre presuntos, queijos, carnes, grãos, frutas, legumes e vinhos (EUROPEAN UNION, 2016).

Além desse sistema de qualidade, a UE mantém diversos outros, que podem ser complementares ao desenvolvimento das IGs, auxiliando produtores e consumidores e favorecendo o alcance dos objetivos acima enumerados, entre os quais (EUROPEAN COMMISSION; [2016a]):

- (i) Agricultura orgânica;
- (ii) Segurança alimentar;
- (iii) Saúde e bem-estar animal;
- (iv) Fitossanidade; e,
- (v) Normas ambientais.

Com relação ao aporte de recursos financeiros ou humanos para a construção de dossiê e encaminhamento de pedido de registro de IGs, não há programa comunitário específico. Entre os países membros da

⁶² O sítio do projeto na internet está disponível em: <<http://tastesofeurope.eu/campaign/>>.

UE, o tratamento não é uniforme. O Reino Unido, por exemplo, oferece apoio aos produtores na redação das especificações do produto e encaminhamento do pedido, enquanto a Alemanha não mantém qualquer tipo de suporte aos interessados.

Além disso, a UE sustenta uma política mais ampla, na qual considera a proteção e a utilização da propriedade intelectual em geral como fatores cruciais para estimular a inovação e competir no mercado global, incluindo estratégia de proteção dos ativos intangíveis europeus em países terceiros (EUROPEAN COMMISSION, [2016c]).

A mesma política considera como temas estratégicos para o desenvolvimento e a promoção da propriedade intelectual europeia (i) a transferência de tecnologia; (ii) o acesso a medicamentos; e, (iii) as indicações geográficas (EUROPEAN COMMISSION, [2016c]).

2.3 CENÁRIO BRASILEIRO

As indicações geográficas são figuras relativamente novas no Brasil, especialmente enquanto destinatárias de proteção legal autônoma e específica, já que antes da Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996, a proteção se restringia à repressão às falsas indicações de procedência, inexistindo sistema de registro.

Na vigência do Código da Propriedade Industrial, Lei n. 5.772, de 21 de dezembro de 1971, as seguintes regras eram encontradas:

Art. 70. Para os efeitos dêste [sic] Código, considera-se lugar de procedência o nome de localidade, cidade, região ou país, que seja notòriamente [sic] conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinada mercadoria ou produção, ressalvado o disposto no artigo 71.

Art. 71. A utilização de nome geográfico que se houver tornado, comum para designar natureza, espécie ou gênero de produto ou mercadoria a que a marca se destina não será considerada indicação de lugar de procedência.

Art. 72. Excetuada a designação de lugar de procedência, o nome de lugar só poderá servir de elemento característico de registro de marca para distinguir mercadoria ou produto procedente de lugar diverso, quando empregado como nome de fantasia (BRASIL, 1971).

As disposições eram pouco efetivas, na medida em que havia apenas normas relativas ao combate às falsas indicações de procedência nos termos da CUP e do acordo de Madri.

No entanto, como membro da OMC e, portanto, signatário do acordo TRIPS, o Brasil, mesmo tendo à disposição um prazo maior para adaptar a legislação interna às diretrizes do acordo de 1994⁶³, logo promulgou nova lei colocando em prática a adesão ao acordo. A Lei da Propriedade Industrial, de maio de 1996⁶⁴ trouxe em seu bojo um sistema de proteção positiva, com o reconhecimento e registro de indicações geográficas.

2.3.1 Legislação vigente

Atualmente o conjunto normativo vigente no Brasil e que diz respeito às indicações geográficas é constituído pela Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996 e pela Instrução Normativa n. 25, de 18 de março de 2013, do Instituto Nacional de Propriedade Industrial, detalhadas a seguir.⁶⁵

2.3.1.1 Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996

A LPI foi concebida para regular direitos e obrigações concernentes à propriedade industrial tendo em consideração a relevância desses direitos para a sociedade e para o desenvolvimento econômico e tecnológico do país.

Tal justificativa, além do fundamento constitucional, tem apelo prático, uma vez que se tem verificado que a presença do quadro normativo para a propriedade intelectual e os consequentes investimentos que se tem feito na área são apontados como “[...]”

⁶³ Conforme disposições transitórias do artigo 65 do TRIPS.

⁶⁴ A título de informação, convém registrar a existência da decisão do conselho do mercado comum MERCOSUL/CMC/DEC n. 8 de 1995, conhecida como Protocolo de Harmonização de Normas sobre Propriedade Intelectual no Mercosul, em Matéria de Marcas, Indicações de Procedência e Denominações de Origem.

⁶⁵ A Instrução Normativa n. 55 de 18 de março de 2013, que trata do depósito dos pedidos de registro de desenho industrial e dos pedidos de registro de indicação geográfica e dos procedimentos relativos a numeração destes pedidos não é relevante para a problemática da pesquisa. Em caso de interesse, a norma pode ser acessada pelo sítio do INPI na internet, disponível em: <<http://www.inpi.gov.br/>>.

responsáveis por um significativo impacto econômico em alguns países, instrumentalizando o desenvolvimento nestes” (LOCATELLI, 2007b, p. 55).

A Lei da Propriedade Industrial, por questões lógicas, não compreende todos os direitos da propriedade intelectual. Direitos autorais e proteção *sui generis* são tratados à parte, encarregando-se a LPI dos seguintes temas regidos pela propriedade industrial (BRASIL, 1996):

- (i) Patentes;
- (ii) Desenhos industriais;
- (iii) Marcas;
- (iv) Indicações geográficas;
- (v) Segredo industrial; e,
- (vi) Repressão à concorrência desleal.

As indicações geográficas encontram-se em uma categoria do direito da propriedade intelectual denominada signos distintivos coletivos, na qual também figuram as marcas coletivas e as marcas de certificação.

A LPI não conceitua o termo *indicação geográfica*. Faz dele um gênero a partir do qual apresenta duas espécies: "Constitui indicação geográfica a indicação de procedência ou a denominação de origem" (BRASIL, 1996).

O primeiro deles, a indicação de procedência (ou IP), configura-se pelo:

[...] 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 (BRASIL, 1996, grifos nossos).

Já a denominação de origem (também referida como DO) constitui-se pelo:

[...] 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** (BRASIL, 1996, grifos nossos).

A partir das disposições contidas no TRIPS, que vinculam as IGs à existência de qualidade, reputação ou característica que seja

essencialmente atribuída à origem geográfica, o legislador brasileiro optou por definir duas espécies de IGs e, mais que isso, oferecer a proteção a quaisquer tipos de bens, sejam eles agroalimentares ou não, e também a serviços.

Seguindo os dispositivos da LPI, verifica-se que a proteção se estende à representação gráfica ou figurativa da IG, "[...] bem como à representação geográfica de país, cidade, região ou localidade de seu território cujo nome seja indicação geográfica (BRASIL, 1996).

Nesse quesito, cada IG é livre para criar a representação gráfica ou figurativa da forma que entender conveniente e não há, como no caso do sistema europeu DOP/IGP, um *selo* único que represente a existência do registro.⁶⁶

Dispõe, também, que não será considerado indicação geográfica um nome geográfico que tenha se tornado de uso comum para designar um produto ou serviço (BRASIL, 1996).

Por outro lado, o artigo 181 autoriza a utilização de nome geográfico como elemento caracterizador de uma marca desde que não se refira a uma IP ou DO e que não induza falsa procedência (BRASIL, 29916).

No artigo 182, o último dispositivo do título que cuida das indicações geográficas, a lei enaltece o caráter coletivo desse signo distintivo ao afirmar que o uso da IG "[...] é restrito aos produtores e prestadores de serviço estabelecidos no local, exigindo-se, ainda, em relação às denominações de origem, o atendimento de requisitos de qualidade" (BRASIL, 1996).

Esse dispositivo é de fundamental importância para o tema deste trabalho, pois mantém relação com o papel do documento chamado regulamento de uso e da organização denominada conselho regulador, assim como também da entidade representativa da coletividade.

O parágrafo único do mesmo artigo responsabiliza o Instituto Nacional da Propriedade Industrial pelo estabelecimento das normas para registro das indicações geográficas (BRASIL, 1996).

Por fim, os artigos 192 a 194 tipificam os crimes contra as indicações geográficas e demais indicações, cominando penas que variam de um mês a três meses ou multa (BRASIL, 1996).

⁶⁶ Há, no entanto, tratativas entre o SEBRAE e o INPI para o desenvolvimento de um *selo padrão* para utilização pelas IGs registradas de acordo com o sistema brasileiro.

2.3.1.2 Instrução Normativa n. 25, de 18 de março de 2013

Ainda que a LPI tenha sido promulgada em maio de 1996 e entrado em vigor no mesmo mês de 1997⁶⁷, apenas em agosto de 1998 foi publicada a primeira norma com regras claras a respeito dos procedimentos e exigência para registro de indicações geográficas: o Ato Normativo n. 143 de 31 de agosto de 1998.

Dois anos depois era oficializado o primeiro registro para uma indicação geográfica brasileira: *Vale dos Vinhedos*, indicação de procedência para vinhos tinto, branco e espumante produzidos na região delimitada e de acordo com as regras de produção estabelecidas.

A referida norma foi substituída no ano de 2000, quando entrou em vigor a Resolução n. 75 de 28 de novembro de 2000⁶⁸, cuja validade se manteve até 2013, quando então a Instrução Normativa PR n. 12, de 16 de março de 2013 foi promulgada e revogou a Resolução de 2000. Essa IN, no entanto, vigorou por apenas dois dias, pois continha alguns equívocos formais, e foi substituída pela Instrução Normativa n. 25, de 18 de março de 2013, norma ainda atualmente responsável pela orientação quanto ao registro das indicações geográficas no país.

A IN é bastante abrangente ao disciplinar as exigências para o registro, tratando dos seguintes aspectos:

- (i) Nomes geográficos não suscetíveis de registro;
- (ii) Requerentes do registro
- (iii) Pedido de registro em geral e de IGs estrangeiras;
- (iv) Questões formais relativas ao pedido e peticionamento superveniente;
- (v) Depósito;
- (vi) Numeração;
- (vii) Apresentação;
- (viii) Exame do pedido e registro;
- (ix) Recursos; e,

⁶⁷ Com exceção para os dispositivos que tratavam das chamadas patentes *pipelines*, que entraram em vigor no mesmo dia da publicação da lei.

⁶⁸ É preciso ressaltar, no entanto, que ainda em 1997 fora publicado o Ato Normativo 134, de 15 de abril de 1997, a respeito da instituição de formulários para apresentação de requerimento de registro de indicações geográficas.

(x) Disposições gerais.

O parágrafo primeiro do artigo 1º começa por estabelecer que o registro “[...] é de natureza declaratória e implica no reconhecimento das Indicações Geográficas” (BRASIL, 2013). Ou seja, o registro não provoca a criação de uma situação nova, mas confere certas facilidades para a defesa administrativa ou judicial dos produtos ou serviços assinalados com uma IG que porventura venham a sofrer, por exemplo, com atos de concorrência desleal.

Depois, as questões mais importantes para esta pesquisa estão ligadas aos dispositivos que tratam das exigências para o depósito pedido. Nessa linha, verifica-se:

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.

[...] (BRASIL, 2013, grifos nossos).

Adiante, ao especificar condições adicionais para o registro de indicações de procedência:

Art. 8º. Em se tratando de pedido de registro de Indicação de Procedência, além das condições estabelecidas no Art. 6º, o pedido deverá conter:

- a) documentos que comprovem ter o nome geográfico se tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação do produto ou de prestação de serviço;

b) **documento que comprove a existência de uma estrutura de controle sobre os produtores ou prestadores de serviços que tenham o direito ao uso exclusivo da Indicação de Procedência, bem como sobre o produto ou a prestação do serviço distinguido com a Indicação de Procedência;**

c) documento que comprove estar os produtores ou prestadores de serviços estabelecidos na área geográfica demarcada e exercendo, efetivamente, as atividades de produção ou prestação do serviço (BRASIL, 2013, grifos nossos).

Depois, ao tratar das particularidades para o registro das denominações de origem:

Art. 9º Em se tratando de pedido de registro de Denominação de Origem, além das condições estabelecidas no Art. 6º, o pedido deverá conter:

a) elementos que identifiquem a influência do meio geográfico, na qualidade ou características do produto ou serviço, que se devam exclusivamente ou essencialmente ao meio geográfico, incluindo fatores naturais e humanos.

b) descrição do processo ou método de obtenção do produto ou serviço, que devem ser locais, leis e constantes;

c) **documento que comprove a existência de uma estrutura de controle sobre os produtores ou prestadores de serviços que tenham o direito ao uso exclusivo da denominação de origem, bem como sobre o produto ou prestação do serviço distinguido com a Denominação de Origem;**

d) documento que comprove estar os produtores ou prestadores de serviços estabelecidos na área geográfica demarcada e exercendo, efetivamente, as atividades de produção ou de prestação do serviço (BRASIL, 2013, grifos nossos).

Uma vez que se tenha em mãos o dossiê com os documentos enumerados, é preciso seguir os demais passos descritos na IN e aguardar os desdobramentos do pedido de registro. Em se tratando de IG estrangeira que já esteja reconhecida no país de origem, basta apresentar o documento oficial que a reconheceu, desde que acompanhado de

tradução e contendo as informações requeridas nos artigos 6º ao 9º. No caso de alguma exigência não estar contemplada, deve ser apresentado documento complementar (BRASIL, 2013).

Os principais pontos de *dúvida* encontrados na norma, portanto dizem respeito à exigência do regulamento de uso e da estrutura de controle (normalmente designada conselho regulador), para ambas as modalidades de indicações geográficas conceituadas na lei brasileira.

Explica-se: as IPs estão baseadas em notoriedade (num claro desvio do termo reputação contido no TRIPS) enquanto as DOs se fundamentam em qualidade ou outra característica. Em ambos os casos se exige o vínculo com a origem geográfica e no segundo, que exista a dependência de fatores naturais e humanos na determinação da qualidade ou característica.

Logo, há dúvidas quanto à função do regulamento de uso e o papel do conselho regulador em ambas as modalidades de indicação geográfica e, especialmente na indicação de procedência.

Isso porque, desde que a IP está fundamentada em notoriedade mostra-se, sob certo ângulo paradoxal demandar a existência e o cumprimento de um regulamento de uso que tenha regras quanto a *determinadas qualidades ou características*, que, muitas vezes nem mesmo estão assentadas na história da correspondente produção.

Outro ponto que merece atenção diz respeito à hierarquia das normas. A exigência do regulamento de uso é feita em instrução normativa. Poderia essa espécie normativa administrativa demandar tal exigência?

A instrução normativa é um ato puramente administrativo, uma norma complementar expedida por autoridades administrativas para explicar a forma de cumprimento do que está delimitado na norma hierarquicamente superior (ACQUAVIVA, 1999). Dessa forma, não lhe compete transpor, inovar ou modificar o ordenamento jurídico, pois lhe é vedado colidir com as normas hierarquicamente superiores. A LPI conferiu ao INPI discricionariedade para estabelecer as condições de registro e a correspondente IN tratou de criar critérios para registro que destoam do disposto na lei.

Já no que diz respeito ao conselho regulador, estrutura responsável pela verificação do cumprimento das regras dispostas no regulamento de uso, e então especialmente relacionado às DOs, é instalado debate acerca dos tipos de controle e sua efetividade.

Assim, tendo como pressuposto que as IGs podem atuar como ferramentas de desenvolvimento e, que a gestão desse signo distintivo coletivo após o seu registro é ponto crítico para a sua sustentabilidade e

materialização desse potencial positivo de desenvolvimento, definir o papel do conselho regulador e do regulamento de uso nas indicações geográficas brasileiras é fundamental.

2.3.2 Políticas públicas

No Brasil, inexistente uma agenda centralizada do governo federal que sustente como alvo a promoção das indicações geográficas ou estimule a busca pelo registro desse signo distintivo coletivo. E diferentemente do que ocorre na União Europeia, a regulamentação das IGs também não se encontra dentro de um regime de qualidade.

Existem, no entanto, órgãos com atuação no tema. É o caso da Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo (SDC), do Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento (MAPA) a quem compete “[...] contribuir para a formulação da política agrícola no que se refere ao desenvolvimento do agronegócio” e “planejar, fomentar, coordenar, supervisionar e avaliar as atividades, programas e ações de: [...] e) indicação geográfica e denominação de origem dos produtos agropecuários; [...]” (BRASIL, 2006).

Essas diretrizes foram estabelecidas há dez anos, por meio da Portaria MAPA n. 85, de 10 de abril de 2006 que também instituiu, como órgão da referida secretaria, a Coordenação de Incentivo à Indicação Geográfica de Produtos Agropecuários (CIG/DEPTA), à qual atribuiu um conjunto de competências que, pela complexidade e abrangência em termos de delineamento de políticas públicas, justifica a transcrição completa.

Art. 28 [...]

I - promover mecanismos de interação com o Instituto Nacional de Propriedade Industrial - INPI, bem como com outros setores de interesse, quanto ao reconhecimento de Indicação Geográfica - IG de produtos agropecuários, especialmente para:

- a) desenvolvimento de estudos subsidiários e de instrumentos de parcerias, inclusive no que se refere aos aspectos de regulamentação;
- b) suporte técnico aos processos de concessão, manutenção, cancelamento ou anulação de certificado, em matérias específicas;
- c) reconhecimento internacional da IG de produtos agropecuários do País; e

d) programação e implementação de ações de desenvolvimento e fortalecimento dos procedimentos relativos à indicação geográfica;

II - implantar e manter banco de dados relativos aos estabelecimentos, associações, cooperativas e instituições que tratam de IG;

III - implementar e orientar, em articulação com as unidades organizacionais dos órgãos, unidades descentralizadas e entidades vinculadas do Ministério:

a) estudos de padrões para melhoria de qualidade dos produtos agropecuários para fins de reconhecimento como IG, bem como promover a excelência da região produtora;

b) acompanhamento dos produtos agropecuários com IG reconhecida, para a manutenção dos específicos padrões de qualidade e tipificação;

c) capacitação e treinamento de agentes multiplicadores e estímulo dos procedimentos relacionados à IG de produtos agropecuários junto aos produtores rurais e consumidores;

d) elaboração e produção de material técnico-informativo para disseminação de informações sobre produtos agropecuários protegidos com IG;

e) credenciamento e controle do funcionamento das entidades certificadoras de produtos agropecuários protegidos como IG; e

f) elaboração do zoneamento de produtos agropecuários protegidos como IG;

IV - identificar os parâmetros técnicos para as negociações bilaterais e regionais em matéria de IG de produtos agropecuários, em articulação com as unidades organizacionais da Secretaria de Relações Internacionais do Agronegócio, do MAPA, e também dos demais órgãos federais competentes; e

V - promover a organização e orientação de produtores para proteção de produtos de origem agropecuária como Indicação Geográfica (BRASIL, 2006).

A partir da vigência dessa portaria, o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento teve oficializada sua atividade em questões concernentes às IGs de produtos agropecuários e atividades correlatas. E desde então "[...] essa coordenação está apoiada em várias iniciativas

que oferecem capacitação e apoio financeiro para a organização dos produtores e realização de estudo para a elaboração do pedido de registro de IG (CERDAN et al., 2014, p. 54).

Mais recentemente, o Decreto n. 8.198, de 20 de fevereiro de 2014, regulamentou a Lei n. 7.678, de 8 de novembro de 1988, que dispõe sobre a produção, circulação e comercialização do vinho e derivados da uva e do vinho. No decreto, mais competências são alocadas ao MAPA:

Art. 55. O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento poderá reconhecer e certificar processos de produção e industrialização de vinhos e derivados do vinho e da uva, de acordo com as características e peculiaridades próprias do modelo desenvolvido, o que possibilitará o uso de sinal de conformidade e de indicação geográfica (BRASIL, 2014).

A partir do artigo 55 e seus parágrafos, estabeleceu-se a possibilidade de verificação do cumprimento do regulamento de uso por órgão público, o que por enquanto não ocorre no Brasil para nenhum tipo de produto, diferentemente do que ocorre na Europa, onde organismos públicos estão frequentemente envolvidos no processo de verificação de conformidade para uso da IG (BRASIL, 2014).

O Instituto Nacional da Propriedade Industrial, por sua vez, dada sua atribuição para o registro de indicações geográficas no Brasil tem, desde a promulgação da LPI, orientado associações e demais instituições a respeito desse processo de registro (CERDAN et al., 2014b).

Há, ainda, iniciativas de ordem pública que, embora não tenham por fim direto as indicações geográficas, são convergentes e em muito contribuem indiretamente para o fortalecimento da identidade regional e, portanto, para a disseminação das IGs. Entre elas menciona-se o Decreto n. 3.551, de 4 de agosto de 2000, que "[institui] o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial que constituem patrimônio cultural brasileiro, cria o Programa Nacional do Patrimônio Imaterial e dá outras providências" (BRASIL, 2000), que se materializa no livro de registros do patrimônio imaterial, gerenciado pelo Iphan.

Também são destaque as políticas e programas do Ministério do Meio Ambiente (MMA) relacionados à agroecologia⁶⁹, o movimento *Slow Food*⁷⁰, o apoio à comercialização dos produtos da agricultura familiar coordenado pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário⁷¹ (CERDAN, et al., 2014), que, pela Portaria n. 6, de 13 de janeiro de 2012, do MDA, instituiu o selo de identificação da participação da agricultura familiar (BRASIL, 2012).

Além disso:

Desde 2007, o programa de cooperação técnica Brasil-França para o fortalecimento da gestão integrada e participativa em mosaicos de áreas protegidas, desenvolve atividades sobre a valorização da identidade territorial e a valorização dos produtos, recursos, serviços, cultura e tradição. Esses diferentes programas consideram as IG como um elemento potencial para o desenvolvimento rural, a preservação da biodiversidade e do meio ambiente (CERDAN et al., 2014b, p. 55).

Para serviços ou produtos não agroalimentares, com exceção da do livro registros do patrimônio imaterial gerenciado pelo Iphan e apoios isolados a grupamento de produtores pelo Sebrae, inexistem iniciativas públicas coordenadas para a promoção das indicações geográficas ou matéria correlata até o momento.

No entanto, merece destaque a atuação de órgãos estaduais. No caso de Santa Catarina a Epagri tem participado e contribuído ativamente com todas os projetos para o reconhecimento de indicações geográficas no estado. Auxilia em todas as etapas, como, por exemplo, a preparação do estatuto da entidade representativa, construção das normas ou caracterização climática, esta última por meio do Centro de

⁶⁹ Informações sobre o Plano Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica (PLANAPO) podem ser encontradas em: <http://www.mda.gov.br/portalmda/sites/default/files/ceazinepdf/cartilha-It_PLANO_NACIONAL_DE_AGR-379811.pdf>.

⁷⁰ Detalhes sobre o *Slow Food* Brasil são apresentados no sítio do movimento na internet, disponível em: <<http://www.slowfoodbrasil.com/>>.

⁷¹ O MDA mantém um sítio na internet com informações relevantes sobre o programa da agricultura familiar, disponível em: <<http://www.mda.gov.br/sitemda/tags/agricultura-familiar>>.

Informações de Recursos Ambientais e de Hidrometeorologia de Santa Catarina (Ciram), um dos órgãos especializados da Epagri e referência nacional quando se trata de pesquisa e disseminação de informações ambientais.

A partir do panorama normativo delineado neste capítulo, somado à base teórica condensada no capítulo anterior, dispõe-se das ferramentas necessárias para, no próximo capítulo explorar casos selecionados.

3 CASOS SELECIONADOS

As IGs são vistas ao redor do mundo como ferramentas jurídicas capazes de auxiliar no desenvolvimento regional do espaço onde estão localizadas. Além disso, é notória a experiência europeia avançada no tema, motivo pelo qual no capítulo anterior foram descritas também as regras comunitárias relacionadas ao conceito e exigências para registro e controle das IGs.

Logo, ainda que obviamente existam diferenças nessas questões entre o sistema brasileiro e europeu, mas considerando que não se pretendeu realizar um estudo legislativo comparado e que, objetivamente se respeitam as diretrizes básicas dispostas no acordo TRIPS em ambos os casos, fica claro que podem ser avaliados exemplos europeus nos quais a IG cumpre esse papel desenvolvimentista. E nesses casos perpassar pela análise da estrutura do conselho regulador e funcionamento das estruturas de gestão e controle que, como se estabeleceu são pressupostos para a gestão e o alcance do desenvolvimento.

Para isso foram selecionados dois casos já discutidos na literatura, sendo uma DOP e uma IGP, cujos resultados estão baseados em pesquisa de campo e que demonstram a contribuição da indicação geográfica para o desenvolvimento regional, com especial atenção nas atividades desenvolvidas pelos órgãos e controle e gestão e pelo regulamento de uso em cada uma delas, que se mostraram eficazes e eficientes.

3.1 DENOMINAÇÃO DE ORIGEM PROTEGIDA *COMTÉ*

Comté é uma indicação geográfica na modalidade denominação de origem protegida para o correspondente queijo francês e foi selecionada em virtude dos dados disponíveis acerca de sua organização e gestão, bem como das relações com a comunidade e com o desenvolvimento da região de produção.

3.1.1 Visão geral e organização

O estudo de caso do queijo *Comté* oferece uma análise de como uma DOP⁷² pode conduzir ao reconhecimento público de um produto e

⁷² Conhecida na França como *Appellation d'Origine Contrôlée* (AOC).

gerar benefícios de ordem econômica, social e ambiental na área de interação, ou seja, desenvolvimento. Ainda, expõe como fatores chave para o sucesso da IG a necessidade de uma forte coordenação e comunicação entre as redes de produtores em todos os pontos da cadeia de produção e distribuição (GERZ; DUPONT, 2006).

O queijo *Comté* se caracteriza por ser um queijo semiduro feito a partir de leite de vaca e maturado por no mínimo 120 dias. Da mesma forma que ocorre em outros produtos DOP, a qualidade e a reputação do queijo *Comté* estão fortemente atadas à influência de determinadas condições agroecológicas encontradas em uma área específica e no saber-fazer local, incluídos métodos tradicionais de criação do gado leiteiro, fabricação do queijo e maturação (GERZ; DUPONT, 2006).

O *Comté* foi o primeiro queijo a ser reconhecido como DOP na França, em 1958, onde é também patrimônio cultural nacional. Já no âmbito da UE o registro data de 1996. Além do logo comunitário, o *Comté* tem seu logo próprio. Representado graficamente por um sino e a palavra *Comté* na cor verde, conforme figura 2, o logo está registrado como marca em diversos países além da França, o que permite uma ação rápida em caso de tentativas de uso indevido (GERZ; DUPONT, 2006).

Figura 2 – Logo representativo da denominação de origem protegida *Comté* junto do logo institucional da União Europeia para DOPs



Fonte: Fruitière des Coteaux de Seille ([s.d.]).

O histórico da produção, no entanto, é muito mais antigo do que o registro e remonta ao século XII, época na qual os agricultores se viam forçados a transformar o leite em grandes queijos redondos, então conhecidos como *vachelini*. Queijos esses que podiam ser preservados por longo tempo e alimentar toda a família durante o inverno rigoroso. Além disso, sua longa duração e apuração do sabor durante a maturação

conferiram ao queijo a possibilidade de ser comercializado fora da região produtora (GERZ; DUPONT, 2006).

A necessidade de uma grande quantidade de leite para produção desse queijo conduziu à cooperação, pois os agricultores reuniam a produção diária na queijaria local (conhecida em francês como *fruitière*). Essa forma de organização do trabalho centenária é marcante na região do *Jura*, sendo uma das características mais antigas e tradicionais do lugar (GERZ; DUPONT, 2006).

Atualmente, a sua produção é a mais expressiva entre os queijos DOP e mostra um crescimento contínuo nos últimos 20 anos, como se vê no gráfico 1. Além disso, a prática ressalta interação da cadeia com a política agrícola comum da União Europeia, já que o setor de laticínios é um dos principais focos da organização do mercado comum dentro da UE. Logo, a etiqueta DOP afixada no *Comté* torna possível avaliar as interações entre políticas agrícola e de qualidade no setor de laticínios (COLINET et al., 2006).

Gráfico 1 – Aumento da produção de *Comté* no período de 1996 a 2015

Fonte: Comté (2015).

Geograficamente a área de produção desse queijo está delimitada na região de *Franche-Comté* no leste francês, próxima da fronteira com a Suíça, cuja delimitação política é dada pelos departamentos de Doubs, Jura, Haute-Saône e território de Belfort. Na prática consiste na área de Montanhas *Jura* (COLINET et al., 2006; GERZ; DUPONT, 2006; GROHMAN, 2015), conforme ilustra a figura 3.

Figura 3 – Localização da área de produção do queijo *Comté* DOP



Fonte: Gerz e Dupont (2006, p. 76).

A área de produção foi oficialmente delimitada pela primeira vez pela associação de produtores em 1958, com o objetivo de pleitear o reconhecimento como DOP, o que se deu principalmente como uma arma para combater a fraude. Havia⁷³ diversos queijos de qualidade inferior sendo produzidos fora daquela área que utilizavam o nome *Comté* e em relação aos quais os produtores queriam se diferenciar (COLINET et al., 2006).

Em 1963, depois de reconhecida a DOP, a associação de produtores se transformou no *Comité Interprofessionnelle de Gruyère de Comté* (CIGC) (Bowen, 2010b), que passou a representar toda a cadeia produtiva do queijo *Comté*. Uma cadeia complexa e que envolve atores

⁷³ Mesmo com o registro ainda se encontram várias utilizações indevidas/parasitárias do nome *Comté*. Exemplos podem ser conhecidos no endereço a seguir, que contém um dossiê publicado no ano de 2012 pelo CIGC: <<http://www.comte.com/decouvrir/textes-et-reglementations/dossier-le-danger-des-fromages-dimitation-decembre-2012.html>>.

dependentes uns dos outros para a obtenção do produto final de qualidade.

Além dos produtores de leite, dos queijeiros e dos maturadores, há diversas outras pessoas envolvidas na dinâmica do *Comté*: fornecedores de insumos, distribuidores, agentes do turismo, entre outros (FUMEY; BÉRION, 2010). Essa interligação, na maior parte dos casos permite à comunidade colocar à disposição uma cesta de bens e serviços territorializados, já descrita no segundo capítulo.

Ou seja, o CIGC é, ao mesmo tempo, tanto representante dos atores da cadeia produtiva do *Comté* como dos intermediários, parceiros econômicos, políticos, administrativos e acadêmicos, que só na cadeia produtiva representam aproximadamente 3.200 produtores de leite em pequena escala, quase 200 queijarias (organizadas em cooperativas) e 15 caves de maturação. Uma rede profissional que representa uma parceria de produtores, cooperativas e empresas privadas, que estão ligados por história, cultura e interdependência econômica (GERZ; DUPONT, 2006).

Quando comparado às estruturas presentes nas IGs brasileiras, o CIGC exerce tanto funções da associação quanto do conselho regulador, através de distintas estruturas internas. Ele tanto defende os interesses dos produtores envolvidos, como organiza eventos culturais e realiza pesquisas. Incluem-se, ainda, atividades de marketing, gestão, proteção, regulação e fiscalização de conformidade do produto, comunicações, publicidade e gestão interna dos membros da cadeia produtiva. Em relação ao orçamento para custear tais ações, 95% do total tem origem nas receitas próprias, enquanto 5% vem de subvenções públicas (GERZ; DUPONT, 2006; VANDECANDELAERE et al., 2010).

Além do CIGC, outras organizações atuam na melhoria da comunicação e na manutenção das relações comerciais ao longo da cadeia produtiva do *Comté*. É o caso da Comissão Técnica do *Comté*, órgão concebido e financiado pelos usuários, pelo CIGC e pelo governo francês. É o braço técnico e científico da rede de atores da cadeia e responsável pela orientação e acompanhamento técnico, bem como controle de qualidade (COMTÉ, [s.d.]).

3.1.2 Regulamento de uso, controle e gestão

Toda a cadeia produtiva do queijo, desde a produção de leite até a embalagem do produto deve seguir as especificações contidas no

regulamento de uso da denominação de origem protegida *Comté*⁷⁴. O documento vigente data de 6 de março de 2015 e substituiu a versão anterior, que era de 2007, trazendo disposições relativas ao(à) (COMITÉ INTERPROFESSIONNELLE DE GRUYÈRE DE COMTÉ, 2015):

- (i) Nome e descrição do produto;
- (ii) Delimitação da área geográfica;
- (iii) Elementos que comprovam que o produto é originário da área geográfica;
- (iv) Descrição do método de obtenção, incluindo produção e transporte do leite, transformação em queijo, maturação, corte, acondicionamento e inovações tecnológicas;
- (v) Informações sobre a estrutura de controle;
- (vi) Regras específicas de embalagem; e,
- (vii) Exigências nacionais quanto ao controle.

Em referência às regras de produção do queijo *Comté*, de modo geral são encontrados cinco requisitos básicos que os produtores de leite devem atender. Dois deles não se mostram restritivos, enquanto os outros três apresentam certo grau de restrição. Os dois pontos não restritivos dizem respeito às raças de gado utilizadas para a produção do leite e a taxa de lotação por hectare. Já os três pontos que podem restringir às atividades, por implicarem regras mais específicas apontam a proibição de silagem, a limitação no uso de concentrados e a exigência da realização de duas ordenhas ao dia (COLINET et al., 2006). O quadro 4 a seguir apresenta essas regras com as correspondentes ligações.

Quadro 4 – Síntese dos principais elementos da especificação do queijo *Comté* para os produtores de leite

(continua)

	Introduz uma limitação significativa	Melhora as características sensoriais do queijo	Gera limitação do nível de produção	Papel no uso da terra e ocupação do território
Raças obrigatórias de vaca	Não	Sim (poderia ser eventualmente obtida em outras raças)	Não	Não

⁷⁴ Em francês *Cahier des charges de l'appellation d'origine "Comté"*.

Quadro 4 – Síntese dos principais elementos da especificação do queijo *Comté* para os produtores de leite

	(conclusão)			
Limite de taxa de lotação por hectare	Não	Não determinado	Não, desde que não seja restringido	Não, desde que não seja restringido
Proibição de silagem	Potencialmente para a silagem de capim	Sim, se houver problema com a qualidade da silagem, caso contrário não		Sim (extensificação)
Limitação de concentrados	Sim, para algumas propriedades	Sim		Sim (extensificação)
Exigência de realização de duas ordenhas por dia	Sim, para algumas propriedades	Não determinado	Não (ao contrário, uma única ordenha diminuiria a produção)	Sim (empregabilidade)

Fonte: Adaptado de Colinet et al. (2006, p. 35).

O queijo *Comté* é produzido especialmente em queijarias cooperativas, estruturas que têm sido responsáveis por cerca de 85% de toda a produção do queijo fresco que é então vendido para os maturadores (COLINET et al., 2006). Da mesma forma que os produtores de leite, esses queijeiros também estão sujeitos a regras específicas para produção do queijo com DOP.

A primeira delas diz respeito à aquisição do leite, cuja limitação se dá num raio de 25km. Um limite que foi instituído não em função de questões logísticas, mas com o intuito de manter as diversas pequenas estruturas de coleta. Depois, podem ser mencionadas regras relacionadas à técnica de fabricação do queijo propriamente dita. Entre elas a

obrigatoriedade de se respeitar as temperaturas e duração de cada estágio de processamento (COMITÉ INTERPROFESSIONNELLE DE GRUYÈRE DE COMTÉ, 2015).

Para que essas e as demais regras sejam seguidas na prática, o CIGC tem à disposição um plano de controle que vem detalhado no próprio regulamento de uso, conforme especificado no quadro 5.

Quadro 5 – Estrutura do controle da DOP *Comté*

(continua)

Item de controle	Descrição	Método de controle
Produção de leite		
Localização da propriedade	O celeiro das vacas leiteiras está localizado na área geográfica delimitada.	Documental
Raça das vacas leiteiras	As vacas leiteiras são ou das raças <i>Montbéliarde</i> ou <i>Simmental</i> ou resultantes do cruzamento das duas.	Visual e/ou documental
Área de pastagem	Mínimo de 1ha por vaca leiteira.	Documental
Culturas geneticamente modificadas	Ausência de culturas transgênicas na propriedade.	Documental
Origem da forragem dada às vacas leiteiras	Área geográfica da DOP.	Documental
Natureza da forragem na propriedade	É proibida em toda a extensão da propriedade a utilização de silagem suja ou umidificada antes da distribuição, que contenha preservantes além de sal ou palha com amônia, que possam influenciar o gosto ou o cheiro do leite.	Visual e/ou documental
Proximidade com o gado de corte (com relação à silagem)	Silagem autorizada apenas para a alimentação de gado de corte. Deve ser declarada com antecedência a uma distância maior que 200m, sem que haja ligação com a área de movimentação do rebanho leiteiro.	Visual e/ou documental
Sistema de Ordenha	Ordenha não automatizada	Visual
Primeiro estágio de processamento		
Localização da unidade processadora	Área geográfica da DOP.	Documental
Tempo de coleta após ordenha	Imediatamente depois de cada ordenha ou uma vez por dia.	Documental

Quadro 5 – Estrutura do controle da DOP *Comté*

(continuação)

Equipamentos de ordenha e avaliação do leite	Separação entre o leite que cumpre os requisitos da DOP daquele que não os cumpre.	Documental
Distâncias-limite para a coleta do leite	As unidades produtoras de leite, queijarias e processadoras devem estar localizadas em uma distância de máxima de 25km entre si (exceções podem ser aplicadas).	Documental
Mistura do leite	É obrigatória a mistura de leite de diferentes propriedades para o preparo do queijo.	Documental
Equipamento da queijaria	Nenhum meio de pasteurização de leite ou termização ou outro meio para remover a flora natural do leite é permitido.	Visual
Material dos tanques de aquecimento	Cubas de cobre.	Visual
Ingredientes autorizados na etapa de preparo	Coalho preparado com revestimento do estômago de bezerras, culturas específicas, sal e etiqueta de caseína verde.	Visual e/ou documental
Aquecimento da coalhada	Temperatura de aquecimento mantida, por pelo menos 30 minutos a mais de 53°C.	Documental e/ou leitura direta
Condições de prensagem	Pressão mínima de 100g/cm ² , durante pelo menos seis horas, com temperatura de prensagem local > 12°C.	Documental e/ou visual
Salga e primeiros cuidados	Cuidados especiais na primeiras 24, 36 e 48 horas com salgas aplicadas no exterior do queijo.	Documental e/ou visual
Identificação	Rótulo caseína em cada queijo com a identificação da queijaria, mês e dia de fabricação.	Visual
Estágio de pré-maturação		
Equipamentos para	Placas de abeto.	Visual e/ou documental

Quadro 5 – Estrutura do controle da DOP *Comté*

(continuação)

caves de pré-maturação		
Temperatura de maturação	Entre 10°C e 15°C.	Visual e/ou documental
Maturação		
Localização da unidade de maturação	Área geográfica da DOP.	Documental
Equipamentos para caves de maturação	Placas de abeto.	Visual e/ou documental
Duração da maturação	No mínimo 120 dias.	Documental e/ou visual na produção e/ou por meio de medição dos queijos
Temperatura de maturação	<= 19°C.	Visual e/ou documental
Marcação das rodas de queijo	Marcação nas laterais dos queijos direcionados para venda em fatias: logotipo do sino em verde ou marrom.	Documental e/ou visual nos queijos
Pré-embalagem		
Localização da unidade de embalagem	Área geográfica da DOP.	Documental
Presença de crosta	Obrigatória em porções a partir de 40g. Presença parcial tolerada.	Visual
Logo na embalagem	Presença obrigatória do logo do sino verde na frente da embalagem (verde Pantone 349 C).	Visual
Fresagem		
Localização geográfica da unidade de fresagem	Área geográfica da DOP.	Documental

Quadro 5 – Estrutura do controle da DOP *Comté*

(conclusão)

Logo na embalagem	Presença obrigatória do logo do sino verde na frente da embalagem (verde Pantone 349 C).	Visual
Produto final		
Qualidade do produto final	Conforme as características de regulação da composição e qualidade do produto.	Análise organoléptica.

Fonte: Adaptado de Comité Interprofessionnelle de Gruyère de Comté (2015, p. 17-20).

A equipe do *Institut national de l'origine et de la qualité* (INAO)⁷⁵ de Poligny⁷⁶, município que é a capital da área delimitada pela DOP e sede do CIGC, é a responsável pela supervisão do cumprimento dos requisitos estabelecidos no regulamento de uso (COLINET et al., 2006).

As atividades do INAO são custeadas por meio de um orçamento partilhado entre o poder público (75%) e as próprias indicações geográficas (25%). Em 2006, o CIGC contribuía com o INAO na base de 3,00 € por tonelada de *Comté* produzido, enquanto os outros 9,00 € eram suportados pelo poder público. Desse montante, inexistem dados relativos à parte direcionada ao controle de conformidade (COLINET et al., 2006).

Quanto ao funcionamento prático do controle, a fiscalização de uma propriedade produtora de leite, uma unidade de processamento ou de uma unidade de maturação pode ocorrer tanto de forma aleatória, ou em virtude da observação local de práticas suspeitas, ou mesmo como resposta a uma denúncia (COLINET et al., 2006).

Em qualquer caso, a fiscalização pode assumir duas formas distintas: documental ou visita *in loco*. No primeiro caso é realizada a análise de dados e declarações fornecidos pelos atores fiscalizados. É o que corre, por exemplo, com os queijeiros, que declaram sistematicamente informações sobre os seus fornecedores de leite.

⁷⁵ INAO é o órgão nacional responsável pelas denominações de origem protegidas francesas.

⁷⁶ Além do queijo *Comté*, a equipe, que conta com um diretor e dois técnicos é responsável pela supervisão do cumprimento de regras de outras DOP locais, com um técnico para o queijo (*Mont d'Or, Morbier, Bleu du Haut Jura*) e um técnico para os vinhos de *Jura* (COLINET et al., 2006).

Nesse caso é possível verificar se a coleta de leite está sendo realizada no raio de 25km, conforme determinado pela norma, entre outras questões (COLINET et al., 2006).

Além disso, o Ministério das Finanças francês atua por meio da divisão antifraude desde a produção do leite até o produto final, a fim de verificar a observância das especificações do regulamento de uso (GERZ; DUPONT, 2006).

O CIGC também realiza inspeções da qualidade do queijo, com base na prerrogativa garantida em lei, no momento em que são abastecidos caminhões para transporte do produto. Já a Comissão Técnica do *Comté* e empresas processadoras conduzem periodicamente análises microbiológicas, físico-químicas e testes do sabor (COMTÉ, [s.d.]).

O CIGC representa diferentes atores ao longo da cadeia produtiva e seus organismos gestores são compostos pelo plenário e pelo conselho. O plenário é constituído por 16 representantes de quatro diferentes colégios, cada um com direito a quatro representantes, sendo (COMITÉ INTERPROFESSIONNELLE DE GRUYÈRE DE COMTÉ, 2014):

- (i) Quatro produtores de leite;
- (ii) Quatro queijeiros;
- (iii) Quatro maturadores; e,
- (iv) Quatro comerciantes.

O conselho compreende uma série de comissões encarregadas das diversas atividades desenvolvidas pela CIGC, como publicidade, informação ou aspectos técnicos. Nessa lógica, a assembleia plenária decide as principais orientações do CIGC e as comissões as implementam (COMITÉ INTERPROFESSIONNELLE DE GRUYÈRE DE COMTÉ, 2014).

Nesse contexto, o CIGC tem duas missões principais, a saber (COMTÉ, [s.d.]):

(i) Permitir que produtores da área delimitada possam conduzir uma atividade econômica sustentável, benéfica para a ocupação do solo e proteção da paisagem; e,

(ii) Assegurar o cumprimento das regras para garantir que as expectativas dos consumidores sejam atendidas em termos de salvaguarda do meio ambiente, manutenção de processos artesanais não industrializados e de produtos naturais autênticos.

A principal atividade do CIGC é claramente a gestão da produção por meio da venda de direitos de produção propriamente ditos, o que ocorre na forma de placas verdes feitas de caseína⁷⁷. Esses direitos são atribuídos aos produtores do queijo frescal em uma base histórica que, em 2006 era de 4,00 € cada, correspondendo a 0,1€ por quilo de queijo, cerca de 2% do preço final do frescal. Quando os produtores desejam exceder o tamanho da produção de referência, podem adquirir placas adicionais, que em 2006 custavam 20 vezes o valor da base de referência, isto é, 80,00 € por placa, ou 2,00 € por quilo, representando cerca de 40% do valor de venda do frescal. As receitas obtidas da venda de direitos de produção são destinadas, principalmente, para publicidade (COLINET et al., 2006).

Na prática, essas placas são incorporadas ao queijo durante a fabricação e permitem que cada queijo possa ser identificado e controlado. O preço pago por elas representa a contribuição das queijarias para o CIGC (COMTÉ, [s.d.]).

Comunicação, publicidade, promoção, tudo que envolve expor e manter o *Comté* em evidência é muito importante para o CIGC e faz parte do seu papel de gestor. Campanhas publicitárias ou organização de eventos para os atores da cadeia ou consumidores são exemplos disso e o orçamento do CIGC para essa rubrica é considerado o investimento mais importante da organização. Enquanto isso, os produtores individualmente investem apenas 1% do orçamento em publicidade (COLINET et al., 2006).

A questão da publicidade, aliás, é beneficiada também por uma forte parceria com entidades públicas e privadas, agindo através dos mais diversos canais, como placas turísticas na região produtora, por exemplo. Ademais, a própria UE financia campanhas multinacionais de promoção de produtos abrangidos pela política de qualidade, como é o caso do *Comté* e outros queijos DOP (GERZ; DUPONT, 2006).

Na mesma linha e com o intuito de preservar a identidade regional são realizadas campanhas de comunicação e publicidade relacionadas às práticas de produção e processamento locais e específicas do produto. Também se incluem entre as ações do CIGC: pesquisas de consumo ou estudos sobre a reputação do *Comté*; campanhas nacionais de comunicações social, visitas a produtores de

⁷⁷ A caseína é uma proteína do tipo fosfoproteína encontrada no leite fresco. Essas proteína se encontra com frequência no leite de mamíferos em geral, sendo cerca de 80% da proteína encontrada no leite de vaca e entre 20% e 45% das proteínas presentes no leite humano.

leite, queijarias e caves de maturação; degustação em feiras e eventos, lojas e escolas; concursos de receitas; e, desde 2004 uma feira local chamada de *Comtéales*. Para ações efetivas os mais diversos suportes são utilizados, como a *Comté newsletter*, cartões postais, calendários e atualização constante do sítio na internet (GERZ; DUPONT, 2006).

3.1.3 Impactos no desenvolvimento

É fato que as indicações geográficas podem trazer efeitos positivos, negativos ou mesmo neutros para as áreas onde a produção se localiza, nos mais diversos setores, como economia, tradição e cultura, emprego e meio ambiente. Os efeitos particulares dependem da especificidade de cada situação.

No caso do *Comté* a literatura frequentemente o compara ao seu semelhante e não protegido por uma IG, o queijo *Emmental*. Ambos compartilham a mesma origem geográfica e são bastante similares no que diz respeito ao produto final. *Comté*, no entanto, optou por uma estratégia de desenvolvimento local e proteção do patrimônio cultural baseada na DOP. Enquanto isso, o *Emmental* segue uma linha de produção industrial, sem proteção do nome e sem vínculo geográfico, sendo produzido em diversas regiões na França e fora dela, onde o preço do leite é mais atrativo (COLINET et al., 2006; DUPONT, 2004; GROHMAN, 2015)

No nível microeconômico, a estratégia baseada na DOP oferece valor agregado aos atores da cadeia de produção. Produtores de leite obtém cerca de 15% a mais pelo litro de leite destinado ao *Comté* e o setor leiteiro da região delimitada apresenta aumento de rentabilidade constante, sendo em média 30% mais rentável que as produções semelhantes na região de *Franche-Comté*, mas fora da delimitação da DOP. Por fim, a presença da DOP minora os riscos econômicos externos (DUPONT, 2004).

Logo, os produtores do *Comté* estão aptos a definir preços mais elevados para o produto e que serão pagos pelos consumidores a fim de evitar informações assimétricas, bem como o risco de comprar produtos com qualidade não garantida (RÉVIRON; CHAPPUIS, 2011).

Com relação ao marketing do produto, *Comté* tem sido capaz de resistir à pressão do mercado pela diminuição de preços. Mais uma vez se comparado ao similar *Emmental*, no ano de 2004, por exemplo, o preço de venda no varejo do primeiro aumentou 2,5% em relação ao ano anterior, enquanto o segundo aumentou apenas 0,5%. Já no atacado o primeiro registrou um aumento de 1,5%, quando o segundo se manteve

inalterado. No caso do *Comté* o aumento reverte para toda a cadeia de produção e abastecimento, enquanto o *Emmental* beneficia apenas os varejistas (FRANCE, 2004).

Já no quesito meso-econômico o *Comté* exerce um papel importante na atração de turistas para a região, contribuindo para o desenvolvimento da rede hoteleira e de alimentação (FRANCE, 2004), além de parte das propriedades rurais estarem envolvidas em atividades turísticas. A rota do *Comté* conduz o turista por belas paisagens e pontos de referência ligados ao queijo. É um relevante projeto para a identidade cultural da região, seus produtos e seu modo de vida, sendo gerenciado de forma cooperativa entre o CIGC e os conselhos de turismo de *Jura* e *Franche-Comté* (GERZ; DUPONT, 2006).

As estratégias adotadas pelo *Comté* (DOP) e pelo *Emmental* (produção industrial) suscitam também diferentes efeitos na geração e manutenção de empregos. O primeiro origina cinco vezes mais empregos por litro de leite ao longo de toda a cadeia produtiva que o segundo (GIOVANNUCCI et al., 2009).

A migração da área da DOP também é apenas a metade da registrada na mesma região, mas fora da delimitação da DOP. A presença da indicação geográfica e sua dinâmica permitem que sejam gerenciados negócios rentáveis em uma menor área de terra, viabilizando a exploração de pequenas propriedades (DUPONT, 2004).

Com relação ao meio ambiente, as regras de produção do *Comté* limitam a intensificação da agricultura, o que resulta no uso mais restrito de insumos e um ambiente mais protegido. Isso porque práticas de cultivo extensivo significam uma pastagem fertilizada com moderação, contribuindo para a preservação da diversidade florística. Nesse contexto, o *Comté* colabora com a manutenção das paisagens de pastagens e da floresta típica da região (GERZ; DUPONT, 2006).

O caderno de especificações, ou regulamento de uso, da DOP *Comté* exige a preservação e depende do saber-fazer tradicional que garantem ao queijo sua qualidade específica, características e singularidade. Ao mesmo tempo as regras de produção foram atualizadas no que diz respeito a questões que não afetam o valor ou as características específicas do produto, como é o caso da viragem do queijo, que não precisa ser manual (GERZ; DUPONT, 2006).

Diante disso, pode-se dizer que esse é um caso no qual as regras de produção estabelecidas no regulamento de uso tem gerado efeitos positivos ao longo de toda a cadeia de produção e abastecimento e para o desenvolvimento da região. Mais que isso, o caso demonstra a importância de uma gestão coletiva, comprometida e em harmonia com

a realidade.

Além disso, a interdependência entre os atores da cadeia para a produção de um produto de qualidade se converte em geração de benefícios econômicos e não econômicos para a região. Nesse sentido, o CIGC une essas pessoas em uma relação de confiança e respeito mútuos tanto profissional quanto, muitas vezes, pessoalmente.

Esse sistema de produção, gestão e relacionamento resulta em uma forma singular de coletividade que, no caso do *Comté* externa a confiança existente entre os envolvidos e que pode ser considerada tão importante quanto o seu valor de mercado. Explicitamente tal relação é desenhada por contratos de produção e, implicitamente reconhecida nas interações diárias (TORRE, 2001).

O sucesso dessa indicação geográfica está, portanto, diretamente vinculado à pertinência das regras de produção e à atuação dos organismos de gestão e controle existentes e à existência de forte relação de cooperação entre os atores da cadeia.

3.1.4 Desafios

A gestão profissional da cadeia de produção e abastecimento do *Comté* resultou em forte promoção coletiva, fiscalização de volumes de produção e manutenção da atividade econômica em uma região desfavorecida. No entanto, há pontos fracos. O *Comté* ocupa uma posição apenas mediana em relação à competição no mercado. Primeiro porque os queijos duros são menos atrativos que os macios e segundo, porque o volume consideravelmente grande de produção significa uma dependência de varejistas, grupo que, em função do crescente poder de mercado que detém, pode gerar gargalos na cadeia de abastecimento (BARJOLLE; CHAPPUIS; DUFOR, 2000).

Apesar das ameaças latentes e da presença cada vez mais forte de grandes empresas na cadeia de abastecimento, o sistema produtivo do *Comté* permanece eficazmente organizado em torno de tarefas histórica e tradicionalmente singularizadas: produção do leite, fabricação do queijo frescal e maturação. Ou seja, o sistema de produção coletiva, no qual a atividade de fabricação de queijos em si é fragmentada e descentralizada em diversas pequenas propriedades e a atividade de maturação é mais concentrada geograficamente, ainda que diferente da forma de organização dos grandes negócios, é aceito por este último grupo (JEANNEAUX; PERRIER-CORNET; ALBERT, 1999)

No entanto, para manter e reforçar a posição do produto no mercado, garantindo que o valor agregado retorne para a cadeia, os

atores devem ser capazes de harmonizar eventuais novas regras de produção e demanda de mercado. Significa que, ainda que o *Comté* seja, por enquanto, capaz de resistir à pressão de varejistas e companhias leiteiras, recomenda-se vigilância assim como acompanhamento das tendências de mercado e de regulamentação. E as estratégias de marketing devem seguir tais mudanças de cenário (GERZ; DUPONT, 2006).

3.2 INDICAÇÃO GEOGRÁFICA PROTEGIDA *TOSCANO*

Toscana é uma indicação geográfica protegida para azeite de oliva extra virgem italiano. A seleção do caso se justifica em virtude da existência de estudos anteriores que fornecem uma visão abrangente dos pontos que se deseja descrever e também por ser modalidade de IG diferente da anterior, compondo um quadro de análise que compreende um caso de cada uma das espécies de indicação geográfica europeias.

3.2.1 Visão geral e organização

O azeite de oliva extra virgem *Toscana* é um produto com reputação histórica tanto em solo italiano quanto internacionalmente. Assim como no caso da DOP *Comté*, o enfrentamento de situações problemáticas envolvendo falsificações e imitações ou usurpação da reputação foi a principal razão que levou os produtores a buscarem o registro do produto como IGP, o que se concretizou no nível comunitário no ano de 1998 (BELLETTI et al., 2007b; LONDON ECONOMICS, 2008).

A produção do *Toscana* compreende um sistema complexo dada a sua grandeza em termos de número de pessoas envolvidas na cadeia. Dela fazem parte diversos atores profissionais e também não profissionais, como olivicultores, lagares⁷⁸ de azeite, catadores de azeitona, comerciantes, pequenos e grandes misturadores e engarrafadores. É uma cadeia bastante fragmentada. Na safra de 2002/2003, por exemplo, foram certificadas⁷⁹ 2.500 toneladas de azeite,

⁷⁸ Lagar é o local onde se pisam os frutos para separar sua parte líquida da parte sólida, como no caso das azeitonas para se extrair o azeite.

⁷⁹ Na prática europeia o termo *certificação* é amplamente utilizado para informar que os produtos registrados como DOP ou IGP estão em conformidade com as regras do regulamento de uso. É claro que o processo de verificação é

que foram produzidas por 9.900 olivicultores, 244 moinhos de azeite e 258 engarrafadores (BELLETTI et al., 2007b). Esse grande número de olivicultores espalhados por toda a região da Toscana indica a delicadeza e atenção com a qual a produção e o uso da indicação geográfica devem ser geridos.

No que diz respeito ao escoamento dessa produção, ela segue por canais diversificados, desde a venda direta pelos olivicultores até a venda para cadeias de supermercado. No entanto, do total da produção no ano de 2007 apenas 4% era objeto de venda direta ao consumidor final, enquanto mais de 60% era vendida a grandes varejistas. Do restante, a produção se divide entre intermediários e atacadistas. Já no que se refere às exportações, a IGP se vale, especialmente, da venda direta para redes varejistas estrangeiras ou por meio de intermediários, como para empresas exportadoras italianas e importadoras estrangeiras. A venda direta para consumidores estrangeiros, mesmo timidamente, também tem crescido (BELLETTI et al., 2007b).

Entre as indicações geográficas italianas, *Toscana* é o produto de maior relevância quando se trata de mercado exportador. Desde 2003 mais de 65% de toda a produção da IGP tem se destinado a mercados estrangeiros (NOMISMA, 2005). O posto de destaque tem sublinhado importância crescente tanto em questão de quantidade quanto em valor de negócios (BELLETTI et al., 2007b).

Essa posição está refletida no fato de que o mais importante mercado consumidor desse azeite está fora da Europa. As exportações para os Estados Unidos respondem por mais de 60% do total de exportações da IGP, o que em 2006 representou mais de 16.500,00 € ou mais que 65% de toda a produção (BELLETTI et al., 2007b).

O crescimento nas vendas, tanto internas quanto externas, está baseado na garantia oferecida pela IGP relacionada à qualidade e à origem, bastante sólidas para o *Toscana* (LONDON ECONOMICS, 2008), cuja *cara* no mercado consumidor, além do selo próprio da União Europeia, é conhecida pela representação gráfica própria conforme ilustrada na figura 4.

diferente do brasileiro e por isso o termo certificação, na maior parte dos casos, é formalmente equivocado no Brasil quando se trata de indicações geográficas.

Figura 4 – Logo representativo da indicação geográfica protegida *Toscana*



Fonte: Consorzio per la tutela dell'olio extravergine di oliva Toscano IGP ([s.d.]).

Esse logo, por sua vez, pode vir acompanhado, ainda, de uma indicação geográfica adicional ou secundária, determinante da sub-região específica de produção do azeite dentro da *região-conteúdo*, que é a Toscana. A grande região de produção é mostrada na figura 5 abaixo.

Figura 5 – Áreas de produção do azeite de oliva extra virgem *Toscana* IGP



Fonte: Consorzio per la tutela dell'olio extravergine di oliva Toscano IGP ([s.d.]).

A magnitude dessa cadeia de produção e abastecimento requer uma gestão também complexa e nesse sentido, o papel *Consorzio per la tutela dell'olio extravergine di oliva Toscano IGP* é especialmente relevante em função dos serviços que coloca à disposição dos associados, e também porque tem legitimidade para representar toda a cadeia da IGP *Toscano* (BELLETTI et al., 2007b).

3.2.2 Regulamento de uso, controle e gestão

No que diz respeito ao regulamento de uso da IGP *Toscano*, compõe-se de normas elaboradas a partir de técnicas de fabricação amplamente generalizadas e historicamente utilizadas pelos produtores. O que resulta, de certa maneira, em um produto bastante similar ao *não IGP* (LONDON ECONOMICS, 2008).

O regulamento de uso, ou *Disciplinare di produzione della indicazione geografica protetta dell'olio extravergine di oliva "Toscano"* em italiano, é extenso e apresenta regras quanto à(s) (CONSORZIO PER LA TUTELA DELL'OLIO EXTRAVERGINE DI OLIVA TOSCANO IGP, 1998):

(i) Denominação, onde consta que a indicação geográfica protegida *Toscano* pode aparecer sozinha ou acompanhada de uma das seguintes indicações geográficas adicionais: *Seggiano, Colline Lucchesi, Colline della Lunigiana, Colline di Arezzo, Colline Senesi, Colline di Firenze, Montalbano* ou *Monti Pisani*. Sendo tanto a denominação principal quanto as secundárias reservadas aos azeites de oliva que preenchem os requisitos e condições descritos no caderno de especificações;

(ii) Variedade de azeitona, tanto para o caso da IGP *Toscano* aparecer isolada quanto se for o caso de aparecer alguma das indicações complementares;

(iii) Área de produção, com descrições pormenorizadas acerca das zonas demarcadas para a IGP em geral, bem como para cada uma das indicações complementares;

(iv) Características de cultivo de cada uma das variedades de IGs *secundárias*;

(v) Métodos de produção;

(vi) Características que devem estar presentes no produto final colocado à venda para consumo, novamente com regras específicas para cada uma das indicações geográficas complementares; e,

(vii) Designação e apresentação.

Da mesma forma que ocorre na DOP *Comté*, a IGP *Toscana* também possui um plano do controle, o *Piano per il controllo de conformità della IGP oglio extravergine di oliva "Toscana"* que, além de regras próprias do funcionamento do controle da IGP, dispõe sobre (CONSORZIO PER LA TUTELA DELL'OLIO EXTRAVERGINE DI OLIVA TOSCANO IGP, 2014a):

- (i) Referências normativas, seção que enumera a legislação de interesse para o produto em questão;
- (ii) Termos e definições;
- (iii) Acesso ao sistema de controle;
- (iv) Documentação de apoio para rastreabilidade do produto;
- (v) Emissão do atestado de conformidade;
- (vi) Gestão de não-conformidades;
- (vii) Requisitos de conformidade;
- (viii) Plano de controle propriamente dito; e,
- (ix) Formulários.

No que diz respeito ao sistema de rastreabilidade, a figura 6 mostra os dados obrigatórios que devem constar do rótulo-logomarca do azeite de oliva extra virgem *Toscana* IGP e que permitem ao consumidor atestar a originalidade e consultar a procedência.

Figura 6 – Rótulo completo do azeite de oliva extra virgem *Toscana* IGP



Fonte: Consorzio per la tutela dell'olio extravergine di oliva Toscano IGP ([s.d.]).

O rótulo deve apresentar: (i) volume em litros, e (ii) identificação composta por letras e números. Com essas informações o consumidor interessado pode acessar o sítio da IGP *Toscana* na

internet⁸⁰, alimentar o formulário com as informações mencionadas e como resultado terá conhecimento de todo o histórico de determinada garrafa de azeite, desde o cultivo da oliva, passando pelo engarrafamento até chegar à mesa.

Esse plano de controle, que está em sua terceira edição, registra a existência de dois tipos de controle exercidos sobre a produção e o produto em questão.

O primeiro deles se refere ao autocontrole, também chamado de controle interno pelo regulamento e é exercido pelos operadores⁸¹ da cadeia na realização das atividades a ela inerentes, como atividades de verificação, registro e documentação (CONSORZIO PER LA TUTELA DELL'OLIO EXTRAVERGINE DI OLIVA TOSCANO IGP, 2014a). É o cuidado com o dia a dia da produção.

Já o segundo controle ao qual os operadores estão submetidos é o controle externo ou controle de conformidade. Esse controle é materializado na forma de auditorias feitas nas instalações produtoras, em relação aos documentos em geral e aqueles relativos ao autocontrole. *Certiquality*⁸², um organismo acreditador privado é o responsável por esse processo e pela emissão do certificado de conformidade, decisão em relação contra a qual o produtor tem um prazo de 30 dias para recorrer, se for o caso (CONSORZIO PER LA TUTELA DELL'OLIO EXTRAVERGINE DI OLIVA TOSCANO IGP, 2014a).

Também como ocorre no *Comté*, há um quadro auxiliar que informa como ocorre o controle, apontando etapas, descrição, utilização e execução. O documento oferece diversas definições para termos inerentes à produção e ao produto. Entre essas definições aparecem as expressões *não conformidade leve* e *não conformidade grave*.

A não conformidade leve ocorre quando há descumprimento a alguma prescrição constante do plano de controle, mas que não prejudica a essência do produto final. Portanto, esse azeite de oliva tem o direito de ostentar a IGP *Toscano* (CONSORZIO PER LA TUTELA DELL'OLIO EXTRAVERGINE DI OLIVA TOSCANO IGP, 2014a).

⁸⁰ Disponível em: <<http://www.oliotoscanoigp.it/it/tracciabilita-olio-toscano-igp.asp>>.

⁸¹ Assim conhecidos os integrantes da cadeia produtiva do azeite oliva, como olivicultor, moleiro e engarrafador (CONSORZIO PER LA TUTELA DELL'OLIO EXTRAVERGINE DI OLIVA TOSCANO IGP, 2014a).

⁸² O sítio do organismo acreditador na internet pode ser acessado em: <<http://www.certiquality.it/Home/>>

Por outro lado, existe a não conformidade grave. Nesse caso, situações que podem se referir ao processo produtivo, ao sistema de gestão ou ao produto em si demonstram o descumprimento das normas do regulamento de uso ou não permitem determinar se elas foram observadas. Assim sendo, o azeite não poderá ostentar a IGP *Toscano* (CONSORZIO PER LA TUTELA DELL'OLIO EXTRAVERGINE DI OLIVA TOSCANO IGP, 2014a).

Diretamente envolvido no controle e gestão da IGP *Toscano* está o *Conorzio per la tutela dell'olio extravergine di oliva Toscano IGP*, órgão representativo da coletividade de produtores e que nasceu pouco antes do registro da indicação geográfica.

O estatuto do consórcio é compreensivo e envolve dispositivos sobre (CONSORZIO PER LA TUTELA DELL'OLIO EXTRAVERGINE DI OLIVA TOSCANO IGP, 2014b):

(i) Constituição, denominação, duração, sede, função e finalidade;

(ii) Qualidade e características do azeite de oliva extra virgem *Toscano*;

(iii) Eventual estabelecimento de uma marca coletiva para uso pelos associados, bem como obrigações relativas ao seu uso;

(iv) Admissão no consórcio, que é aberta ao olivicultor, moedor e engarrafador, taxa de associação e manutenção anual, deveres do consórcio, controle e penalidades e saída de associados;

(v) Organização, incluindo disposições gerais, assembleia e administração, contas e arbitragem;

(vi) Orçamento, patrimônio, gestão de recursos;

(vii) Dissolução; e,

(viii) Disposições finais.

Presente no dia a dia da produção e oficialmente criado desde 1997 por iniciativa dos produtores de azeite, o órgão se fortalece a cada dia, contando atualmente com mais de 11 mil associados. Esse número reflete a importância do trabalho realizado na proteção e promoção da IGP *Toscano* dentro e fora da Itália (CONSORZIO PER LA TUTELA DELL'OLIO EXTRAVERGINE DI OLIVA TOSCANO IGP, [s.d.]).

Respeitado como uma herança e patrimônio territorial e cultural da região, o regulamento de uso exige que todas as etapas de produção do azeite de oliva extra virgem *Toscano* aconteçam nos limites da área demarcada. Isso inclui colheita das azeitonas, moagem e engarrafamento. Regras essas concebidas pelos produtores de modo a proteger a qualidade e a rastreabilidade do produto e assim manter o

valor da IGP *Toscana* (CONSORZIO PER LA TUTELA DELL'OLIO EXTRAVERGINE DI OLIVA TOSCANO IGP, 1998).

Ademais, há limitações quanto às variedades de azeitona permitidas, especificações de processos, sistema de colheita, tempo entre colheita e moagem, máximo de rendimento de azeite por árvore, bem como características físico-químicas para que o azeite possa ser comercializado (CONSORZIO PER LA TUTELA DELL'OLIO EXTRAVERGINE DI OLIVA TOSCANO IGP, 1998).

Na IGP *Toscana* o respeito às normas de produção para a obtenção de um produto que esteja de acordo com as práticas consagradas é tão importante que os deveres e penalidades constam dos três documentos relacionados à indicação geográfica: no regulamento de uso, no plano de controle e no próprio estatuto do consórcio.

Nessa perspectiva, as principais atividades do consórcio dizem respeito ao(à) (CONSORZIO PER LA TUTELA DELL'OLIO EXTRAVERGINE DI OLIVA TOSCANO IGP, [s.d.]):

(i) Promoção do produto: O consórcio promove o azeite de oliva *Toscana* na Itália e fora dela, a partir de campanhas de publicidade e promocionais, que podem envolver pontos de venda locais e grandes cadeias de supermercados. Há atividades em colaboração com restaurantes da região da Toscana e de outras regiões. Por fim, o consórcio também organiza campanhas de comunicação, conscientização e educação voltadas para o consumidor, para que este reconheça o gosto e o valor da IGP;

(ii) Gestão das normas de produção: O controle de conformidade da produção de acordo com as regras estabelecidas no regulamento de uso, incluindo características químicas e organolépticas, é gerenciado pelo consórcio;

(iii) Proteção do *rótulo*: O consórcio zela pela utilização da IGP *Toscana* enquanto rótulo propriamente dito, opondo-se a todo e qualquer uso indevido do mesmo, assim como a qualquer ato de concorrência desleal que diga respeito à comercialização do produto protegido pela indicação geográfica na Itália e fora de suas fronteiras; e,

(iv) Controle das normas: Agentes fiscalizadores autorizados pelo Ministério da Agricultura especialmente para tarefas de supervisão são responsáveis por assegurar o cumprimento das disposições normativas da IGP em todo o país e em relação a qualquer pessoa que esteja comercializando azeite de oliva *Toscana*. É uma atividade conjunta realizada com o consórcio e que, no caso de irregularidades, pode desencadear procedimentos civis ou criminais, conforme previsão legal.

A fragmentação da cadeia produtiva faz também com que o consórcio seja um aglutinador de informações, cuja alimentação é feita pelos diversos dos atores. É o caso da ferramenta, disponível no sítio do consórcio na internet, que serve como central de armazenamento de documentos de todas as fases de produção e que irão, mais tarde, passar por conferência do órgão certificador externo, além de informações necessárias à rastreabilidade (BELLETTI et al., 2007b). Esse tipo de serviço diminui a atuação *intrusiva* do órgão externo e aumenta a importância do consórcio para a cadeia produtiva.

O consórcio é, ainda, o responsável por negociar as taxas que os atores da cadeia devem pagar ao órgão externo para análise de conformidade. Também promove campanhas de marketing em todo o mundo e administra a logomarca mostrada na figura 4 como forma de identificar o produto que atende aos requisitos da IGP *Toscana* (além da representação gráfica unificada da EU) (BELLETTI et al., 2007b).

A especificidade das análises necessárias para atestar a conformidade do produto é fator decisivo para a fixação dos custos, especialmente em função da necessidade de testes organolépticos e físico-químicos, esses realizados na fase de engarrafamento. Isso gera um investimento 20 vezes maior por parte dos engarrafadores se comparado ao que investem os olivicultores e prensadores (BELLETTI et al., 2007b).

Como essa disparidade se mostra prejudicial para os engarrafadores, sobretudo para os pequenos, e com intuito de estimulá-los a fazer parte da estrutura da IGP *Toscana*, na safra de 2002/2003 o consórcio diminuiu de 309,00 € para 100,00 € a taxa mínima devida pelos engarrafadores. Além disso, facilitou a logística para pagamento dos excedentes, o que permitiu que mais atores se filiassem ao sistema (BELLETTI et al., 2007b).

A nova sistemática colocou em evidência incontestemente a importância de um consórcio sensível às particularidades do grande grupo na gestão de uma indicação geográfica.

Assim, com a *nova* política, os custos da análise de conformidade com e sem o desconto concedido pelo consórcio são inversamente proporcionais ao montante de produção. Ou seja, quanto menor o volume de azeite de oliva certificado, maior é o desconto. Já a diferença entre o que esses pequenos produtores pagam e o mínimo devido ao órgão certificador é pago pelo consórcio com recursos advindos da arrecadação total (BELLETTI et al., 2007b).

O aumento do número de participantes da cadeia do *Toscana* IGP em virtude da redução dos custos de certificação demonstra que a

política inclusiva adotada tem trazido resultados positivos. Ainda, contribui para a manutenção da qualidade e do preço médio do produto no mercado (BELLETTI et al., 2007b).

Certo é que os custos de certificação não se resumem aos custos diretos, havendo outros que incidem indiretamente, mas que, de acordo com estudos, compensam o investimento em função benefícios recebidos como retorno, conforme mostra o quadro 6.

Quadro 6 – Importância dos custos indiretos e dos benefícios derivados da IGP *Toscana*

Custos indiretos	Impacto na IGP <i>Toscana</i>
Investimento em ajustes estruturais	*
Matéria-prima de alta qualidade	*
Reorganização do processo produtivo	*
Custos burocráticos	**
Benefícios	Impacto na IGP <i>Toscana</i>
Aumento das vendas	*
Aumento do preço	**
Acesso a novos canais de comercialização	***
Incentivos da UE (certificação da qualidade)	*

Fonte: Adaptado de Belletti et al. (2007b, p. 120).

O consórcio, portanto, é o elemento que fornece coesão ao grupo. É o responsável pela gestão dos produtores e da produção em geral, bem como pela orientação do sistema de autocontrole, sendo o elo com o controle externo. O regulamento de uso e o plano de controle, junto de seu próprio estatuto garantem as prerrogativas para agir em defesa do azeite de oliva *Toscana* IGP, zelando pela produção conforme as regras conjuntamente formalizadas e a manutenção de sua posição de destaque no mercado. Ademais, suas políticas inclusivas para pequenos produtores são outro fator relevante para a cadeia e para o desenvolvimento da região.

3.2.3 Impactos no desenvolvimento

Com relação à melhoria para as condições gerais de desenvolvimento, em que pese algumas análises serem ainda inconclusivas, as pesquisas realizadas na região da Toscana mostram pontos positivos. O sistema de indicação geográfica tem demonstrado

impactos potencialmente mais evidentes quando concorrentes desleais abusam da indicação geográfica para se aproveitar do seu sinal de qualidade, como no caso do *Toscana*. Logo, quando a ameaça é extinta ou relativizada por meio da adoção e registro oficial da IG, o ambiente de trabalho para as empresas credenciadas se torna mais estável. Investimentos se mostram mais seguros e oportunidades de desenvolvimento conectadas à IG, como o turismo ganham destaque (LONDON ECONOMICS, 2008).

Uma das contribuições mais interessantes que podem ser apontadas são as políticas do consórcio, mencionadas acima e que visam a inclusão de pequenos produtores com a redução proporcional das taxas do controle de verificação. Ao utilizar uma parcela do montante total arrecadado para subsidiar parte das taxas de certificação dos pequenos produtores, o consórcio protagoniza uma ação inclusiva, que permite a tais produtores a participação em um sistema não só de produção, mas de agregação de valor e promoção e manutenção da história e tradição locais.

Além disso, o fato da maior parcela do produto ser destinada ao mercado externo é fator que possibilita que a atividade se mantenha na região. Isso porque a produção de um azeite de oliva com as qualidades do *Toscana* exige investimentos que são cobertos graças ao preço de venda obtido em função do valor agregado pela presença da indicação geográfica. Sugere-se, então, que o volume de exportações se deve à conjunção entre características de qualidade intrínsecas do produto e o atestado de conformidade (ou certificação) do órgão externo (LONDON ECONOMICS, 2008).

A adoção da IGP *Toscana* beneficiou os produtores e por consequência a região na medida em que trouxe o aumento da confiança do consumidor na qualidade do produto, pois o uso abusivo e indevido do nome *Toscana* em azeites não incluídos no sistema da indicação geográfica foi reduzido. Logo, uma estratégia de crescimento e desenvolvimento a longo prazo implantada em função do combate à concorrência desleal, permite aos produtores comprometidos com a qualidade colher benefícios sem preocupar-se com azeites não sujeitos ao controle e, portanto, com preços de mercado mais baixos (LONDON ECONOMICS, 2008).

Nesse sentido, os próprios produtores apontam que o aumento das exportações favorecido pela adoção do sistema de certificação e garantia da IGP impulsionou os rendimentos dos atores da cadeia produtiva e impactou positivamente na economia da Toscana (LONDON ECONOMICS, 2008).

Ademais, a conquista de mercado externo representa a elevação do padrão de produto que o consumidor espera, tonando a IGP um parâmetro de referência para as cadeias nacionais e internacionais que introduzem o produto em sua cesta de ofertas (BELLETTI et al., 2007b).

No que diz respeito aos números propriamente ditos, pode-se exemplificar a importância e o crescimento das exportações do azeite IGP a partir da estimativa realizada pelo consórcio ao comparar os dados de 1998, ano em que o registro da indicação geográfica foi concedido, ao volume de negócios em 2006. De 520kg exportados em 1998 o consórcio aponta que o número saltou para 1.775kg em 2006 (LONDON ECONOMICS, 2008).

Para as vendas nacionais também há indicação de contribuição positiva da IGP *Toscana*, especialmente para as cadeias de supermercados. Esse fato faz com que a participação do *Toscana* no total da produção italiana de azeites de oliva esteja crescendo, da mesma forma com que a produção de *Toscana* IGP ganha ainda mais destaque no setor localizado na Toscana (LONDON ECONOMICS, 2008).

Também no que diz respeito à atividade econômica, a IGP tem favorecido o acesso ao mercado especialmente para pequenas empresas que se instalam nas áreas de produção, como *start-ups* que, em função do contexto criado pela IGP não precisam enfrentar concorrência de *free-riders* (LONDON ECONOMICS, 2008). Essas pequenas e novas empresas encontram um ambiente propício ao desenvolvimento sem a necessidade constante de lidar contra os abusos do nome *Toscana*.

O azeite de oliva extra virgem *Toscana* IGP registra outros impactos positivos na cadeia produtiva, como a expansão da sua gama de produtos. Três em quatro engarrafadores ouvidos durante pesquisa de campo afirmaram que a reputação de seus negócios aumentou com a participação no regime IGP e que por isso acreditam ser capazes de produzir outros produtos com boa aceitação no mercado, como azeites sem indicação geográfica, por exemplo (LONDON ECONOMICS, 2008).

Outros atores apontaram a abertura para a diversificação de produtos, graças aos preços de venda mais altos do azeite IGP, que lhes garante um ambiente de investimento mais estável e salvaguarda o futuro da atividade (LONDON ECONOMICS, 2008). Ou seja, a conjuntura criada pela adesão ao sistema IGP lhes proporcionou um ambiente financeiro equilibrado e confiança para investir no aumento e melhoria da produção.

O aumento e a manutenção dos níveis de exportação do *Toscana* IGP também têm contribuído para o aumento do número de

produtores de azeite e, portanto, preservando empregos no meio rural. Fator que se mostra, ainda, essencial na preservação das tradições e cultura locais (LONDON ECONOMICS, 2008).

No que se refere à biodiversidade, o *Toscana* também mostra sua contribuição. A manutenção de raças locais e espécies vegetais é uma prioridade verificada na região e têm um efeito positivo para a preservação da biodiversidade e da paisagem tradicional italiana. E a olivicultura mantida na Toscana protege a qualidade dos solos (LONDON ECONOMICS, 2008).

Já o valor de mercado para o azeite IGP em relação ao seu similar é sempre mais elevado. É claro que não se pode afirmar que esse fato seja indicativo de maior margem de lucro para a cadeia produtiva, até porque a avaliação de conformidade de um produto IGP representa investimento elevado. De toda forma, existem dados suficientes que comprovam que os produtores do azeite IGP recebem uma parcela maior do preço final em comparação aos produtores de azeites similares (LONDON ECONOMICS, 2008).

Outra questão relevante, no contexto europeu, é o fato de que a política agrícola comum e a política de desenvolvimento rural da União Europeia estão expressamente voltadas para apoiar produtos agroalimentares de qualidade, estabelecendo incentivos para aqueles que aderirem a sistemas de certificação da qualidade, como é o caso do IGP, do DOP ou de produtos orgânicos, por exemplo (BELLETTI et al., 2007b).

O auxílio que os produtores recebem na preparação e organização dos documentos na Itália faz merecer destaque e sugere influenciar na qualidade da gestão da IG concedida. Classificado como apoio de alto nível de interação e orientação, ocorre por meio de reuniões pessoais, consultas por telefone e/ou correspondência eletrônica e destina-se não apenas à formação do dossiê, mas está presente em todas as fases inerentes à estruturação do sistema (LONDON ECONOMICS, 2008).

3.2.4 Desafios

Pode-se afirmar, tendo por base teórica o primeiro capítulo, que a IGP *Toscana* é uma indicação geográfica de sucesso. No entanto, há sempre questões que podem ser melhoradas e obstáculos que devem ser transpostos.

Está claro que os agricultores (especialmente aqueles que além do cultivo de azeitonas também possuem sistema de moagem próprio) são os principais favorecidos pela IGP. Eles se beneficiam das atividades do consórcio de forma abrangente e recebem de volta valores consideráveis pela venda do produto, o que não significa maior lucro, já que os custos de produção são mais elevados. Contam também com um ambiente de negócios estável e facilidade de acesso a novos canais de comercialização (LONDON ECONOMICS, 2008).

Por outro lado, os estabelecimentos exclusivamente moedores se beneficiam pouco ou nada da IGP. Os engarrafadores e varejistas, por sua vez, obtêm as maiores margens de lucro de toda a cadeia, entretanto os benefícios reais não são significativamente altos, uma vez que o giro do estoque do azeite IGP é mais baixo (LONDON ECONOMICS, 2008).

Tem-se, então, uma IG na qual em termos gerais se confirma a melhoria dos padrões de desenvolvimento da região, dos atores da cadeia produtiva e da comunidade, mas cujo impacto em termos de distribuição de lucros e receitas ao longo da cadeia produtiva é difícil de isolar. E esse é um dos desafios que se pode pontuar para o sistema produtivo da IGP *Toscana*. É esperado e aconselhável que, na medida de sua papel e contribuição, todos os envolvidos na cadeia produtiva ganhem com o sistema IGP.

4 REGULAMENTO DE USO E ESTRUTURAS DE CONTROLE E GESTÃO NAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS

Como estabelecido, a gestão pós-registro é vista como ponto crítico para uma indicação geográfica bem-sucedida e capaz de gerar impactos positivos para o desenvolvimento. E diretamente vinculados à eficácia e eficiência da gestão estão: o documento conhecido como regulamento de uso e o funcionamento das estruturas de controle e de gestão propriamente dita.

Nesse contexto, portanto, ganham relevância o papel (i) do regulamento de uso, por se tratar do texto dispositivo que documenta o processo de produção que conduziu ao registro como IG; (ii) da estrutura de controle ou conselho regulador, pois responsável pelo acompanhamento da observância das referidas normas; e, (iii) da estrutura de gestão, pois representa a estrutura unificadora do grupo e conta com inúmeras prerrogativas para a defesa, manutenção, melhoria e promoção do produto, da produção e da região em si.

Assim, este capítulo objetiva definir qual o papel do regulamento de uso e das estruturas de controle e gestão nas indicações geográficas, a partir das contribuições legislativas e doutrinárias a respeito do tema e pela interpretação dos dois casos descritos no capítulo anterior.

Além dessas definições, é conferida atenção especial à controversa questão do regulamento de uso nas diferentes modalidades de indicações geográficas brasileiras.

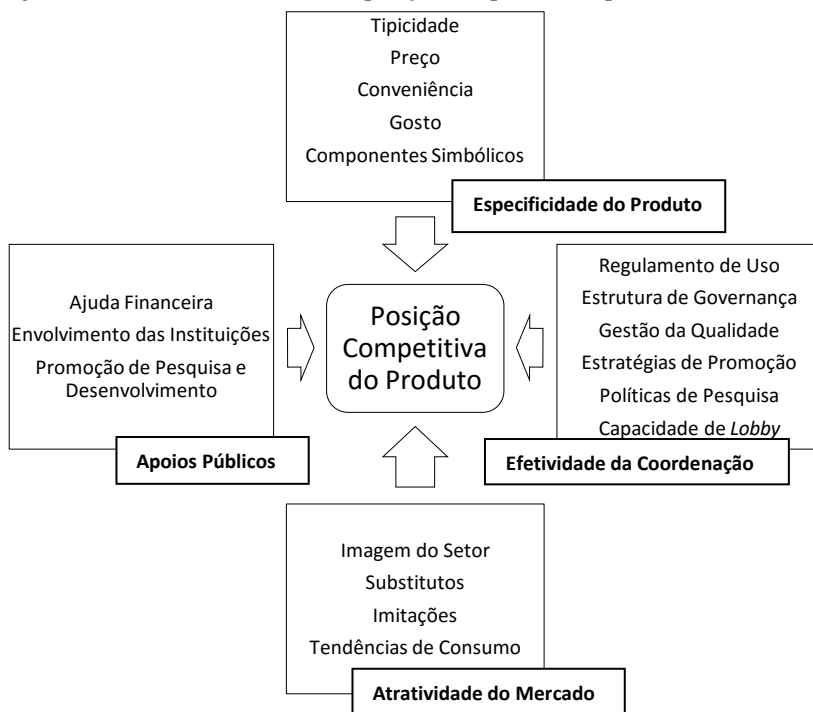
Uma IG resistente no tempo e cujo sinal distintivo cumpra seu papel aos olhos do consumidor, depende fortemente da qualidade, transparência e controle ou execução das normas que regem a sua produção. A IG pode reduzir a assimetria de informações relevantes entre produtor e consumidor, proporcionando um benefício coletivo para os atores da cadeia produtiva, levando credibilidade ao mercado e diminuindo custos de informação. Por outro lado, a IG também pode se tornar apenas uma *jogada de marketing superficial e efêmera* que não se manterá no mercado a longo ou médio prazo. Uma IG de sucesso requer, portanto, esforço das partes envolvidas para se manter e se projetar positivamente. Caso a cadeia seja mal estruturada ou mal gerida, os recursos investidos serão desperdiçados e o projeto pode, além de não ajudar, ser prejudicial para os produtores, comunidade local e meio ambiente (GIOVANNUCCI et al., 2009).

As estruturas que se criam a partir de um projeto para o reconhecimento de uma indicação geográfica são a chave para o seu

sucesso. Na prática, o registro de uma IG é um processo complexo de identificações e delimitações, de organização das práticas produtivas em normas formais, de estabelecimento de um plano de controle, acompanhamento e comercialização dos produtos, e demanda um compromisso de cooperação para o desenvolvimento institucional de longo prazo entre os atores envolvidos (GIOVANNUCCI et al., 2009).

Nesse contexto, a literatura aponta quatro determinantes para o sucesso de uma IG (BARJOLLE; CHAPPUIS; DUFOR, 2000; GERZ; BARJOLLE; SAUTIER, 2008), especialmente após o registro, e que vão ao encontro dos pressupostos enumerados no primeiro capítulo, conforme se visualiza na figura 7.

Figura 7 – Quatro determinantes da posição competitiva do produto com IG



Fonte: Adaptado de Barjolle, Chappuis e Dufor (2000, p. 24).

Caso uma das pontas da estrutura seja mais fraca, ela pode ser compensada por outra que seja mais forte. É o caso do queijo *Comté*. Embora o mercado de queijos duros esteja em declínio, a estrutura de

gestão da cadeia produtiva e o suporte público e da comunidade garantem a essa DOP uma respeitável posição competitiva no mercado consumidor.

A ponta da *efetividade da coordenação* é a mais relevante para este capítulo, seguida dos aspectos relacionados à especificidade do produto, pois é abordada ao se tratar do regulamento de uso. As outras duas, especialmente a do suporte público, são mencionadas ao final, quando se observa o que pode ou deve e o que não pode ou não deve ser tomado como exemplo a partir dos casos apresentados anteriormente.

Nessa linha, a coordenação do processo produtivo e das relações entre os atores do sistema e entre estes e os atores externos pode ser interpretada como capacidade de se alcançar uma gestão coletiva do produto e do mercado eficiente. Logo, são considerados dois fatores básicos na avaliação da eficácia da coordenação e da cooperação da gestão do sistema da IG. São eles: (i) capacidade de expor a diferenciação do produto; e (ii) facilidade com que cada ator da cadeia tem de se apropriar do processo coletivo (BARJOLLE; SYLVANDER, 2002).

Ambos os fatores estão ligados à gestão e ao controle de uma IG. O segundo, especificamente se refere à habilidade dos atores ajustarem as suas estratégias individuais para aproveitar ao máximo a estratégia coletiva. Dessa forma, o estabelecimento das regras do regulamento de uso e o seu respectivo cumprimento, é também um importante passo para que a indicação geográfica seja bem-sucedida.

4.1 ESTRUTURA DE GESTÃO

No caso de uma determinada indicação geográfica não contar com uma estrutura de gestão adequada, eficaz, corre-se o risco do fracasso total do projeto ou, ainda, a IG pode passar a funcionar apenas como consolidadora de um bem público monopolizado pelo setor privado. Isto é, atores da cadeia de produção com mais *poder* podem passar a controlar a produção e comercialização do produto e a IG passa a figurar muito mais como um sinal distintivo privado do que coletivo (TREGGAR et al., 2007).

Todos os atores de uma cadeia produtiva vinculada a uma IG compartilham de um mesmo bem: a própria IG e sua qualidade, reputação ou outra característica que lhe confere especificidade e diferenciação em relação ao produto similar. Nesse sentido, uma organização coletiva tende a diminuir custos de gestão e aumentar benefícios, a promoção e comercialização da IG.

Por isso, antes de se pensar em elaboração do regulamento de uso e estruturação do sistema de controle é necessário contar com uma estrutura de gestão do sistema de determinada indicação geográfica.

O formato que se tem no Brasil, onde via de regra a entidade representativa da coletividade é uma associação, mas também pode ser uma cooperativa ou um sindicato, entre outras formas de constituição, é replicado em outras partes do mundo, incluindo a Europa.

No cenário brasileiro, especificamente, quando se trata de conhecer os objetivos que essa associação deve ter, o principal deles é a informação expressa, no estatuto da entidade, do trabalho para o reconhecimento e manutenção da IG. Passo seguinte, é importante se ater à composição. A assembleia geral é órgão obrigatório. Frequentemente e por uma questão de lógica na composição, tem-se também: diretoria ou conselho diretivo, conselho fiscal e um órgão responsável pelo controle da IG, que pode ser interno ou externo à associação, mas deve estar previsto em seu estatuto (VELLOSO et al., 2014).

A literatura a respeito do contexto brasileiro sugere que a gestão e o controle funcionem separadamente, de modo a garantir a imparcialidade da análise de conformidade e que façam parte dessa estrutura de controle terceiros não envolvidos diretamente com a IG, mas que a conheçam, como técnicos, especialistas ou consumidores, por exemplo (VELLOSO et al., 2014).

No entanto, ainda que a estrutura de controle esteja formalmente inserida no quadro organizacional da estrutura de gestão, a imparcialidade pode ser garantida se as previsões com relação à forma de atuação e condução dos trabalhos e a composição estiverem bem delimitadas.

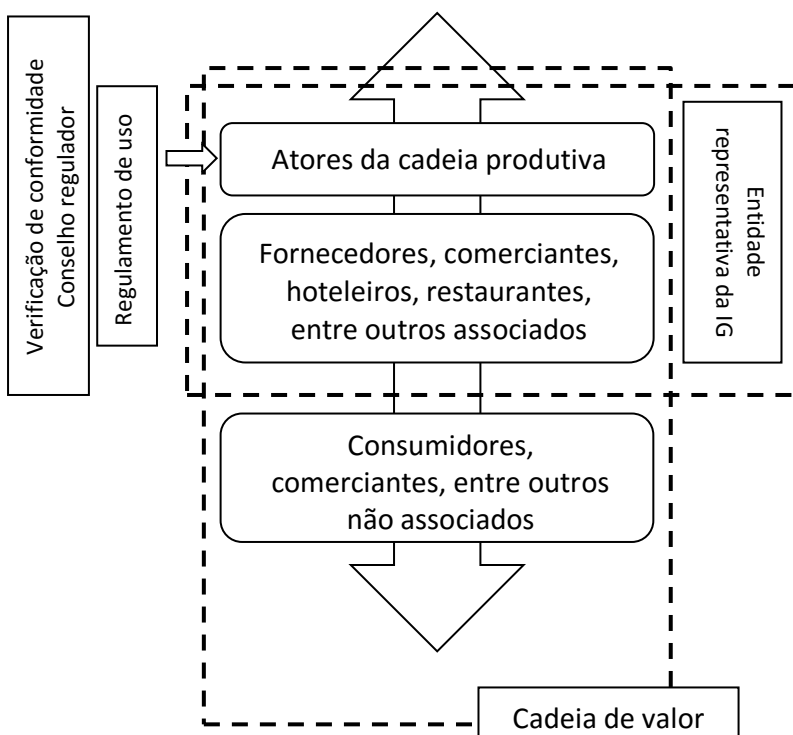
Quanto à composição dessa organização, há basicamente dois *modelos* mundialmente conhecidos que as entidades podem adotar. O primeiro deles seria uma organização composta apenas por associados diretamente envolvidos na produção, também chamada de profissional (UNITED NATIONS INDUSTRIAL DEVELOPMENT ORGANIZATION, 2010). Nesse caso, quando houver assuntos que ultrapassam a esfera dos associados, mas são de interesse do sistema da IG, a organização precisa buscar alianças e entendimento caso a caso.

O segundo formato é o interprofissional (UNITED NATIONS INDUSTRIAL DEVELOPMENT ORGANIZATION, 2010) e se caracteriza por abranger uma gama extensa de associados, compreendendo não apenas os envolvidos na produção, os chamados associados produtores, mas também os associados não produtores, isto é,

todos aqueles indiretamente ligados à IG. São hoteleiros, proprietários de restaurantes, comerciantes, fornecedores. É o que ocorre no *Comté* e no Vale dos Vinhedos, para citar dois exemplos.

A figura 8 ilustra a compreensão e as ligações de uma organização que opte pelo segundo modelo, ou seja, tenha em seus quadros os associados não produtores e não apenas os associados produtores.

Figura 8 – Abrangência da entidade representativa com associados não produtores



Fonte: Elaboração própria (2016).

Qual o sentido de se optar pelo formato interprofissional? Trata-se de representatividade. Isso porque "[...] é interessante que diferentes atores da cadeia produtiva participem na organização, como produtores, transformadores, comerciantes e até mesmo pesquisadores e consumidores" (VELLOSO et al., 2014, p. 110).

Ainda que a entidade tenha por foco principal a gestão da IG, a participação de atores que não estejam envolvidos na produção, mas estejam de alguma forma dependentes da IG (como fornecedores) ou possam apoiar sua promoção (como hoteleiros) é importante, já que a organização possui dois diferentes âmbitos de atuação: interno e externo.

Relacionadas ao trabalho interno destacam-se quatro funções elementares das quais a organização representativa da coletividade está encarregada:

- a. participar na elaboração do regulamento de uso, orientar os associados para aplicá-lo e participar na organização do controle;
- b. manter atualizada a lista dos associados;
- c. implementar as decisões dos órgãos governamentais responsáveis;
- d. escolher como deve ser avaliado e aplicado o controle (CERDAN; BRUCH; VITROLLES, 2014, p. 245).

Já na atuação externa e interna-externa (interna com desdobramentos externos), a estrutura gestora tem condições de oferecer e desenvolver uma gama de serviços extensa para apoiar a IG. Pode, por exemplo: (i) mediar acordos entre os produtores a respeito do sistema de produção e estratégias de marketing; (ii) coordenar negócios e transações entre os atores, tanto horizontalmente (entre os associados), quanto verticalmente (envolvendo atores externos); (iii) monitorar a qualidade do produto e propor melhorias, pois o produto deve naturalmente evoluir; (iv) zelar pela distribuição justa dos rendimentos ao longo da cadeia; e, (v) gerenciar tentativas de obtenção de benefícios próprios por parte dos associados (UNITED NATIONS INDUSTRIAL DEVELOPMENT ORGANIZATION, 2010).

Visão mais compreensiva a respeito das atividades e serviços que o órgão representativo da coletividade e gestor da IG pode oferecer é apresentada no quadro 7.

Quadro 7 – Exemplos de atividades e serviços que a estrutura de gestão pode oferecer e executar

(continua)

Regras e controles
Definição do regulamento de uso e adaptação dessas regras, quando necessário, especialmente em função das mudanças técnico-produtivas ao longo do tempo.

Quadro 7 – Exemplos de atividades e serviços que a estrutura de gestão pode oferecer e executar

(continuação)

Gerenciamento do sistema de controle interno e redução do custo com verificação externa por meio de economias de escala e administração das relações com a controladora externa.
Simplificação da resolução de conflitos por meio da arbitragem nas disputas relacionadas ao regulamento de uso. Nesse caso pode haver uma comissão legítima e representativa para decidir se as práticas envolvidas no caso são compatíveis ou não com as regras.
Produção
Prestação de assistência técnica e informacional com a finalidade de aprimorar a produção e facilitar a adoção de inovações.
Gestão direta de algumas atividades da produção. Em alguns casos a organização pode gerir diretamente parte da produção ou atividades, como o processamento final, classificação ou embalagem
Redução de custos individuais para serviços geralmente inacessíveis para pequenos produtores, como por exemplo, pesquisa e desenvolvimento de produto, aconselhamento técnico e informação sobre concorrentes e qualidade e volume de produção do produto com IG.
Marketing
Aumento do poder de negociação dos produtores locais na cadeia de abastecimento. A estrutura de gestão pode se tornar a arena para negociações sobre preços, por exemplo.
Elaboração de estratégias de marketing coletivas. Relacionamento com cliente, preço e distribuição, entretanto, continuam sob a responsabilidade de cada produtor.
Desenvolvimento de ações coletivas que visem a redução de custos, como pesquisas de mercado e iniciativas de promoção para acesso a mercados e melhoria de visibilidade.
Coordenação, representatividade e sustentabilidade
Representação da coletividade, do sistema de determinada IG, no diálogo com atores externos, especialmente com autoridades responsáveis por fiscalização da produção ou pela criação de políticas públicas.
Facilitação de acesso para os novos interessados em fazer parte do sistema.
Desenvolvimento de confiança interna entre os atores da cadeia produtiva da IG, oferecendo, por exemplo, um fórum para discussão de problemas e oportunidades relacionados ao uso da IG.
Melhoria da coordenação e relacionamento entre os atores de diferentes fases da cadeia de produção e fornecimento com intuito de aprimorar a eficiência da cadeia de valor e a posição competitiva dos produtores.

Quadro 7 – Exemplos de atividades e serviços que a estrutura de gestão pode oferecer e executar

(conclusão)

Apresentação de propostas para orientar a evolução do sistema de IG no que diz respeito à sustentabilidade econômica, social e ambiental.

Fonte: Adaptado de Vandecandelaere et al. (2010, p. 98).

Na mesma linha, além dos serviços propriamente ditos, principalmente a gestão externa inclui algumas ações realizadas pela entidade em conjunto com os produtores, notadamente direcionadas à promoção e comercialização do produto e à promoção do território, conforme mostra o quadro 8.

Quadro 8 – Ações desenvolvidas em conjunto pela entidade coletiva e seus associados

(continua)

Tema⁸³	Metas	Atividade e/ou instrumento
Comercialização do produto	Identificação de mercados Escolha da forma de comercialização Escolha dos canais de distribuição Fixação do preço	Estudo da cadeia produtiva Definição do conceito do produto e estratégia de venda Estudos de mercado
Promoção do produto	Educação e sensibilização dos consumidores	Definição de um plano de comunicação e promoção Elaboração e distribuição de receitas Programa de formação de garçons de restaurantes, dos hoteleiros e dos varejistas

⁸³ Cerdan, Bruch e Vitrolles (2014, p. 236-244) oferecem detalhes sobre cada um desses temas.

Quadro 8 – Ações desenvolvidas em conjunto pela entidade coletiva e seus sócios

		(conclusão)
		<p>Promoção de eventos na região e estímulo a visitas a unidades de produção</p> <p>Presença do produto e de representantes da cadeia produtiva em eventos fora da região produtora</p>
Promoção do território	<p>Identificação e articulação de atividades complementares</p> <p>Oferta de uma cesta de bens e serviços</p>	<p>Distribuição de material explicativo sobre o produto e a região</p> <p>Promoção de eventos intersetoriais e intermunicipais</p> <p>Implantação de rotas temáticas</p> <p>Estruturação de museus</p> <p>Participação ativa em fóruns de desenvolvimento regional</p>

Fonte: Adaptado de Cerdan, Bruch e Vitrolles (2014, p. 235-236).

A participação na estrutura coletiva, todavia, não é obrigatória para que o produtor possa utilizar a IG. A exigência é quanto ao cumprimento dos requisitos do regulamento de uso. É nesse momento que cabe avaliar as vantagens e desvantagens de se tornar um membro da entidade representativa da coletividade.

"Embora as indicações geográficas sejam muito mais uma ferramenta de diferenciação econômica e mercadológica, não podemos deixar de pensar nelas como instrumento para o desenvolvimento territorial" (VELLOSO et al., 2010, p. 110) e é por isso que, ainda que a associação seja voluntária, ela é um ato importante para o alcance de benefícios comuns e coletivos e da melhoria dos padrões de desenvolvimento.

Quanto aos pontos positivos, ser um membro da entidade representativa pode contribuir para (VANDECANDELAERE et al., 2010):

(i) Prevenir fraudes e usos indevidos do nome por meio da aplicação do regulamento de uso e maior facilidade de demandar administrativa ou judicialmente eventuais infratores;

(ii) Ter oportunidades facilitadas para acessar novos segmentos e pontos de venda;

(iii) Por meio das ações de promoção coletiva, ganhar mais visibilidade do produto no mercado e aumentar as vendas, o valor do produto e a reputação não apenas do produto, mas da empresa produtora como um todo (o que pode beneficiar outros produtos eventualmente ofertados por essa empresa); e,

(iv) Acessar os serviços oferecidos pela organização a preços mais baixos.

No que diz respeito aos pontos negativos de fazer parte da estrutura coletiva, mencionam-se (VANDECANDELAERE et al., 2010):

(i) Relativa dependência entre o plano de marketing do produtor ou empresa do plano de marketing da coletividade;

(ii) Certo grau de interdependência em relação aos demais associados produtores no que se refere à definição da utilização das taxas de associação e manutenção da condição de associado;

(iii) Incidência de custos internos e individualizados para adaptação da produção às regras estabelecidas no regulamento de uso; e,

(iv) Incidência de custos de avaliação de conformidade, monetariamente mensuráveis ou não, dependendo do sistema de garantia.

Tornar-se ou não membro da estrutura de gestão é, portanto, uma escolha, porém quanto mais representativo for o grupo, aumentam as possibilidades de inclusão, para atores da cadeia produtiva e também para a comunidade e, por consequência, diminui a chance de exclusão social e vulgarização da IG. Como resultado natural da administração de um grande grupo, existem contrapontos, que se somam às vantagens e desvantagens mencionadas acima. São eles:

a. quanto maior o número e a diversidade de produtores e atores envolvidos, maiores as possibilidades de dinamização do local ou da região e, portanto, de desenvolvimento local e melhoria da qualidade de vida da população.

b. Por outro lado, quanto maior o número e diversidade de produtores e atores, maiores as possibilidades de surgimento de conflitos, de divergências e talvez, mais demorado possa ser o processo, pode ser difícil (não impossível)

encontrar o interesse comum (VELLOSO et al., 2014, p. 110-111)

Os casos da DOP *Comté* e da IGP *Toscana*, no entanto, mostram que é possível gerir eficazmente uma IG cuja entidade representativa tenha um grande número de associados, trazendo benefícios para cadeia produtiva e para comunidade⁸⁴.

Para que esses resultados positivos sejam alcançados, uma entidade eficiente deve ter um estatuto bem desenhado, que atenda às normas em geral e compreenda toda a estrutura administrativa necessária para a gestão da IG. Além disso, na condução dos trabalhos do dia a dia há alguns princípios que devem ser observados (VANDECANDELAERE et al., 2010):

(i) Representatividade: todas as categorias de atores presentes na organização devem estar representadas nas posições de gestão. Por exemplo, no caso de haver produtores artesanais, de pequena e grande escala e industriais, todos devem estar representados. Categorias insuficientemente representadas tendem a não respeitar integralmente as regras ou agir em interesse próprio e não coletivo;

(ii) Transparência e democracia: os processos de tomada de decisão devem envolver a participação efetiva de todos os atores da cadeia, seja por meio de seus representantes ou pessoalmente, dependendo do caso;

(iii) Igualdade e/ou proporcionalidade e coerência na contribuição financeira: a contribuição financeira dos associados deve ser equitativa e coerente com os custos de administração e benefícios recebidos em troca. Uma prática recomendável é ter um valor acessível para taxas de adesão e manutenção e cobrar valores proporcionais e à parte para cada serviço adicional solicitado e prestado. Em algumas situações, como se verifica na IGP *Toscana*, é possível valer-se do princípio da solidariedade e cobrar taxas proporcionais à capacidade contributiva de cada membro, com a finalidade de apoiar pequenos produtores;

⁸⁴ Situação semelhante em relação ao número de associados está presente no Conselho das Associações dos Cafeicultores do Cerrado. "São aproximadamente 4.000 produtores, em 55 municípios, associados a uma das seis associações [sic] ou seis cooperativas que fazem parte do Conselho das Associações dos Cafeicultores do Cerrado" (VELLOSO et al., 2014, p. 112).

(iv) **Relação com o poder público:** contar com a administração pública local na estrutura gerencial da IG permite uma participação ativa quando se trata de formulação de políticas públicas; e,

(v) **Comunicação:** promover a comunicação interna e externa e o fortalecimento das redes de cooperação como pontos essenciais da organização local do sistema de IG.

Como em qualquer entidade representativa de uma coletividade, a definição das regras e sua melhoria constante, bem como a inclusão de mecanismos de resolução de conflitos devem ser consideradas a partir da realidade do sistema. O estatuto deve atender às boas práticas e requisitos legais e recomenda-se buscar aconselhamento com outras organizações já estabelecidas e também de órgãos com experiência prévia no apoio a produtores, como universidades.

Diante do exposto, conclui-se que o papel da estrutura de gestão de uma indicação geográfica não se resume a uma única atividade, mas compreende diversas funções, fazendo-se destaque, no âmbito desta pesquisa para:

(i) **Papel unificador:** é o responsável pelo desenvolvimento e pela manutenção da confiança e das boas relações entre os atores da cadeia;

(ii) **Papel orientador:** sempre que houver dúvidas na condução dos trabalhos, o órgão de gestão, por ser um órgão coletivo e com expertise de diferentes áreas, é o mais capacitado para orientar os atores sobre o melhor caminho a seguir;

(iii) **Papel conciliador:** da mesma forma que é o orientadora, deve estar preparada para *julgar* determinadas situações críticas e restaurar o ambiente de confiança;

(iv) **Papel promotor:** a estrutura de gestão deve estar comprometida com a promoção do território e da indicação geográfica na comunidade e no mercado consumidor; e,

(v) **Papel zelador:** representando a soma dos demais, deve zelar por tudo aquilo que seja necessário para a manutenção da IG e do ambiente no qual ela está inserida.

Apenas se esses papéis forem desempenhados com afinco é que a estrutura de gestão contribuirá para o sucesso da IG e o conseqüente desenvolvimento da região. Além disso, essa mesma organização também é *corresponsável* por gerir direta ou indiretamente o sistema de controle de conformidade dos produtos com IG, a fim de garantir que o produto final oferecido ao consumidor esteja de acordo com aquele cuja descrição originou o reconhecimento da indicação geográfica.

Como afirmado, é esperado que a própria entidade coletiva antecipe a existência de uma comissão ou de um conselho, cuja composição é prevista no respectivo estatuto. Esse órgão, que no Brasil é conhecido como conselho regulador, é responsável por realizar o controle interno e/ou acompanhar a realização do controle externo, desempenhando, ainda, a função de aconselhamento dos produtores em assuntos relativos ao cumprimento das normas de produção.

O próximo tópico se destina a uma análise detalhada acerca dessa estrutura de controle e do documento que guia as suas atividades cotidianas, o regulamento de uso. Assim, objetiva definir quais os papéis que essa estrutura e esse documento devem desempenhar de modo a contribuir para a instrumentalização do desenvolvimento a partir de uma indicação geográfica.

4.2 REGULAMENTO DE USO E ESTRUTURA DE CONTROLE

As especificações contidas no regulamento de uso determinam os limites geográficos onde a produção é permitida, bem como formalizam as condutas esperadas. É, portanto, uma determinação de *quem* pode produzir e *como* deve produzir. O regulamento constitui a base da estrutura de mercado monopolista (porque se refere a produto *singular*) para o produto que goza da proteção por indicação geográfica. Além disso, melhora o acesso a mercados para os produtores integrantes do sistema, desde que exista demanda dos consumidores. Isso porque o regulamento de uso, ao restringir área e práticas de produção, desempenha um papel de controle no abastecimento, tanto em quantidade quanto em qualidade, contribuindo para a sustentabilidade e atratividade do produto (BIÉNABE; JORDAAN; BRAMLEY, 2013).

A submissão da produção do produto com IG a um regulamento de uso ou caderno de especificações é exigência normativa, tanto brasileira, por meio de instrução normativa do INPI, quanto europeia, conforme estabelecidos nos respectivos regulamentos comunitários. Quanto ao conteúdo do documento, no entanto, as normas não fazem especificações ou detalhamentos. A literatura, por sua vez, aponta as categorias essenciais que esse documento deve ter, conforme se demonstra no quadro 9 abaixo.

Quadro 9 – Conteúdo indispensável do regulamento de uso

Descrição do produto
Deve descrever as características essenciais e diferenciadoras do produto. No caso de produtos agroalimentares especialmente os aspectos físicos, químicos, microbiológicos e organolépticos do produto.
Insumos e matéria-prima
Contém especificações sobre os insumos e as matérias primas que devem ser utilizados no processo de produção, podendo fazer menção àqueles que não devem ser utilizados.
Descrição do processo
Destina-se a formalizar as etapas e aspectos essenciais do processo produtivo como um todo: produção agrícola, transporte, processamento, acondicionamento, tempero, maturação e embalagem, conforme o tipo de produto. Caso seja relevante pode se fazer constar a proibição de determinados métodos de produção.
Demonstração da qualidade específica vinculada à origem geográfica
Apresentação dos elementos que justificam a relação entre qualidade específica e os recursos naturais e humanos da área geográfica em questão.
Definição da área de produção
Descrição da área de produção delimitada e, quando necessário, diferenciação entre a área de produção da matéria-prima e a área de produção do produto com IG propriamente dito.
Nome do produto e regras de etiquetagem
Informações sobre os nomes que o produto deve ter e quando cada um é necessário, além da diferenciação e classificação da qualidade, conforme o estágio de processamento, quando aplicável.
Plano de controle ou sistema de verificação (no próprio regulamento de uso ou associado a ele)
Definição e orientação sobre como serão realizados os controles e, se necessário, informações sobre sistema de certificação.

Fonte: Adaptado de Vandecandelaere et al. (2010, p. 52).

Esse quadro, como se nota, aplica-se principalmente aos produtos agroalimentares e, mais ainda, a DOs ou DOPs e IGP, mas é possível ajustá-lo, já que o regulamento de uso deve ser construído caso a caso, produto por produto, pelos agentes diretamente envolvidos e afetados. "Trata-se, então, de uma construção local e coletiva, reunindo pessoas que geralmente se conhecem bem: vizinhos, familiares, consumidores e produtores, muitas vezes concorrentes no mercado" (CERDAN et al., 2014a, p. 170). Por esse motivo, o estabelecimento das normas deve envolver um processo de amadurecimento, pois o seu objetivo é instituir um consenso entre as partes envolvidas na produção.

Quando o regulamento de uso se apresenta de algum modo *desconectado* do que ocorre no dia a dia da produção, especialmente em relação ao que ocorria antes do reconhecimento da IG, ou seja, as práticas produtivas historicamente estabelecidas, podem surgir problemas.

Problemas com a aplicação e o atendimento ao regulamento de uso estão registrados na literatura, por exemplo, para as quatro primeiras IGs brasileiras reconhecidas. Em geral as dificuldades se referem a: "a) regulamento de uso com normas muito rigorosas a serem cumpridas e b) falta de matéria-prima para atender a demanda em face da necessidade de se cumprir este mesmo regulamento" (CERDAN; BRUCH; VITROLLES, 2014, p. 263).

No que tange ao rigor das normas, elas podem se revelar restritivas de tal modo que seja impraticável para alguns produtores, que poderiam se beneficiar da IG, cumprir os requisitos normatizados. Trata-se de hipótese já verificada no caso do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional (CARLS; SILVA, 2016; CERDAN; BRUCH; VITROLLES, 2014; WILKINSON, 2008) e do Cerrado Mineiro (CERDAN; BRUCH; VITROLLES, 2014).

[...] por ser um café de especialidade, o Café do Cerrado Mineiro é avaliado segundo um método americano: para poder utilizar a IP e justificar as características sensoriais, os cafés devem ser pontuados acima de 75 pontos pela metodologia SCAA (Specialty Coffee Association of America). Os cafés entre 50 e 74 pontos, na metodologia SCAA, são os denominados “cafés rastreados”¹⁴, sem direito ao uso da IP. Todavia, deve-se destacar o rigor desse sistema. Poucos produtores, hoje, conseguem chegar a esse nível de qualidade (CERDAN; BRUCH; VITROLLES, 2014, p. 263).

Já no caso da carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional, “[para] ter certeza que ninguém iria reivindicar ou alegar a falta de diferenciação do produto (carne), foram estabelecidas normas muito rigorosas”. E assim, mesmo atuando em uma área geográfica “[...] de mais de 1,2 milhão de hectares, a Apropampa não consegue abater muitos animais por semana que se enquadrem nos critérios da IG” (CERDAN; BRUCH; VITROLLES, 2014, p. 263-264).

Inúmeras outras questões problemáticas podem ser pontuadas, como, por exemplo, o *desvio de regulamento de uso*, situação com

grandes possibilidades de ocorrer quando se trata de origem de matéria-prima e/ou a sua (in)disponibilidade. "No caso do Vale dos Vinhedos, 85% da matéria-prima deve ser proveniente da área delimitada⁸⁵. E se a uva de variedades *Vitis vinifera* produzidas na região não for suficiente para atender a demanda?" (CERDAN; BRUCH; VITROLLES, 2014, p. 264, grifo dos autores).

No caso do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional, o gado não pode receber ração durante o último ano antes do abate. Mas, se ocorrer uma grande seca? Se um inverno muito rigoroso tivesse consequências gravíssimas sobre a perda de peso do gado, não poderia se autorizar os produtores a complementarem a alimentação com ração? Provavelmente, a falta de matéria-prima deveria ser tomada em conta (CERDAN; BRUCH; VITROLLES, 2014, p. 264).

Outra situação complicada de gerenciar ocorre com a indicação geográfica *Paraty* para cachaça, na qual, segundo as normas de produção e utilização da IG, "[...] a cana-de-açúcar deverá, em sua integralidade, proceder da área delimitada a partir de 2012. Hoje, grande parte da matéria-prima vem de fora da região delimitada. E se a meta não puder ser cumprida?" (CERDAN; BRUCH; VITROLLES, 2014, 264).

Interessante referenciar novamente os dois casos do capítulo anterior. Tanto para o queijo quanto para o azeite de oliva há espaço para certa flexibilidade nas práticas.

No *Comté*, é possível fazer a viragem do queijo manual ou mecanicamente, pois isso não é capaz de alterar o sabor final. Já o leite precisa vir da área demarcada, o que poderia ser um problema de matéria-prima. No entanto, o leite em questão é diferenciado e tem forte participação para o alcance das características do produto final. Além disso, a entidade coletiva compreende também os produtores de leite, de modo que manter a bacia leiteira viável e com qualidade é uma de suas tarefas.

Já o *Toscano* possui diversas indicações geográficas complementares e esse fato tem resultados positivos na manutenção da cadeia produtiva. Isso porque embora *Toscano* seja o nome de mais presença nos holofotes, há diversas regiões dentro da grande área que

⁸⁵ Trata-se de suposição feita em relação às normas da IP Vale dos Vinhedos e não a DO, reconhecida posteriormente.

contribuem para a manutenção dessa percepção do consumidor. Assim, ao invés de tentar padronizar o sabor do produto final, estabeleceram-se as IGs complementares, de modo a permitir que mais atores pudessem fazer parte do sistema sem negar as características particulares de cada sub-região.

Assim, deve-se buscar um meio termo na construção das normas. Ou seja, o conjunto normativo contido no regulamento de uso deve ser rigoroso o suficiente para que seja possível manter a diferenciação do produto e flexível na medida certa para sustentar a concorrência comercial entre os membros de uma determinada IG (UNITED NATIONS INDUSTRIAL DEVELOPMENT ORGANIZATION, 2010).

E deve ir além. O mesmo documento deve estar atento à contribuição de cada ator para a obtenção do produto final objeto da IG, com todas as suas particularidades. Precisa, ainda, estabelecer instrumentos capazes de auxiliar o grupo no alcance de objetivos não econômicos, como a proteção da biodiversidade, os métodos de produção tradicionais, a culinária e o patrimônio cultural (UNITED NATIONS INDUSTRIAL DEVELOPMENT ORGANIZATION, 2010).

Especialmente no Brasil há uma *discussão* a respeito do que deveria ser abrangido no regulamento de uso de cada uma das espécies de indicação geográfica. Isso porque embora a proteção concedida seja a mesma para indicações de procedência e denominações de origem, as exigências para o reconhecimento e registro são distintas (CARLS; SILVA, 2016; LOCATELLI; 2016; LOCATELLI; CARLS, 2014).

Essa discussão ganha especial atenção quando se trata de indicação de procedência. Nesse caso, muitas vezes ocorre do regulamento de uso disciplinar regras quanto a qualidades específicas, embora a lei exija *apenas* a comprovação de notoriedade. Tal conduta pode contribuir, inclusive, para a exclusão injustificada de produtores do sistema da IG, quando não são respeitadas as práticas estabelecidas historicamente (CARLS; SILVA, 2016; LOCATELLI; 2016; LOCATELLI; CARLS, 2014).

Há posições que sugerem um regulamento de uso *mínimo* nos casos de IP, desde que atento à realidade da produção e que ensejaram o reconhecimento, até mesmo porque cada produtor pode individualmente adotar parâmetros de qualidade mais rígidos ou outros diferenciais (LOCATELLI; CARLS, 2014; LOCATELLI, 2016).

No momento em que se trabalha na construção e consolidação do dossiê para futuro pedido de registro, independentemente de se tratar de

IP ou DO, há quatro situações diferentes que podem ser encontradas⁸⁶. As duas primeiras dizem respeito às indicações de procedência, cenário no qual se pode ter:

1. Uma IP (ou potencial IP) que possui notoriedade, mas não uma qualidade específica ligada ao território. Exemplo: o município de Franca, em São Paulo, é bastante conhecido pela fabricação de calçados. A qualidade destes, no entanto, não está necessariamente ligada ao meio geográfico, uma vez que poderia ser fabricado em outro local e apresentar qualidades muito semelhantes.
2. Uma IP (ou potencial IP) que possui notoriedade e também uma qualidade específica ligada ao território, mas com difícil comprovação dessa ligação. Esse pode ser o caso de produtos produzidos numa área geográfica muito grande (como o Café do Cerrado) ou em casos onde a principal influência do meio são os fatores humanos, pois a comprovação (“científica”) nesses casos é mais complicada. [...] (VELLOSO et al., 2014, p. 105).

Já no caso das denominações de origem, as duas situações possíveis registradas são as seguintes:

3. Uma DO (ou potencial DO) que não possui ainda uma notoriedade, mas tem qualidades específicas que se devem comprovadamente ao meio. Como um produto que possui essas qualidades e é comprovadamente único não possui reputação? Esse pode ser o caso, por exemplo, de um produto bastante específico que não possui muita história, um produto recente no mercado que foi buscar no local mais propício possível (seja por experimentações, por particularidades físicas do meio ou utilização de alta tecnologia) a sua origem de produção.
4. Uma DO (ou potencial DO) possui notoriedade e qualidades específicas que se devem comprovadamente ao meio. O presunto de Parma, na Itália, é um desses casos. Ele apresenta grande

⁸⁶ Nessas situações se fala em notoriedade e não reputação porque se trata de literatura brasileira.

notoriedade (aliada ainda a uma história) e suas qualidades são devidas, sobretudo, a influências climáticas (VELLOSO et al., 2014, p. 105).

De acordo com a lei, as situações de número um e três seriam suficientes para se reconhecer uma IP e uma DO, respectivamente. Assim, o correspondente regulamento de uso, atendendo ao exposto no dossiê elaborado para o reconhecimento faria menção, no caso da primeira, apenas às regras de produção pertinentes à delimitação geográfica, garantindo que o produto com IG fosse produzido apenas nos limites da região notória. Enquanto isso, no caso da DO, além da delimitação geográfica que garantiria a produção apenas na área onde as características naturais e humanas estivessem presentes, o regulamento de uso traria disposições quanto a qualidades específicas do produto.

Nesse exato sentido é a posição de especialistas no tema entrevistados para esta pesquisa, especialmente o conselheiro em propriedade intelectual da Organização Mundial do Comércio, Senhor Wolf Meier-Ewert e do então chefe do sistema de Lisboa para registros de denominações de origem da Organização Mundial da Propriedade Intelectual, Senhor Matthijs Geuze. Na opinião dos entrevistados, quando se trata de uma IP, nos termos da legislação brasileira, que apresente como fator de ligação ao território tão somente a notoriedade/reputação, bastaria que se dissesse que o produto protegido pela IG, *conforme descrito*, é aquele produzido no respectivo espaço geográfico formalmente delimitado.

Verificou-se, no entanto, que tanto o regulamento de uso da DOP *Comté* quando da IGP *Toscana* trazem regras bastante detalhadas em relação ao processo produtivo e aspectos relacionados à qualidade, mesmo em se tratando de modalidades distintas de indicação geográfica. Ambos funcionam bem e são seguidos pelos produtores.

A ressalva a ser feita, porém, diz respeito aos conceitos de DOP e IGP contidos na legislação europeia. Lá se verifica que uma IGP pode ter não apenas a reputação, mas também qualidade ou outra característica que a ligue ao meio geográfico. A depender do regulamento correspondente, é exigido, por exemplo, que porcentagem específica da matéria prima seja originária da área delimitada, ou que sejam descritas características físicas, químicas e/ou organolépticas, ou que certas etapas da produção ocorram no local, o que logicamente demanda a existência de regras.

Ou seja, o azeite de oliva extra virgem IGP *Toscana* possui em seu regulamento de uso regras concernentes à qualidade específica

porque esse fator também foi decisivo para o seu reconhecimento como IGP. Além disso, a definição das características do produto final objeto da indicação geográfica, bem como o processo produtivo não são demasiadamente restritivos. Existe certo grau de independência e cada produtor é livre para conferir seu *toque especial* ao produto, desde que, ao final, ele esteja dentro dos parâmetros determinados.

Da mesma forma, ainda que se trate de DOP, onde o requisito da qualidade específica é obrigatório, não há menção de que o regulamento de uso do *Comté* seja responsável por inviabilizar a produção de determinados produtores por incapacidade de cumprir os requisitos estabelecidos. Nesse caso também foram consideradas as práticas historicamente estabelecidas na produção do queijo, sem a necessidade de padronização excessiva.

Nesse horizonte, chama-se atenção para o fato de que:

Para uma IP, tudo o que se pede é a comprovação da notoriedade. Isso não impede, no entanto, que se incorporem elementos que façam a ligação do produto ao território além da notoriedade.

Aliás, quanto mais elementos forem reunidos e incorporados ao dossiê de pedido, mais força ele terá perante o INPI, como IG a ser reconhecida.

O mesmo vale para uma DO, onde temos uma situação inversa, isto é, onde é obrigatória a comprovação da qualidade ligada ao território e não necessariamente a comprovação da notoriedade. A incorporação desta no pedido o enriquece muito e lhe dá mais credibilidade (VELLOSO et al., 2014, p. 106).

Isso porque diferentes características ou qualidades objetivas ou subjetivas podem cativar o consumidor, a depender do produto. Podem estar relacionados a uma particularidade intrínseca, como o aroma, a textura, o sabor, a forma ou a cor. Ou pode ser o caso de o diferencial estar contido em um atributo extrínseco, como a forma de produzir, preparar e consumir o produto. O atributo pode estar vinculado subjetiva, material ou simbolicamente. O diferencial pode ser emocional, representado pela clara informação de que o produto *pertence, faz parte* de determinada comunidade; ético ou social, materializado pela preservação de tradições e do saber fazer, apoio e suporte aos produtores; ou, social e *da moda*, podendo refletir um determinado *status* social (VANDECANDELAERE et al., 2010).

Quando se opta por trazer mais elementos do que o necessário no dossiê elaborado para o reconhecimento da IG, independentemente da modalidade em questão, naturalmente se espera que esses elementos estejam destacados no produto final, mas não se espera que, necessariamente devam estar no regulamento de uso, porque muitas vezes não há razão para tal.

Diante do exposto, portanto, é possível apontar qual o papel do regulamento de uso. Em geral, tratando-se de IPs ou DOs como existem na norma brasileira, ou de IGPs ou DOPs como na legislação europeia. A resposta para a questão que busca determinar o papel do regulamento de uso para o sucesso de uma indicação geográfica é uma só: *refletor da realidade*.

Significa que, de acordo com o que foi exposto, o papel do regulamento de uso é o de refletir a realidade que ensejou o reconhecimento da indicação geográfica ao mesmo tempo que deve permitir a incorporação de modernizações que não interfiram no produto final. Deve ser um documento dinâmico, capaz de se modernizar quando necessário.

Se existe *apenas* a notoriedade, a reputação; se na caracterização do produto não aparecem qualidades específicas ou outras características que o possam diferenciar; se não há particularidades sobre métodos de produção homogêneos, sejam flexíveis ou não, o regulamento de uso pode perfeitamente se restringir *apenas* aos aspectos da delimitação geográfica. É o caso de uma regulação mínima, pois é o reflexo da realidade, cujas práticas reiteradas pelos produtores alimentam a notoriedade sem que precise haver normatização, controle e juízos de valor sobre métodos de produção, qualidade ou outra característica. É o exemplo da indicação de procedência nos moldes da legislação brasileira.

Mas a discussão em relação ao regulamento de uso das IPs vai além da questão do seu conteúdo. Apenas verificando-se o conceito da espécie e considerando a exigência feita na instrução normativa, o regulamento de uso mínimo se mostra adequado e suficiente, ou seja, basta que o documento faça menção à área geográfica na qual deve ocorrer a produção, extração ou fabricação do produto ou a prestação do serviço para que atenda o requisito da instrução normativa.

O tema, no entanto, ganha novos contornos quando se volta à questão da hierarquia das normas, uma vez que é nítido o paradoxo entre a definição da modalidade IP contida na lei e a exigência de um regulamento de uso feita na instrução normativa.

No presente caso, portanto, entende-se que a IN, ao exigir a presença do regulamento de uso para as indicações de procedência foi redigida em dissonância da lei, criando demanda totalmente nova e incoerente com a previsão legal. Logo, sugere-se que a instrução normativa seja revista e revogada e exigência, passando o texto a ter a seguinte redação:

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, **quando se tratar de pedido de registro de denominação de origem.**

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.

[...] (BRASIL, 2013, grifos nossos).

Não sendo realizada alteração na IN, ela continua incoerente e contrária à lei. Como não se fala em conteúdo do regulamento de uso, entretanto, um documento mínimo, no qual se faça constar a delimitação da área geográfica de produção se mostra suficiente para cumprir o requisito.

Caso não exista notoriedade ou reputação é o caso de uma denominação de origem, desde que atendidas às exigências correspondentes, é claro. Assim, por óbvio que devem, obrigatoriamente, haver regras sobre a qualidade específica e/ou a característica que, em função dos recursos naturais e humanos presentes no meio geográfico em questão são indispensáveis para a manutenção da IG, com o correspondente modo de fazer.

Em síntese, a coletividade reunida e engajada na construção do dossiê para o reconhecimento da indicação geográfica deve refletir sobre *o que* caracteriza aquele ativo intangível e *como* o caracteriza, independentemente da modalidade de indicação geográfica em questão. Os elementos que estiverem presentes na caracterização do produto devem, de alguma forma, e com a flexibilidade que for possível caso a caso, ser verificados no produto final, mas não precisam estar todos, necessariamente, no regulamento de uso.

Já a verificação do cumprimento das regras estabelecidas no regulamento de uso, por sua vez, cabe à estrutura comumente referida no Brasil como conselho regulador. É a estrutura cuja existência e composição estão previstas no estatuto da estrutura de gestão e desempenha suas atividades amparada pelo regulamento de uso e plano de controle.

Ressalta-se que, independentemente de se tratar de uma DO ou IP, uma vez que exista regulamento de uso, é necessário realizar a verificação e fiscalização do cumprimento das normas positivadas no documento, motivo pelo qual a atividade do conselho regulador é essencial.

Com relação aos sistemas de controle, a importância da chancela que afirma que as regras foram seguidas se confirma não apenas para os produtores, mas também para os consumidores. Como existe uma relação de interdependência, de oferta e procura, o controle de conformidade é necessário e benéfico para ambas as partes.

Os consumidores têm demonstrado mais cuidado com o que estão comprando, principalmente quando se trata de produtos agroalimentares, tanto em relação à qualidade, características e apresentação do produto (ingredientes, sabor, textura, embalagem) quanto no que se refere ao processo de produção, quando frequentemente se perguntam (VANDECANDELAERE et al., 2010):

- (i) O processo de produção respeita padrões éticos?
- (ii) O processo de produção considera a necessidade de preservação do meio ambiente e das tradições?
- (iii) Esse produto é típico do local onde é produzido?
- (iv) Quem são os produtores por trás do produto e quais suas particularidades e traços culturais?

Quando há respostas positivas e satisfatórias para essas questões os consumidores frequentemente olham o produto de uma forma diferente e se dispõem a pagar mais por ele. Para isso, eles esperam que sejam facilmente identificáveis informações quanto à (VANDECANDELAERE et al., 2010):

(i) Origem, processo de fabricação e especificidades do produto em questão;

(ii) Embalagem e rotulagem, com identificação e informações claras e objetivas; e,

(iii) Rastreabilidade, ou *quem é o responsável por aquele produto*.

Assim, um sistema de controle se apresenta como um sistema de garantia da conformidade do produto com as regras estabelecidas no regulamento de uso e harmonia em relação aos mecanismos de fiscalização.

A forma como esse sistema de garantia é organizado e funciona é variável e depende das características específicas do mercado e do contexto econômico, social e cultural no qual a IG está inserida. Em mercados locais, por exemplo, a proximidade entre produtores e consumidores é um fato que facilita a criação e o fortalecimento da confiança. Desenvolve-se, além do sistema formal de controle, um sistema social informal comunitário de verificação de conformidade (VANDECANDELAERE et al., 2010).

De outra forma, quando inexistente a facilidade de contato pessoal, é preciso desenvolver um sistema que compreenda mecanismos eficientes na verificação de conformidade do produto, ou seja, formaliza-se um sistema de controle mais *complexo* e que envolve concomitantemente (VANDECANDELAERE et al., 2010):

(i) Preservar a capacidade do produtor de verificar e garantir a si próprio e provar a outros produtores que ele tem produzido o produto de acordo com as regras estabelecidas no regulamento de uso; e,

(ii) Garantir à comunidade e aos consumidores que adquiram o produto com IG que o mesmo foi submetido ao correspondente controle e aprovado, estando sua apresentação final de acordo com a caracterização oficial.

Em geral, o sistema de verificação de conformidade do produto está assentado em alguns componentes principais (CERDAN et al., 2014; VANDECANDELAERE et al., 2010), a saber:

(i) Matéria-prima e processos e hábitos e práticas;

(ii) Origem geográfica ou rastreabilidade; e,

(iii) Produto final, cujo controle pode envolver degustação e/ou análise sensorial.

O plano de controle responsável pelas etapas de verificação pode, em realidade, estar subdividido e sistematizado em forma de tabelas ou quadros e dividido por tipo de atores da cadeia, como produtores,

transformadores, distribuidores (CERDAN et al., 2014), tal como ocorre nos casos descritos no capítulo anterior, especialmente o *Comté*.

Quanto à execução da verificação de conformidade na prática, há diferentes formas de se realizar, mencionando-se, regra geral, as modalidades de autocontrole, controle interno e controle externo. Este último podendo ser executado por órgão acreditador público ou privado e também sob a forma de certificação. Em qualquer dos casos, porém, a finalidade do controle é sempre avaliar se as regras de produção, transformação e elaboração foram seguidas e se o produto final está de acordo com a definição do regulamento. Nesse sentido, "[o] ato de controlar compõe-se de diferentes fases: conhecer os textos (regulamento de uso), conhecer os fatos e as práticas, avaliar e aprovar ou recusar (propor ações corretivas)" (CERDAN et al., 2014, p. 183).

O quadro 10 ilustra detalhadamente como os diferentes sistemas de verificação são executados na prática.

Quadro 10 – Diferentes tipos de sistemas de verificação

(continua)

Verificação por primeira parte
<p>Esse tipo de controle funciona a partir da atuação dos próprios produtores, que executam autocontroles (individualmente) ou controles internos (via de regra coordenados pela estrutura de gestão ou especificamente de controle, quando existente). Nesse sistema os produtores assumem a responsabilidade pela confiabilidade do controle. Eles podem assinar um documento formal, um <i>certificado</i> ou <i>atestado</i>, por exemplo, de forma individual ou coletivamente.</p> <p>Nesse caso, as sanções sociais e as relações de confiança baseadas na cultura e na proximidade geográfica são elementos que contribuem para a observância das regras.</p> <p>O autocontrole ou controle interno funcionam especialmente bem para produções em pequena escala, modos de produção essencialmente artesanais e cuja produção é voltada sobretudo para o mercado local.</p>
Verificação por segunda parte
<p>Caracteriza-se por ser um sistema de controle no qual um agente de comércio avalia se os fornecedores cumprem adequadamente os requisitos do regulamento de uso. O modelo tem sido bastante utilizado por varejistas e sua eficácia depende do grau de reputação do agente verificador.</p>
Sistema participativo
<p>O sistema em questão compreende a participação ativa de atores de diversos seguimentos, como envolvimento tanto interna quanto externamente à cadeia produtiva, podendo incluir consumidores, por exemplo. Sua base é a confiança, as redes sociais e a troca de conhecimentos.</p>

Quadro 10 – Diferentes tipos de sistemas de verificação

(conclusão)

O sistema em questão compreende a participação ativa de atores de diversos seguimentos, como envolvimento tanto interna quanto externamente à cadeia produtiva, podendo incluir consumidores, por exemplo. Sua base é a confiança, as redes sociais e a troca de conhecimentos.

É uma alternativa recomendada para propriedades com pequena escala e mercados diretos locais.

A gestão fica por conta de um órgão aglutinador das partes interessadas, incluindo produtores, autoridades locais e compradores, que executa o próprio controle da cadeia produtiva da IG.

Certificação por terceira parte

É um sistema que envolve um órgão externo e independente, podendo ser público, privado ou resultado de uma parceria público-privada e sem interesse na relação econômica entre fornecedor e comprador, cuja avaliação garanta que as normas aplicáveis foram seguidas. Na prática funciona geralmente como um sistema de certificação.

Há um movimento geral ao redor do mundo para o estabelecimento nacional de sistemas de garantia (seja na forma de serviços de acreditação internacional ou organismos de certificação) para produtos destinados à exportação. É uma tendência motivada sobretudo pela demanda de comerciantes e consumidores de países desenvolvidos.

Fonte: Adaptado de Vandecandelaere et al. (2010, p. 74).

No sistema participativo e na verificação por primeira parte, tem-se clara a figura do conselho regulador. Em outros sistemas ao redor do mundo essa figura pode não existir, ou as suas atividades podem ser de apenas de acompanhamento, quando todo o controle é feito externamente.

No sistema de controle onde a verificação em forma de certificação é feita por terceira parte, normalmente os padrões de avaliação são mais rígidos. A presença de um sistema de controle de conformidade rigoroso pode ser sugerida ou necessária por algumas razões: exigência legal, como é o caso das IGs localizadas no território da União Europeia; estabelecimento de bases fortes de garantia de padrões de qualidade; ou, fomento de confiança entre os atores da cadeia (UNITED NATIONS INDUSTRIAL DEVELOPMENT ORGANIZATION, 2010).

Nesse cenário, além do questionamento acerca do papel do conselho regulador em uma IG de sucesso, há dúvidas quanto à forma que o controle deve assumir. Interno, externo, autocontrole.

No Brasil, onde o controle externo não é exigência (mas existe em algumas IGs), é comum o controle oficial materializar-se pelo controle interno, amparado, ainda, nas referências estabelecidas pelo autocontrole. Nesse caso, a chancela oficial da conformidade do produto com as normas do regulamento de uso é dada pelo conselho regulador.

Na Europa é mais comum encontrar um controle misto, já que o externo é exigido pelos regulamentos comunitários e geralmente funciona em conjunto com o autocontrole e o controle interno, posto que todo produtor quer, individualmente, resguardar a sua produção e a estrutura representativa da coletividade e o órgão de controle procuram sistematizar as atividades dos atores da cadeia. Nessa realidade, a chancela é dada pela certificadora externa, seja pública, como no caso do *Comté*, ou privada, como no caso do *Toscana*.

No entanto, certificação externa não necessariamente significa consolidação de benefícios tangíveis para os produtores ou consumidores. E, sempre que essa for a opção, deve se manter estruturado um controle interno, a fim de reduzir custos, caso em que as atividades da entidade externa podem ser diminuídas (UNITED NATIONS INDUSTRIAL DEVELOPMENT ORGANIZATION, 2010).

Ainda assim, aponta-se que a verificação externa se mostra como a opção mais adequada em termos de credibilidade e transparência. No entanto, considerando a hipossuficiência econômica de muitos produtores, o que impossibilita a adesão ao controle externo, o controle interno se apresenta, no ambiente nacional atual, como opção intermediária e viável para o controle das IGs, em termos de custos e de credibilidade. O autocontrole, como única ferramenta de fiscalização, não se mostra adequado, pois gera muitas incertezas, ainda que se considere o produtor como maior interessado no cumprimento das normas (LOCATELLI, 2016).

As opiniões do conselheiro em propriedade intelectual da Organização Mundial do Comércio, Senhor Wolf Meier-Ewert e do então chefe do sistema de Lisboa para registros de denominações de origem da Organização Mundial da Propriedade Intelectual, Senhor Matthijs Geuze são no sentido de que o autocontrole e o controle interno, nos casos em que a lei não exige a verificação externa, seriam suficientes. A justificativa é que os produtores são os maiores interessados em cumprir as normas e manter a caracterização do

produto. Assim, havendo um órgão de gestão da IG representativo de todos os atores envolvidos na cadeia e um órgão de controle comprometido, especialmente nas cadeias pequenas e médias, o sistema de autocontrole e controle interno em conjunto seriam eficazes e suficientes para garantir um produto final conforme o esperado.

Na opinião dos mesmos, quando a cadeia é demasiadamente grande a fiscalização externa é aconselhável, mas sempre em conjunto com o autocontrole e o controle interno. Ainda, é também uma alternativa a considerar quando não há confiança nos membros do conselho, apesar de que, se esse for o caso, suspeita-se que a questão tenha que ser atacada também por meio de uma reestruturação dos órgãos de controle e gestão, de modo a reestabelecer a relação de cooperação e confiança que deve estar presente em todo sistema de IG.

Tais posicionamentos têm respaldo. Verifica-se, por exemplo, o caso da indicação geográfica *Cerrado Mineiro*, para café. A cadeia produtiva é demasiadamente grande e complexa, de modo que a opção pelo sistema externo se revela mais coerente.

Nessa linha de interpretação, pode-se afirmar que o papel da estrutura de controle é, por óbvio, de *garantidor do produto caracterizado*. Ele é o órgão responsável, na estrutura do sistema da IG, por garantir que o produto final que será ofertado ao consumidor com o signo distintivo representativo da indicação geográfica seguiu as regras enumeradas no regulamento de uso na sua totalidade. Ostenta, ainda, um papel *aconselhador, orientador*, pois deve ser sensível a eventuais dificuldades de um ou mais produtores em cumprir as regras, situação em que deve colocar sua expertise à disposição do bem maior, a IG.

Definidos os papéis do regulamento de uso e da estrutura de controle, há ainda outro ponto que se pode destacar por sua associação direta: é a rastreabilidade. O conceito de rastreabilidade da Organização Internacional de Normalização, ou apenas ISO (do inglês *International Organization for Standardization*) é abrangente e estabelece que a rastreabilidade tem a ver com a capacidade de rastrear a história, o processo e a localização, sempre que esses aspectos forem relevantes (ISO, 2000).

No caso de um produto, que é o resultado de um processo empreendido a partir de determinadas matérias-primas, o sistema de rastreabilidade pode incluir, entre as informações disponíveis, a origem dos materiais, o histórico de processamento e distribuição, a origem geográfica e a localização do ponto de venda, por exemplo. E pode estar disponível para qualquer consumidor, não apenas como forma de controle do cumprimento das exigências do regulamento de uso.

Por esses motivos é que, em se tratando de indicações geográficas, um sistema de rastreabilidade, ainda que não seja exigido por lei, é bem-vindo. Ele pode indicar claramente as etapas realizadas desde a matéria-prima e suas características até a chegada do produto final nas mãos do consumidor, além de nominar as empresas e/ou produtores envolvidos no processo. A existência do sistema de rastreabilidade permite, assim, que o próprio consumidor verifique se o regulamento de uso foi seguido, abrindo espaço, inclusive, para intervenções caso seja verificada alguma irregularidade (VANDECANDELAERE et al., 2010).

Deslocado do circuito dos produtos que geralmente estão no centro do universo das IGs, como os vinhos e o café, a indicação de procedência *Pelotas*, para doces finos, mantém um sistema de rastreabilidade para os doces produzidos segundo as regras do regulamento de uso e que está acessível a todos os interessados.

Cada doce comercializado vem com uma etiqueta adesiva onde se encontra um código de rastreio. Com esse código⁸⁷ em mãos o consumidor acessa o sítio da associação de produtores de doces de *Pelotas*⁸⁸ e consulta ao histórico do produto, desde a matéria-prima. A interface é amigável e a consulta é feita de forma simples, como mostrado na figura 9. As informações disponibilizadas estão dispostas de maneira clara e objetiva incluindo: (i) identificação do produtor; (ii) nome e foto do doce; (iii) ingredientes; (iv) data de produção e validade; e, (v) orientações sobre conservação.

⁸⁷ Para fins de verificação do funcionamento da ferramenta, pode-se utilizar o código BR000000623A.

⁸⁸ Disponível em: <<http://docesdepelotas.org.br/sistema/consumidor>>.

Figura 9 – Sistema de rastreabilidade da IP *Pelotas*

Fonte: Associação dos produtores de doces de Pelotas ([2012]).

Ultrapassada a definição dos papéis do regulamento de uso e das estruturas de gestão e controle nas indicações geográficas, reserva-se um espaço para refletir, com base nessas definições, sobre o que se pode aprender dos casos europeus apresentados e o que se pode, eventualmente, aplicar na realidade brasileira, o que deve ser enfatizado e o que pode ser melhorado, somando-se aos parâmetros já sugeridos acima.

4.3 DESAFIOS

Os exemplos europeus trazidos no terceiro capítulo, além de contribuir para as definições buscadas por esta pesquisa, oferecem lições a respeito da agregação de valor e proteção dos *produtos tradicionais locais* e do saber fazer, da geração de desenvolvimento. Permitem, ainda, corroborar que a indicação geográfica, como estratégia para alcançar esses resultados é relevante para países cujo histórico e legislação correlata ao tema ainda são *novos*.

É preciso, portanto, aprender com esses exemplos e saber aproveitar o que é compatível com a realidade de cada lugar, nesse caso a brasileira. Assim, a parte final deste capítulo tem como objetivo enumerar, do ponto de vista teórico, com base em estudos bibliográficos e não em pesquisa de campo, aspectos que podem ser tomados como exemplo para alavancar o contexto brasileiro de produtos cujas IGs já

tenham sido reconhecidas, bem como os potenciais e os aspectos que, aparentemente, não têm, nesse momento, condições de serem replicados.

Não significa afirmar que o sistema brasileiro e as IGs brasileiras já reconhecidas sejam falhos. É dizer que o país tem muito a aprender com quem tem mais experiência, mas que também tem feito o dever de casa. O Vale dos Vinhedos (IP e DO) é uma região emblemática, na qual pode-se afirmar que uma cesta de bens e serviços territorializados tem sido aperfeiçoada constantemente, e a IG está contribuindo para o desenvolvimento da região. No entanto, diversas questões relacionadas à gestão e controle ainda podem ser aprimoradas.

O primeiro caso apresentado, o da DOP *Comté* confirma que produtos que contam com uma distintividade e tem esse atributo valorizado no mercado, são capazes de fazer aumentar os rendimentos de todos os envolvidos na cadeia produtiva, nesse caso, os produtores de leite, os queijeiros e os maturadores, e contribuir para o desenvolvimento regional (GERZ; DUPONT, 2006).

A presença da indicação geográfica mostrou-se adequada nas tarefas de (i) agregar valor ao produto tanto para mercados internos quanto externos; (ii) aproveitar-se do saber fazer; (iii) criar e manter postos de trabalho na região produtora; e, (iv) preservar e promover a paisagem ao desenvolver o turismo (GERZ; DUPONT, 2006).

Trata-se de sucesso baseado na identidade cultural, natural e técnica e da qualidade e coerência do regulamento de uso e das estruturas de controle e gestão, graças às quais a IG é gerida de forma eficiente e eficaz.

Também no caso da IGP *Toscana* tem-se um exemplo no qual a cooperação entre os atores favoreceu o sucesso do projeto. A aplicação de taxa de avaliação de conformidade em valores mais baixos para pequenos produtores, a fim de estimular a sua participação no sistema e permitir que fossem capazes de cumprir as exigências é prova da importância de estruturas de controle e gestão atentas à realidade.

A IGP *Toscana* foi capaz de adotar uma política inclusiva e que veio para beneficiar toda a comunidade, aumentando o orgulho e o sentimento de pertencimento, além do aumento e manutenção dos postos de trabalho.

Diante desses dois exemplos, tendo em consideração o papel do regulamento de uso e das estruturas de gestão e controle na fase de gestão pós-registro das indicações geográficas, cuja eficácia e eficiência são essenciais para que as IGs gerem desenvolvimento, enumeram-se a seguir aspectos que podem ser aproveitados na condução e aplicação da ferramenta no Brasil.

São perspectivas orientadoras extraídas dos casos estudados e que vinculadas ao projeto de IG em geral, que envolvem o cenário institucional normativo, oferta de políticas públicas e ambiente produtivo (GERZ; DUPONT, 2006):

(i) **Iniciativa:** o projeto para o reconhecimento de uma indicação geográfica deve se basear em um ativo social, cultural, natural e econômico existente, relevante e promissor.

(ii) **Mobilização:** deve haver um compromisso conjunto claro entre pessoas dispostas a produzir e comercializar esse ativo de acordo com as regras que serão documentadas e em colaboração com as estruturas de controle e gestão que serão constituídas;

(iii) **Relacionamento:** independente da condição de concorrência no mercado, os produtores devem estar dispostos a cultivar uma relação de cooperação no ambiente do sistema da IG, a fim de manter a qualidade, reputação ou outra característica em função qual a indicação geográfica foi reconhecida;

(iv) **Responsabilidade e compromisso:** presença de uma rede funcional ou de uma estrutura de coordenação com responsabilidade e compromisso para desenhar e estruturar o projeto para o reconhecimento da IG, desde a caracterização do produto, até a proteção e promoção da IG;

(v) **Organização:** os atores da cadeia produtiva devem estar organizados e terem confiança uns nos outros e nos representantes investidos nos cargos de direção. A mesma organização e confiança deve existir quando se tratar de definições a respeito de investimentos que se fizerem necessários para a manutenção das características e promoção do produto. Por fim, dentro do possível, devem receber apoio de autoridades públicas no que diz respeito ao cumprimento das regras de produção;

(vi) **Transparência:** a comunicação entre os atores da cadeia deve ser transparente e fluída;

(vii) **Meio ambiente:** além da manutenção da caracterização do produto, é desejável que as regras de produção estejam atentas às necessidades de manutenção cultural e ambiental da área geográfica na qual a IG está inserida;

(viii) **Ambiente institucional:** existência de um ambiente institucional convidativo para o desenvolvimento bem-sucedido da indicação geográfica, incluindo leis e políticas voltadas à proteção e à promoção do produto e do território e disponibilidade de apoio financeiro. Nesse sentido:

[...] é indiscutível o avanço que representou a Lei da Propriedade Industrial brasileira no quadro das indicações geográficas. Todavia, 20 anos depois impõe-se uma tutela mais forte e mais vasta desde logo para responder aos interesses económicos brasileiros em presença – a importância das indicações geográficas no Brasil como instrumento de desenvolvimento económico é evidente (ALMEIDA, 2016, p. 231).

(ix) Alianças: criação, manutenção e fortalecimento de alianças estratégicas entre atores da cadeia produtiva e fora dela, sejam públicos ou privados, como agências de financiamento, representantes políticos com poderes decisório, centros de pesquisa e extensão; e,

(x) Sinergia: entre os atores da cadeia produtiva e a comunidade, setor turístico, restaurante e hotéis, entre outros.

Diante dessa enumeração, percebe-se claramente, que a indicação geográfica não é para todos. Pode ocorrer de não ser o signo distintivo adequado para a valorização e promoção de determinado produto ou serviço. Se assim for, a sugestão é que seja buscada alternativa, como uma marca coletiva ou de certificação, na hipótese de existir uma coerência coletiva. No Brasil, especialmente quando os produtores são orientados por instituições como universidades ou empresas de extensão, essa questão é debatida.

Reafirma-se que deve haver mobilização, responsabilidade e compromisso conjuntos, pois uma IG é feita de uma coletividade, tanto de produtores quanto da comunidade. A qualidade do relacionamento entre essa coletividade é fator de impacto imediato na gestão ante e pós-registro.

O respeito ao meio ambiente, seja em relação às questões ambientais propriamente ditas ou o meio ambiente cultural deve estar expresso nas normas de produção e na condução das atividades. Sem o meio ambiente característico daquela IG, ela deixa de existir em sua plenitude.

Para atingir o desenvolvimento pleno, oferecendo uma cesta de bens e serviços vinculados à IG, são necessárias alianças e sinergia entre os atores envolvidos na cadeia de produção e a comunidade, instituições públicas e privadas.

Para que essas recomendações possam ser seguidas e então que se alcance o sucesso da IG, os achados desta pesquisa mostram que é importante:

(i) Aprimorar o sistema jurídico-institucional ao qual as IGs estão vinculadas;

(ii) Estruturar políticas de incentivo e orientação contínuas, com pessoal e recursos financeiros disponíveis para atender um número razoável de produtores ao mesmo tempo e assim auxiliar no desenvolvimento dos inúmeros potenciais brasileiros; e,

(iii) No que diz respeito ao controle, embora pareça não haver meios financeiros para se estabelecer um controle externo público, que se tenha à disposição uma estrutura orientadora e de consultoria para os produtores.

Seguramente há outros pontos a enumerar em ambos os conjuntos, mas ser exaustivo não é o objetivo deste tópico. O Brasil é um país bastante desenvolvido em termos de agricultura e pecuária, conta com diversidade cultural e recursos naturais. Certamente há muito mais produtos agroalimentares, naturais e artesanatos esperando sua vez de receber orientação para potencializar seu valor no mercado e na sociedade.

Isso porque a indicação geográfica é um ativo capaz de gerar desenvolvimento, devendo ser utilizado nesse sentido. E para que o desenvolvimento seja alcançado a observância dos papéis definidos nesta pesquisa, todos diretamente ligados à gestão, é fundamental para o sucesso das indicações geográficas.

CONCLUSÃO

O objetivo da tese consistiu em definir qual o papel do regulamento de uso e das estruturas de gestão e controle nas indicações geográficas brasileiras. A partir desse objetivo e considerando ser a gestão pós-registro das IGs um fator crítico para o seu sucesso, construiu-se o problema (P¹), que consistiu em definir qual o papel desse documento e dessas estruturas nas IGs e oferecem-se as hipóteses (TE).

Com o intuito de investigar o problema proposto e as hipóteses oferecidas considerando o objetivo principal, foram desenvolvidos quatro capítulos concernentes a cada um dos objetivos específicos e que serviram para criar um ambiente adequado à avaliação das hipóteses.

Tratar das relações entre as indicações geográficas e desenvolvimento e, por consequência entre o direito e o direito da propriedade intelectual e o desenvolvimento foi de fundamental importância para fixar as indicações geográficas enquanto fenômenos jurídicos com especial aptidão para a instrumentalização do desenvolvimento. Foi também essencial para que se pudesse compreender as IGs como ferramentas de desenvolvimento baseadas no mercado e capazes de gerar benefícios locais, culminando na exposição dos elementos e características de uma indicação geográfica bem-sucedida, ou seja, aquela capaz de gerar desenvolvimento.

Esse primeiro capítulo representou a fundação da construção que se realizou nesta tese e explorou as particularidades apontadas como elementos e fatores de sucesso para uma IG, permitindo conhecer inúmeras outras disciplinas que integram o processo de formação, consolidação e gestão desse signo distintivo coletivos. Essa interação se mostra sempre positiva, pois confirma que o direito não é um campo do conhecimento à parte, ele está à disposição da sociedade e é fator determinante em muitos processos de desenvolvimento.

O entendimento de que o desenvolvimento, pautado ou não nas IGs, é uma conjunção de fatores e que, para ser completo requer também a existência real da vertente econômica é inestimável para avaliação do potencial de uma indicação geográfica enquanto instrumento de desenvolvimento. Ou seja, a história e a tradição devem ser preservadas e promovidas e as IGs exercem um papel importante nesse sentido. No entanto, a IG é um projeto que requer muita energia, tempo, dedicação, comprometimento e recursos financeiros. Se o projeto não apresentar potencial de geração de benefícios econômicos, deve ser repensado, pois sem ele, todos os demais aspectos do desenvolvimento podem restar prejudicados.

Logicamente que as informações desse capítulo, com a função de base, serviram a todos os demais, porém especialmente ao terceiro e ao quarto, pois sem a fundamentação teórica nele apresentada a compreensão do restante do trabalho estaria, de certa forma, comprometida.

O segundo capítulo, em que pese tratar de descrição de leis, normas e regulamentos, com passagens pelas políticas públicas, também foi essencial. Isso porque, para se entender os exemplos trazidos no terceiro capítulo, bem como desenvolver o capítulo de número quatro, foi fundamental analisar o arcabouço normativo pertinente às IGs nos cenários internacional, europeu e brasileiro. Conhecer as minúcias de cada sistema se mostrou valioso na determinação dos papéis que se pretendeu definir.

Compreender as raízes das criações de leis, normas e regulamentos é indispensável para entender o funcionamento de determinada sociedade em relação a certas matérias na atualidade. Se até 1883, com o advento da convenção da União de Paris as IGs estavam totalmente relegadas à própria sorte e se não houve melhoria significativa com o acordo de Madri ou com o acordo de Lisboa, pode-se afirmar que com o advento do TRIPS, de certa forma, o tratamento dado ao instituto evoluiu.

A partir do momento no qual membros da OMC são por consequência signatários do TRIPS, deles é exigida a proteção das indicações geográficas internamente. Assim, mesmo que ainda existam obstáculos a serem transpostos, a presença da proteção para as IGs nos âmbitos nacionais contribui para a evolução do tema. Envolve estados soberanos em discussões relevantes para o aprimoramento de suas normas internas, na definição de tratados bi ou multilaterais, permite o registro de IGs em países terceiros, contribuindo para a difusão da noção de respeito ao patrimônio cultural do outro.

Claro também está que, no cenário pós-TRIPS existe espaço para muitas melhorias relacionadas ao sistema de IGs no âmbito internacional. O tema continua em evidência nas discussões relevantes e pode haver aprimoramentos no futuro de médio e longo prazo.

No que se refere às políticas públicas, elemento indispensável para o alcance das metas de desenvolvimento de qualquer país, verificou-se que, de fato, a União Europeia, por sua experiência na área e também em função da disponibilidade de recursos financeiros, está, de certa forma, *a frente* do Brasil. O país deve se engajar na formulação de políticas públicas voltadas ao estímulo do reconhecimento de IGs, mas também para o apoio e orientação na manutenção, oferecendo recursos

humanos e financeiros.

No entanto, não se trata apenas de recursos financeiros. Há também problemas relacionados à formação dos formuladores de políticas públicas e prioridades políticas, por exemplo. A IG precisa ser definida como uma estratégia de desenvolvimento e prioridade de trabalho pelo poder público.

Além disso, acredita-se que uma ou mais políticas públicas federais nessa área só alcançarão êxito se sua execução e gestão for assumida por órgãos estaduais e com capilaridade, como é o caso das empresas de pesquisa e extensão rural, no que se refere a produtos agroalimentares.

Contando com uma sólida fundamentação no primeiro capítulo a respeito da interconexão entre IGs e desenvolvimento e os correspondentes fatores de sucesso, bem como com uma descrição detalhada o suficiente das normas aplicáveis ao instituto no capítulo de número dois, o terceiro capítulo também atendeu o objetivo ao qual estava atrelado.

As características analisadas para cada um dos dois exemplos apresentados, ou seja, a visão geral do sistema, regulamento de uso, controle e gestão, impactos das IGs no desenvolvimento e desafios, permitiu acesso e compreensão acerca de dois contextos distintos, mas que bem-sucedidos e nos quais os desafios existem, mas os pontos negativos são mitigados pelos inúmeros fatores positivos.

Constatou-se como um produto que, mesmo não estando na preferência dos consumidores, como é o caso do *Comté*, um queijo duro, é capaz de manter e criar novos mercados e colaborar para o desenvolvimento da região. É um caso onde a comunidade está intimamente inserida no sistema, o turismo exalta o produto como um bem pertencente ao território, de valor cultural e histórico. As estruturas de controle e gestão funcionam e o regulamento está de acordo com as práticas estabelecidas em conjunto pelos atores da cadeia.

O caso do *Toscana* também contribuiu positivamente para o desenvolvimento do trabalho proposto inicialmente. Além de se revelar outro caso bem-sucedido, colheram-se ensinamentos no que se refere ao estabelecimento de indicações geográficas complementares a *indicação-mãe*, o que se mostra especialmente útil para o caso de bens que, embora produzidos na grande área geográfica protagonista para o reconhecimento como IG, possuem algumas particularidades que podem se restringir a áreas menores dentro da delimitação.

O *Toscana* forneceu, ainda, uma lição a respeito solidariedade, coesão e sentido de coletividade ao adotar um tratamento equitativo,

mas com reconhecimento das singularidades de cada um. Para possibilitar que mais atores possam participar do sistema da IG o *Toscana* se permite estabelecer valores menores para a avaliação de conformidade de atores com menos condições, de modo que os *grandes* ajudam os *pequenos*.

Esses dois casos, com suas especificidades permitiram confirmar que o funcionamento das estruturas de controle e gestão, bem como a forma de estruturação e aplicação do regulamento de uso são pontos de destaque na gestão pós-registro e dos quais a geração de desenvolvimento depende. Ensinaram, ainda, que mesmo diante de adversidades, é possível compensar determinados pontos fracos, desde que a aptidão para gerar benefícios seja promissora e recompensadora.

Finalmente, o último capítulo, ao desempenhar a função de condensador do que se apresentou anteriormente, alcançou o objetivo delineado inicialmente de definir o papel que deve ser desempenhado pelas estruturas de gestão e controle e pelo regulamento de uso.

Cada um dos papéis teve tratamento individual, mas com considerações e sugestões de parâmetros a serem adotados de forma interligada, pois, como se estabeleceu neste trabalho, a IG é um sistema coletivo complexo. Para que funcione adequadamente deve haver sintonia entre os atores, normas e estruturas coletivas.

Tratando primeiramente da estrutura de gestão foram apresentadas as formas de composição e alguns dos formatos jurídicos que podem ser adotados. Foi dada especial atenção à forma de organização que admite associados não produtores, como ocorre no Vale dos Vinhedos, por exemplo, e como isso pode ser benéfico e eficaz na proteção e promoção da IG. Nessa linha, enumeraram-se vantagens e desvantagens de ser ou não associado do órgão gestor, bem como os pontos positivos e negativos de uma estrutura com muitos ou poucos associados.

Apresentaram-se os serviços que a estrutura pode oferecer e as ações que pode desenvolver em conjunto com os associados. Foram especificados princípios pelos quais a organização deve se pautar. Adiante de tudo isso, conclui-se que o papel da estrutura de gestão pode ser sintetizado em cinco funções precípuas quem se bem desempenhadas, garantiriam, em tese, e com relação à interferência desse órgão na gestão, o sucesso da uma IG e sua contribuição para o desenvolvimento, sendo os seguintes papéis destacados:

(i) Papel unificador: é o responsável pelo desenvolvimento e pela manutenção da confiança e das boas relações entre os atores da cadeia;

(ii) Papel orientador: sempre que houver dúvidas na condução dos trabalhos, o órgão de gestão, por ser um órgão coletivo e com expertise de diferentes áreas, é o mais capacitado para orientar os atores sobre o melhor caminho a seguir;

(iii) Papel conciliador: da mesma forma que é o orientadora, deve estar preparada para *julgar* determinadas situações críticas e restabelecer o ambiente de confiança;

(iv) Papel promotor: a estrutura de gestão deve estar comprometida com a promoção do território e da indicação geográfica na comunidade e no mercado consumidor; e,

(v) Papel zelador: representando a soma dos demais, deve zelar por tudo aquilo que seja necessário para a manutenção da IG e do ambiente no qual ela está inserida.

Em seguida se tratou do regulamento de uso e nesse tópico foi apresentada sugestão de conteúdo para o documento, especialmente aplicável para DOs, DOPs e IGP, posto que a norma demanda a sua existência, mas não dispõe sobre o conteúdo.

Como conclusão geral, indicou-se que o papel do regulamento de uso é o de *refletor da realidade*. Ou seja, aquilo que os atores consideram importante para a caracterização do produto deve estar refletido nas normas de produção e utilização da indicação geográfica. Essas normas devem ser fruto de extensa discussão entre os envolvidos na cadeia, apresentando-se como uma reflexão sobre *o que* caracteriza aquele ativo intangível e *como* o caracteriza. É aconselhável, no entanto, que se priorize, quando possível, certa flexibilidade, com o intuito de possibilitar o cumprimento das regras dentro de um limite razoável, além da importância de se manter abertura para discussão e implementação de adequação das normas no decorrer do tempo. Ou seja, deve ser dinâmico.

No entanto, explorou-se, também, a necessidade de diferenciação de conteúdo e da própria exigência do regulamento para as diferentes modalidades de IGs brasileiras em relação ao que se encontra disposto na lei. E disso resultou uma posição distinta para cada uma das espécies.

Assim, considerando (i) a definição legal; e, (ii) a exigência da IN com relação à presença do regulamento de uso, no caso de uma DO o papel do documento é o de refletor da realidade, descrito acima. Tratando-se de uma IP, pautar-se por uma regulação mínima, dispondo tão somente da delimitação geográfica, de modo a atender a exigência da instrução normativa e não destoar do conceito legal é suficiente.

Ainda, um terceiro ponto emergiu. Diz respeito à hierarquia das

normas e sobre ele se concluiu que a IN ultrapassa sua função ao exigir tal documento, num claro desvio do conceito legal. Nesse sentido, sugeriu-se que a redação correspondente da IN seja revista e passe a vigorar com o seguinte conteúdo:

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, **quando se tratar de pedido de registro de denominação de origem.**

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.

[...] (BRASIL, 2013, grifos nossos).

Em síntese, a definição do papel do regulamento de uso engloba diferentes respostas, a depender da modalidade de IG, sendo o de refletor da realidade para a DO. Já para a IP é um regulador mínimo se considerada a reivindicação da instrução normativa, mas inexigível quando se interpreta o conceito legal da espécie e a hierarquia das normas e a função de uma IN.

Seguindo adiante, tratou-se das estruturas de controle. Para desenvolver esse tópico, enumeraram-se as informações que os consumidores frequentemente buscam saber sobre determinado produto; abordou-se o assunto da confiança entre e nos produtores; foram descritas as características de um sistema de controle e o correspondente plano de controle; listou-se e se explicou os tipos de controle; e, falou-se da importância da rastreabilidade.

De posse dessas informações foi analisado qual seria o papel, na

prática, da estrutura de controle para que haja um impacto positivo na cadeia, conduzindo ao sucesso da IG.

A partir da discussão sobre os tipos de controle, foi possível constatar que, embora o controle externo se apresente como uma opção interessante do ponto de vista da imparcialidade, transparência e credibilidade, ainda é de difícil aplicação no Brasil, considerados os altos custos envolvidos e a frequente hipossuficiência dos produtores para arcar com o investimento.

Por outro lado, especialmente em pequenas e médias cadeias produtivas, o autocontrole em conjunto com o controle interno pode ser bastante eficaz na avaliação de conformidade. Ainda assim, mesmo quando o controle externo estiver presente, recomenda-se manter os esses outros dois controles.

Após interpretação das informações e exemplos, concluiu-se que o papel a ser exercido pela estrutura de controle é o de *garantidor do produto caracterizado*, devendo também agir como *aconselhador e orientador*, sensível a eventuais dificuldades dos atores da cadeia.

Ao final do capítulo fora feita uma retrospectiva com a enumeração de alguns fatores chave para o sucesso de um projeto para o reconhecimento de indicação geográfica e sua gestão, devendo, por óbvio, ser verificado caso a caso quais os itens que merecem mais ou menos atenção, por estarem mais ou menos desenvolvidos em cada situação.

Essas conclusões que culminaram na definição do papel do regulamento de uso e das estruturas de gestão e controle são fruto de toda a pesquisa realizada ao longo da tese, tendo cada capítulo contribuído para o resultado final. Assim, considerando a pressuposto de que as indicações geográficas podem instrumentalizar o desenvolvimento, a descrição do arcabouço normativo e a extração das boas práticas dos casos apresentados, bem como da avaliação teórico de cada uma das estruturas e do documento, as hipóteses inicialmente oferecidas foram confirmadas com aprofundamento na sua justificativa e desdobramentos.

Por fim, como sugestão para pesquisas futuras, aponta-se a relevância da realização de estudos de caso com pesquisa de campo que visem identificar, na prática, como estão funcionando as estruturas de controle e gestão e como tem sido a aplicação das normas definidas no regulamento de uso no *pós-IG*, além do estudo para enumeração de considerações para a melhoria do sistema de proteção brasileiro de indicações geográficas.

REFERÊNCIAS

ACAMPORA, Teresa; FONTE, Maria. Productos típicos, estrategias de desarrollo rural y conocimiento local. **Opera**, Bogotá, n. 7, p.191-212, maio 2007. Disponível em:

<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67500710>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

ACCIOLY, Hildebrando; CASELLA, Paulo Borba; SILVA, Geraldo E. do Nascimento. **Manual de direito internacional público**. 22. ed. São Paulo: Saraiva, 2016.

ACQUAVIVA, Marcus Cláudio. **Dicionário acadêmico de direito**. São Paulo: Editora Jurídica Brasileira, 1999.

ALMEIDA, Alberto Francisco Ribeiro de. **A autonomia jurídica da denominação de origem**: uma perspectiva transnacional. Uma garantia de qualidade. Coimbra: Coimbra Editora, 2009.

_____. **Denominação de origem e marca**. Coimbra: Coimbra Editora, 1999.

_____. O âmbito de proteção da indicação geográfica no Brasil e na União Europeia. In: LOCATELLI, Liliana (Org.). **Indicações geográficas**: desafios e perspectivas nos 20 anos da lei de propriedade industrial. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2016. p. 189-231.

ASSOCIAÇÃO DOS PRODUTORES DE DOCES DE PELOTAS.

Sistema de rastreabilidade de IP. [2012]. Disponível em:

<<http://docesdepelotas.org.br/sistema/consumidor>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

AUDIER, Jacques. **TRIPS agreement**: geographical indications.

Luxemburgo: Office for Official Publications of the European Communities, 2000.

AYLWIN, Nicole; COOMBE, Rosemary J.. Marks indicating conditions of origin in rights-based sustainable development. **Davis Law Review**, Califórnia, University of California, v. 47, n. 3, p. 753-786, 2014. Disponível em:

<http://lawreview.law.ucdavis.edu/issues/47/3/Symposium/47-3_Aylwin-Coombe.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2016.

BABCOCK, Bruce A.; CLEMENS, Roxanne. **Geographical indications and property rights**: Protecting value-added agricultural products. Ames: Midwest Agribusiness Trade Research And Information Center, 2004. (MATRIC Briefing Paper Series). MATRIC Briefing Paper 04-MBP 7. Disponível em: <<http://www.card.iastate.edu/publications/DBS/PDFFiles/04mbp7.pdf>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

BARHAM, Elizabeth. Translating terroir: the global challenge of French AOC labeling. **Journal of Rural Studies**, [s.l.], v. 19, n. 1, p.127-138, jan. 2003. Disponível em: <[http://dx.doi.org/10.1016/s0743-0167\(02\)00052-9](http://dx.doi.org/10.1016/s0743-0167(02)00052-9)>. Acesso em: 3 jun. 2016.

BARJOLLE, Dominique; CHAPPUIS, Jean-Marc. **Transaction costs and artisanal food products**. 2001. Disponível em: <[https://crabgrass.riseup.net/assets/1929/distribution costs farmers groups.pdf](https://crabgrass.riseup.net/assets/1929/distribution%20costs%20farmers%20groups.pdf)>. Acesso em: 3 jun. 2016.

_____; _____. DUFUO, Martine. Competitive position of some PDO cheeses on their own reference market: identification of the key success factors. In: SYLVANDER, Bertil; BARJOLLE, Dominique; ARFINI, Filippo. **The socio-economics of origin labelled products in agri-food supply chains**: spatial, institutional and co-ordination aspects. Arras: Inra Actes e Communications, 2000. p. 14-33.

_____; SYLVANDER, Bertil. Facteurs de succès des produits d'origine certifiée dans les filières agro-alimentaires en Europe: marché, ressources et institutions. **INRA Productions Animales**, Saint-genès-champagnelle, v. 16, n. 4, p. 289-293, out. 2003. Disponível em: <http://www6.inra.fr/productions-animales/content/download/3824/39535/version/1/file/Prod_Anim_2003_16_4_08.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2016.

BARRAL, Welber de Oliveira. Análise da ordem jurídica brasileira sob a ótica do desenvolvimento. In: AGÊNCIA BRASILEIRA DE DESENVOLVIMENTO INDUSTRIAL. **Direito e desenvolvimento**: debates sobre o impacto do marco jurídico no desenvolvimento econômico brasileiro. Brasília: Agência Brasileira de

Desenvolvimento Industrial, 2010. p. 18-23. Disponível em: <[http://www.abdi.com.br/Estudo/livroDIREITOEDESENVOLVIMENTO2010\(2\).pdf](http://www.abdi.com.br/Estudo/livroDIREITOEDESENVOLVIMENTO2010(2).pdf)>. Acesso em: 3 jun. 2016.

_____. Desenvolvimento e sistema jurídico: a busca de um modelo teórico. In: BARRAL, Welber de Oliveira; PIMENTEL, Luiz Otávio (Org.). **Teoria jurídica e desenvolvimento**. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2006. p. 11-35.

BELLETTI, Giovanni et al. Chi sostiene i costi di dop e igp lungo la filiera. **L'informatore Agrario**, Verona, n. 1, p.31-35, 2007a. Disponível em: <http://www.informatoreagrario.it/bdo/BDO_popupAbstract.asp?D=77288>. Acesso em: 3 jun. 2016.

_____. The effects of certification costs on the success of a PDO/PGI. In: THEUVSEN, Ludwig et al. **Quality management in food chains**. Wageningen: Wageningen Academic Publishers, 2007b. p. 107-123.

_____. The roles of geographical indications (PDO and PGI) on the internationalisation process of agro-food products. In: EAAE SEMINAR 'INTERNATIONAL MARKETING AND INTERNATIONAL TRADE OF QUALITY FOOD PRODUCTS', 105., 2007, Bolonha. **Proceedings...** . Bolonha: Eaae, 2007c. p. 517-539. Disponível em: <<http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/7851/1/cp070035.pdf>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

BELLETTI, Giovanni; MARESCOTTI, Andrea. **GI social and economic issues: D2 - WP2 report: task 1 - theoretical frame**. Genebra: Siner-GI, 2006. (Strengthening international research on geographical indications (Siner-GI): from research foundation to consistent policy). Disponível em: <<http://www.origin-food.org/2005/upload/SIN-WP2FinalReportDEF.pdf>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

BICSKEI, Marianna et al. Reform proposals on the geographical indications of the European Union for the protection of traditional knowledge. **The Wipo Journal**, [s.l.], v. 3, n. 2, p. 224-238, 2012. Disponível em:

<http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/intproperty/wipo_journal/wipo_journal_3_2.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2016.

BIÉNABE, Estelle; JORDAAN, Danie; BRAMLEY, Cerkia. Private versus public quality schemes for origin-labelled products: insights from the Karakul pelts and Camdeboo mohair industries. In: BRAMLEY, Cerkia; BIÉNABE, Estelle; KIRSTEN, Johann (Ed.). **Developing geographical indications in the south: the Southern African experience**. [s.l.]: Springer, 2013. p. 73-93.

BLAKENEY, Michael Leslie. Geographical indications and TRIPS. In: BLAKENEY, Michael Leslie et al (Ed.). **Extending the protection of geographical indications: case studies of agricultural products in Africa**. Abingdon: Earthscan From Routledge, 2012. p. 7-34.

_____. **Trade related aspects of intellectual property rights: a concise guide to the TRIPS agreement**. Londres: Sweet & Maxwell, 1996. (Intellectual property in practice).

BOWEN, Sarah. Development from within? The potential for geographical indications in the global south. **The Journal of World Intellectual Property**, [s.l.], v. 13, n. 2, p. 231-252, mar. 2010a. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1111/j.1747-1796.2009.00361.x>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

_____. Embedding local places in global spaces: geographical indications as a territorial development strategy. **Rural Sociology**, [s.l.], v. 75, n. 2, p. 209-243, jun. 2010b. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1111/j.1549-0831.2009.00007.x>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

_____; GAYTÁN, Marie Sarita. The paradox of protection: national identity, global commodity chains, and the tequila industry. **Social Problems**, [s.l.], v. 59, n. 1, p.70-93, fev. 2012. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1525/sp.2012.59.1.70>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

_____; GERRITSEN, Peter R. W.. Reverse leasing and power dynamics among blue agave farmers in western Mexico. **Agriculture and Human Values**, [s.l.], v. 24, n. 4, p.473-488, 8 ago. 2007. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1007/s10460-007-9088-7>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**: texto de 5 de outubro de 1988 com alterações adotadas pelas Emendas Constitucionais n. 1/1992 a 96/2016 e Emendas Constitucionais de Revisão n. 1 a 6/1994. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompila.do.htm> Acesso em: 3 jun. 2016.

_____. Decreto n. 3.551, de 4 de agosto de 2000. Institui o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial que constituem patrimônio cultural brasileiro, cria o Programa Nacional do Patrimônio Imaterial e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/D3551.htm> Acesso em: 3 jun. 2016.

_____. Decreto n. 8.198, de 20 de fevereiro de 2014. Regulamenta a Lei no 7.678, de 8 de novembro de 1988, que dispõe sobre a produção, circulação e comercialização do vinho e derivados da uva e do vinho. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2014/Decreto/D8198.htm> Acesso em: 3 jun. 2016.

_____. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Resolução n. 75 de 28 de novembro de 2000. Estabelece as condições para o registro das indicações geográficas. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/legislacao-1/in_25_21_de_agosto_de_2013.pdf>. Acesso em: 6 jun. 2016.

_____. Lei n. 5.772, de 21 de dezembro de 1971. Institui o Código da Propriedade Industrial, e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L5772.htm> Acesso em: 3 jun. 2016. (Revogada pela Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996).

_____. Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm> Acesso em: 3 jun. 2016.

_____. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Portaria MAPA n. 85, de 10 de abril de 2006. Disponível em:

<<http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/pt/br/br073pt.pdf>>. Acesso em: 6 jun. 2016.

_____. Ministério do Desenvolvimento Agrário. Portaria n. 6, de 13 de janeiro de 2012. Institui o selo de identificação da participação da agricultura familiar e dispõe sobre os critérios e procedimentos relativos à permissão, manutenção, cancelamento de uso. Disponível em: <<https://www.diariodasleis.com.br/busca/exibelink.php?numlink=219375>>. Acesso em: 6 jun. 2016.

BRESSER-PEREIRA, Luiz Carlos. O conceito histórico do desenvolvimento econômico. **Textos Para Discussão da Escola de Economia de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas**, São Paulo, n. 157, p. 1-25, dez. 2006. Versão de 24 de fevereiro 2007. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/1973/TD157.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

BROUDE, Tomer. Taking "trade and culture" seriously: geographical indications and cultural protection in WTO law. **University of Pennsylvania Journal of International Economic Law**, Pennsylvania, v. 26, n. 4, p. 623-652, 2005. Disponível em: <<http://scholarship.law.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1220&context=jil>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

CALBOLI, Irene. Expanding the protection of geographical indications of origin under TRIPs: "old" debate or "new" opportunity?. **Marquette Intellectual Property Law Review**, [s.l.], v. 10, n. 2, p. 181-203, 2006. Disponível em: <<http://scholarship.law.marquette.edu/iplr/vol10/iss2/2/>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

CALDAS, Ricardo Wahrendorff. **Políticas públicas: conceitos e práticas**. Belo Horizonte: Sebrae/MG, 2008 (Políticas públicas). Disponível em: <[http://www.agenda21comperj.com.br/sites/localhost/files/MANUAL DE POLITICAS PÚBLICAS.pdf](http://www.agenda21comperj.com.br/sites/localhost/files/MANUAL_DE_POLITICAS_PUBLICAS.pdf)>. Acesso em: 3 jun. 2016.

CALLON, Michel. Introduction: the embeddedness of economic markets in economics. **The Sociological Review**, [s.l.], v. 46, n. 1, p. 1-57, maio 1998. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-954x.1998.tb03468.x>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

CARLS, Suelen. **O aproveitamento da indicação geográfica na promoção de desenvolvimento regional**: o caso dos cristais artesanais da região de Blumenau. 2013. 166 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Regional, Centro de Ciências Humanas e da Comunicação, Universidade Regional de Blumenau, Blumenau, 2013. Disponível em: <http://www.bc.furb.br/docs/DS/2013/352885_1_1.PDF>. Acesso em: 3 jun. 2016.

_____; SILVA, Miguel Luciano da. Regulamento de uso e estruturas de controle nas indicações geográficas brasileiras. In: LOCATELLI, Liliana (Org.). **Indicações geográficas**: desafios e perspectivas nos 20 anos da lei de propriedade industrial. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2016. p. 139-156.

CERDAN, Claire et al. **Gaúcho Pampa da Campanha Meridional meat**: WP5 case study report: task 2 - Gi case studies. Genebra: SINER-GI, 2007. (Strengthening international research on geographical indications (SINER-GI): from research foundation to consistent policy)). Disponível em: <http://www.fao.org/fileadmin/templates/olq/documents/documents/gauchos_da_pampa_meridional_meat.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2016.

_____. Elaboração de regulamento de uso, conselho regulador e definição do controle. In: PIMENTEL, Luiz Otávio (Org.). **Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio**: módulo II, indicação geográfica. 4. ed. Florianópolis: FUNJAB, 2014a, p. 164-193.

_____. Indicação geográfica de produtos agropecuários: importância histórica e atual. In: PIMENTEL, Luiz Otávio (Org.). **Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio**: módulo II - indicação geográfica. 4. ed. Florianópolis: MAPA/FUNJAB, 2014b. p. 32-58.

CERDAN, Claire Marie Thuillier; BRUCH, Kelly Lissandra; VITROLLES, Delphine. Gestão e controle pós-reconhecimento das indicações geográficas. In: PIMENTEL, Luiz Otávio (Org.). **Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio**: módulo II - indicação geográfica. 4. ed. Florianópolis: MAPA/FUNJAB, 2014. p. 234-267.

CHIFFOLEAU, Yuna. From politics to co-operation: the dynamics of embeddedness in alternative food supply chains. **Sociologia Ruralis**, [s.l.], v. 49, n. 3, p. 218-235, jul. 2009. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-9523.2009.00491.x>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

CLARK, Gordon L.; GOUDIE, Andrew; PEACH, Ceri. **Worlds of food: place, power, and provenance in the food chain**. Oxford: Oxford University Press, 2006.

COLINET, Pierre et al. **Case study: Comté cheese in France**. Bruxelas: European Communities, 2006. (Food quality assurance and certification schemes managed within an integrated supply chain). Disponível em: <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/certification/docs/case3_en.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2016.

COMISSÃO EUROPEIA. Livros verdes. [2016]. Disponível em: <http://ec.europa.eu/green-papers/index_pt.htm>. Acesso em: 3 jun. 2016.

_____. Regulamento (CE) n. 110/2008 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 15 de janeiro de 2008, relativo à definição, designação, apresentação, rotulagem e proteção das indicações geográficas das bebidas destiladas e que revogou o Regulamento (CEE) n. 1576/89 do Conselho. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:039:0016:0054:PT:PDF>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

COMITÉ INTERPROFESSIONNELLE DE GRUYÈRE DE COMTÉ. **Cahier des charges de l'appellation d'origine "Comté"**. Poligny, 2015. Cette version du cahier des charges est d'application depuis l'entrée en vigueur du règlement d'exécution (UE) n. 2015/256 de la commission européenne. Elle annule et remplace la version du cahier des charges associée au décret n°2007-822 en date du 11 mai 2007 relatif à l'appellation d'origine contrôlée "Comté". Disponível em: <https://info.agriculture.gouv.fr/gedei/site/bo-agri/document_administratif-6e2d8a6b-c559-4fba-b541-81984a3675d3/telechargement>. Acesso em: 3 jun. 2016.

_____. **Statuts du Comité Interprofessionnelle de Gruyère de Comté.** Poligny, 2014. Disponível em:

<http://www.comte.com/fileadmin/upload/mediatheque/documents_pdf/statuts_cigc_2015-.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2016.

COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES. Commission working document: Third progress report on the strategy for simplifying the regulatory environment, from 28 January 2009a. Disponível em: <http://aei.pitt.edu/43014/1/com2009_0017.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2016.

_____. Communication from de commission to the European parliament, the Council, the European economic and social committee and the committee of the regions on agricultural product quality policy, from 28 May 2009b. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52009DC0234&from=EN>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

_____. Green paper on agricultural product quality: product standards, farming requirements and quality schemes, from 15 October 2008. Disponível em: <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/policy/consultation/greenpaper_en.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2016.

_____. Innovation policy: updating the Union's approach in the context of the Lisbon strategy, from 11 March 2003. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52003DC0112&from=EN>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

COMTÉ. **Le Comté:** 1er fromage AOP de France. [s.d.]. Disponível em: <<http://www.comte.com/>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

_____. **Le marche du Comté:** une production qui augmente chaque année. 2015. Disponível em: <<http://www.comte.com/decouvrir/economie-les-marches-du-comte/le-marche-du-comte.html>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

CONSORZIO PER LA TUTELA DELL'OLIO EXTRAVERGINE DI OLIVA TOSCANO IGP. **Consorzio olio extravergine di oliva**

Toscano: Olio d'Oliva IGP. [s.d.]. Disponível em:
<<http://www.oliotoscanoigp.it/>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

_____. **Disciplinare di produzione della indicazione geografica protetta dell'olio extravergine di oliva "Toscano"**. Florença, 1998. Disponível em:
<<http://www.oliotoscanoigp.it/cms/doc/DisciplinareOlioToscanoIGP.pdf>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

_____. **Piano per il controllo di conformità della IGP "Toscano"**. [s.l.], 2014a. Disponível em:
<<http://www.oliotoscanoigp.it/cms/doc/PdC.pdf>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

_____. **Statuto del Consorzio per la tutela dell'olio extravergine di oliva Toscano IGP**. Florença, 2014b. Disponível em:
<http://www.oliotoscanoigp.it/cms/doc/STATUTO_CONSORZIO_2014.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2016.

CONVENÇÃO da União de Paris para a proteção da propriedade industrial, de 20 de março de 1883. Disponível em:
<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1990-1994/anexo/and1263-94.pdf>. Acesso em: 6 jun. 2016.

CUNHA, Gabriel Severo Venco Teixeira da. **Indicações geográficas e desenvolvimento regional sustentável:** relações para a valorização de produtos agroalimentares em Santa Catarina. 2015. 152 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional) - Universidade Regional de Blumenau, Centro de Ciências Humanas e da Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional 2015. Disponível em:
<http://www.bc.furb.br/docs/DS/2015/359865_1_1.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2016.

DUPONT, Franck. Effects of geographic indications. In: WORKSHOP ON 'GEOGRAPHIC INDICATIONS FOR MIDDLE EASTERN AND NORTH AFRICAN AGRI-FOOD PRODUCTS', 2004, Montpellier. **Proceedings...** . Montpellier: CIRAD, 2004. p. 1-2.

ECHOLS, Marsha A.. **Geographical indications for food products:** international legal and regulatory perspectives. Alphen aan Den Rijn: Kluwer Law International, 2008.

EUROPEAN COMMISSION. Agriculture and rural development. Quality policy. EU agricultural product quality policy. EU quality schemes for agricultural products. [2016a]. Disponível em: <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/index_en.htm>. Acesso em: 6 jun. 2016.

_____. Agriculture and Rural Development. Wine. Wine reforms. The reforms of the EU wine market. 2008. Disponível em: <http://ec.europa.eu/agriculture/wine/reforms/index_en.htm>. Acesso em: 6 jun. 2016.

_____. **Case study:** Comté cheese in France. Sevilha: European Communities, 2006. Disponível em: <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/certification/index2_en.htm>. Acesso em: 3 jun. 2016.

_____. Directorate-General for agriculture and rural development. Non paper: simplification of EU quality policy, from 29 September 2014. (Working document). Disponível em: <<http://goo.gl/UdmK89>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

_____. Directorate-General for internal market. Industry, entrepreneurship and SMEs. Industrial property, innovation and standards. Results of the public consultation (15 July - 28 October 2014) and public conference (19 January 2015, Brussels) on the green paper making the most out of Europe's traditional knowhow: a possible extension of geographical indication protection of the European Union to non-agricultural products. 2015. Disponível em: <<http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/10565/attachments/1/translations/en/renditions/native>>. Acesso em: 6 jun. 2016.

_____. Growth. Industry. Intellectual Property. Geographical indications for non-agricultural products, [2016b]. Disponível em: <http://ec.europa.eu/growth/industry/intellectual-property/geographical-indications/non-agricultural-products/index_en.htm>. Acesso em: 3 jun. 2016.

_____. Trade. Policy. Accessing markets. Intellectual property. [2016c]. Disponível em: <<http://ec.europa.eu/trade/policy/accessing-markets/intellectual-property/>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

_____. Press releases database. Fischler hails signature of wine and spirits accord as "great achievement for EC-Canada trade relations". **EU Insitutions Press Release**. Niagara-on-the-lake, p. 1-2. 16 set. 2003. Disponível em: <http://europa.eu/rapid/press-release_IP-03-1256_en.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2016.

_____. Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on agricultural product quality schemes, from 2010. Disponível em: <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/policy/quality-package-2010/com-2010-733_en.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2016.

EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE. Opinion of the European Economic and Social Committee on the 'Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on agricultural product quality schemes', from 23 July 2011. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011AE0811&from=EN>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

EUROPEAN UNION. Tastes of Europe. 2016. Disponível em: <<http://tastesofeurope.eu/campaign>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

EVANS, Gail Elizabeth. The simplification and codification of European legislation for the protection of geographical indications. In: GEIGER, Christophe (Ed.). **Constructing european intellectual property: achievements and new perspectives**. Cheltenham/Northampton: Edward Elgar, 2013. p. 177-212. (European Intellectual Property Institutes Network).

FLORES, Murilo. **A identidade cultural do território como base de estratégias de desenvolvimento**: uma visão do estado da arte. Contribuição para o projeto desenvolvimento territorial rural a partir de serviços e produtos com identidade (RIMISP), 2006. Disponível em: <www.fidamerica.org/admin/docdescargas/centrodoc/centrodoc_236.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2016.

_____. **Da solidariedade social ao individualismo**: um estudo sobre o desenvolvimento do Vale dos Vinhedos na Serra Gaúcha. Florianópolis, 2007a. 311f. Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Santa

Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Programa de Pós-graduação em Sociologia Política Disponível em: <<http://www.tede.ufsc.br/teses/PSOP0288-T.pdf>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

_____. La identidad cultural del territorio como base de una estrategia de desarrollo sostenible. **Observatorio de Políticas, Ejecución y Resultados de la Administración Pública**, Bogotá, n. 7, p. 35-54, 2007b. Disponível em: <http://www.rimisp.org/wp-content/files_mf/1367859609libroterritoriosconidentidad.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2016.

FRANCE. Ministère de l'agriculture, de l'alimentation, des pêches et des affaires rurales. **Impact d'une indication géographique sur l'agriculture et le développement rural: le fromage de Comté**. Paris: MAAPAR, 2004.

FRUITIÈRE DES COTEAUX DE SEILLE. **Le Comté, fromage du Massif du Jura, d'Appellation d'Origine Protégée**. [s.d.]. Disponível em: <<http://www.fromages-jura.com/le-comte.html>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

FUMEY, Gilles; BÉRION, Pascal. Dynamiques contemporaines d'un terroir et d'un territoire : le cas du gruyère de Comté. **Annales de Géographie**, [s.l.], v. 674, n. 4, p.384-403, 2010. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.3917/ag.674.0384>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

GALLAND, Jean-Christophe. **Importance de l'origine dans la perception de la qualité du café par l'aval de la filière, et potentiel pour le développement d'appellations d'origine**. Angers/Montpellier/São José: ESC/CIRAD/ICAFE, 2005. (Memoire Ecole de Commerce).

GANGJEE, Dev Saif. Geographical indications and cultural heritage. **WIPO Journal**, [s.l.], v. 4, n. 9, p.92-102, 16 nov. 2012. Disponível em: <http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/intproperty/wipo_journal/wipo_journal_4_1.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2016.

_____. Geographical indications and cultural rights: the intangible cultural heritage connection?. In: GEIGER, Christophe (Ed.). **Research**

handbook on human rights and intellectual property. Cheltenham/Northampton: Edward Elgar, 2015. p. 544-559.

_____. Geographical indications and human rights. In: TORREMANS, Paul (Ed.). **Intellectual property and human rights: enhanced edition of copyright and human rights.** Haia: Kluwer Law International, 2008. p. 383-395.

GERVAIS, Daniel. Geographical indications under TRIPS. In: GANGJEE, Dev S. (Ed.). **Research handbook on intellectual property and geographical indications.** Cheltenham: Edward Elgar, 2016. p. 123-145. (Research handbooks on intellectual property).

_____. Irreconcilable differences? The Geneva act of the Lisbon agreement and the common law. **Houston Law Review**, [s.l.], v. 53, n. 2, p. 339-371, 20 nov. 2015. Disponível em: <http://www.houstonlawreview.org/wp-content/uploads/2016/01/2-Gervais_Final.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2016.

_____. Reinventing Lisbon: the case for a protocol to the Lisbon agreement (geographical indications). **Chicago Journal of International Law**, [s.l.], v. 11, n. 1, p. 67-126, 2010. Disponível em: <<http://chicagounbound.uchicago.edu/cjil/vol11/iss1/5>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

_____. **The TRIPS agreement: drafting history and analysis.** 4. ed. Londres: Sweet & Maxwell, 2012.

GERZ, Astrid; BARJOLLE, Dominique; SAUTIER, Denis. **Geographical Indications: a way forward for local development.** Genebra: Agridea, 2008. Disponível em: <http://www.fao.org/fileadmin/templates/olq/documents/documents/formationIG_agrideacirad2007.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2016.

_____; DUPONT, Franck. Comté cheese in France: impact of a geographical indication on rural development. In: VAN DE KOP, Petra; SAUTIER, Denis; GERZ, Astrid (Ed.). **Origin-based products: lessons for pro-poor market development.** Amsterdã/ Montpellier: Kit/cirad, 2006. p. 75-87. Bulletin 372. Disponível em: <http://www.mamud.com/Docs/originbasedproducts_full.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2016.

GEUZE, Matthijs. Geographical indications under WIPO-administered treaties. In: GANGJEE, Dev S. (Ed.). **Research handbook on intellectual property and geographical indications**. Cheltenham: Edward Elgar, 2016. p. 95-122. (Research handbooks on intellectual property).

GIOVANNUCCI, Daniele et al (Org.). **Guide to Geographical Indications: linking products and their origins**. Genebra: ITC, 2009. Disponível em: <http://www.origin-gi.com/images/stories/PDFs/English/E-Library/geographical_indications.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2016.

GONÇALVES, Everton das Neves; STELZER, Joana. Princípio da eficiência econômico-social no direito brasileiro: a tomada de decisão normativo-judicial. **Sequência**, [s.l.], v. 35, n. 68, p.261-290, 20 jun. 2014. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.5007/2177-7055.2013v35n68p261>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

GRANOVETTER, Mark. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. **American Journal of Sociology**, [s.l.], v. 3, n. 91, p. 481-510, nov. 1985. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/2780199>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

_____. The impact of social structure on economic outcomes. **Journal of Economic Perspectives**, [s.l.], v. 19, n. 1, p. 33-50, jan. 2005. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1257/0895330053147958>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

GROHMAN, Hailey P.. Semi-firm, aged gold: rural economic effects of AOC Comté and their implications for Vermont agricultural policy. **UVM Honors College Senior Theses**, [s.l.], p.1-83, 13 mar. 2015. Paper 92. Disponível em: <<http://scholarworks.uvm.edu/hcoltheses/92>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

GUERRA, Isabella Franco. **A constituição brasileira e a proteção do patrimônio cultural**. Rio de Janeiro: FMJ , 2008.

HANDLER, Michael. Rethinking GI extension. In: GANGJEE, Dev S. (Ed.). **Research handbook on intellectual property and geographical**

indications. Cheltenham: Edward Elgar, 2016. p. 146-182. (Research handbooks on intellectual property).

JEANNEAUX, Philippe; PERRIER-CORNET, Philippe; ALBERT, Pierre. L'organisation en fruitière face à l'innovation technologique et au changement économique: le cas de la filière comté. In: LAGRANGE, Louis (Org.). **Signes officiels de qualité et développement agricole: aspects techniques et économiques.** Paris: Lavoisier, 1999. p. 319-325. Colloque "Signes officiels de qualité et développement agricole".

JOSLING, Tim. The war on terroir: geographical indications as a transatlantic trade conflict. **Journal of Agricultural Economics**, [s.l.], v. 57, n. 3, p. 337-363, 20 set. 2006. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1111/j.1477-9552.2006.00075.x>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

_____. What's in a name? The economics, law and politics of geographical indications for foods and beverages. **SSRN Electronic Journal**, [s.l.], p. 1-33, jan. 2006. IIS Discussion Paper n. 109. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.922267>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

KERR, William A.. Enjoying a good Port with a clear conscience: geographic indicators, rent seeking and development. **The Estey Centre Journal of International Law and Trade Policy**, Saskatoon, v. 7, n. 1, p. 1-14, 2006. Disponível em: <<http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/23827/1/07010001.pdf>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

KEYNES. John Maynard. **A teoria Geral do emprego, do juro e da moeda.** São Paulo: Atlas, 1982.

LIMA, Aparecido da Silva et al. Delimitação geográfica da área: homem, história e natureza. In: In: PIMENTEL, Luiz Otávio (Org.). **Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio: módulo II, indicação geográfica.** 4. ed. Florianópolis: FUNJAB, 2014, p. 134-160.

LIMA, Araken Alves de; TERUYA, Dirceu Yoshikazu; MENDES, Liliana Machado. Propriedade intelectual como ferramenta para o

desenvolvimento tecnológico: uma discussão a partir do Plano Nacional de Eficiência Energética. In: PIMENTEL, Luiz Otávio; ZIBETTI, Fabiola Wüst (Org.). **Eficiência energética, inovação e propriedade intelectual**. Florianópolis: Funjab, 2013. p. 31-57.

LINDQUIST, Leigh Ann. Champagne or Champagne?: an examination of U.S. failure to comply with the geographical provisions of the TRIPS agreement. **Georgia Journal of International And Comparative Law**, [s.l.], v. 27, p.309-344, 1999. Disponível em: <<http://digitalcommons.law.uga.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1329&context=gjicl>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

LOCATELLI, Liliana. Indicações Geográficas e desenvolvimento econômico. In: BARRAL, Welber; PIMENTEL, Luiz Otávio (Org.). **Propriedade intelectual e desenvolvimento**. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2007a. p. 233-252.

_____. **Indicações geográficas: a proteção jurídica sob a perspectiva do desenvolvimento econômico**. Curitiba: Juruá, 2007b.

_____. Indicações geográficas: da revisão dos parâmetros legais aos desafios nos 20 anos da lei de propriedade industrial. In: LOCATELLI, Liliana (Org.). **Indicações geográficas: desafios e perspectivas nos 20 anos da lei de propriedade industrial**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2016. p. 233-254.

_____; CARLS, Suelen. Indicações Geográficas: o Regulamento de Uso e as Indicações de Procedência. **Direito e Justiça** (URI), v. 14, n. 23, p. 243-256, 2014. Disponível em: <http://srvapp2s.santoangelo.uri.br/seer/index.php/direito_e_justica/artic le/view/1532/705>. Acesso em: 3 jun. 2016.

LONDON ECONOMICS. **Evaluation of the CAP policy on protected designation of origin (PDO) and protected geographical indications (PGI): final report**. Londres: London Economics, 2008. Disponível em: <http://ec.europa.eu/agriculture/eval/reports/pdopgi/report_en.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2016.

MALINOVSKI, Luciane Isabel; BORGHEZAN, Marcelo; VIEIRA, Hamilton Justino. Caracterização climática dos vinhedos catarinenses de altitude para indicação geográfica. In: CARLS, Suelen; AREAS,

Patrícia de Oliveira; CUNHA, Gabriel Severo Venco Teixeira da. **IV Workshop Catarinense de Indicação Geográfica**. Joinville: Univille, 2016. p. 50-57.

MANTROV, Vadim. **EU law on indications of geographical origin: theory and practice**. [s.l.]: Springer, 2014.

MARETTE, Stéphan; CLEMENS, Roxanne; BABCOCK, Bruce A.. The recent international and regulatory decisions about geographical indications. **Iowa State University Digital Repository**, [s. L.], p. 1-38, jan. 2007. MATRIC Working Paper 07-MWP 10. Disponível em: <http://lib.dr.iastate.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1009&context=matric_workingpapers>. Acesso em: 3 jun. 2016.

MARTÍN, José Manuel Cortes. International protection of geographical indications: the WTO multilateral register negotiations. In: GANGJEE, Dev S. (Ed.). **Research handbook on intellectual property and geographical indications**. Cheltenham: Edward Elgar, 2016. p. 183-201. (Research handbooks on intellectual property).

_____. TRIPS agreement: towards a better protection for geographical indications?. **Brooklyn Journal of International Law**, [s.l.], v. 30, n. 1, p.117-184, 2004. Disponível em: <<http://brooklynworks.brooklaw.edu/bjil/vol30/iss1/3>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

MERINO, Giselle Schmidt Alves Díaz et al. A propriedade intelectual no design: a importância da proteção de marcas como diferencial competitivo. In: Anais do X Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 2012, São Luís. **Anais....** São Luiz: EDUFMA, p. 1-15.

NETO, Alber; MERINO, Eugenio Andrés Díaz. O protagonismo dos designers junto aos direitos de propriedade industrial brasileiros de marca e indicação geográfica: criação registro e gestão. In: . In: DINIZ, Raimundo Lopes; SANTOS, Denilson Moreira. **Anais do X Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design**: São Luís: EDUFMA, 2012. p. 2010-2022. Disponível em: <<http://www.peddesign2012.ufma.br/anais/Anais/anais10PeD2012.part1.pdf>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

NOMISMA. **Originale italiano**: rapporto Indicod-Ecr - promozione e tutela dell'agroalimentare di qualità. Milão: Agra Editrice, 2005.

O'CONNOR, Bernard. **The law of geographical indications**. Londres: Cameron May, 2004.

OLSZAK, Norbert. **Droit des appellations d'origine et indications de provenance**. Paris: Tec & Doc Lavoisier, 2001.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DE NORMALIZAÇÃO. NP EN ISO 9000:2000: Estabelece os fundamentos de sistemas de gestão da qualidade e especifica a terminologia que lhes é aplicável. [s.l.]: ISO, 2000.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO COMÉRCIO. **Acordo** sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio. Anexo 1-C do Acordo de Marraquexe, de 15 de abril de 1994. Disponível em: <<http://www.inpi.gov.br/legislacao-1/27-trips-portugues1.pdf>>. Acesso em: 6 jun. 2016.

PECQUEUR, Bernard. Qualidade e desenvolvimento territorial: a hipótese da cesta de bens e de serviços territorializados. **Eisforia**: Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas UFSC, Florianópolis, v. 4, n. especial, p.135-153, dez. 2006.

PIMENTEL, Luiz Otávio; BARRAL, Welber de Oliveira. Direito de propriedade intelectual e desenvolvimento. In: BARRAL, Welber de Oliveira; PIMENTEL, Luiz Otávio (Org.). **Propriedade intelectual e desenvolvimento**. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2007. p.11-34.

POPPER, Karl Raimund. **O conhecimento e o problema corpo-mente**. Lisboa: Edições 70, 2002.

RAMÍREZ, Eduardo. La identidad como elemento dinamizador de la economía territorial. **Observatorio de Políticas, Ejecución y Resultados de la Administración Pública**, Bogotá, n. 7, p. 55-67, 2007. Disponível em: <http://www.rimisp.org/wp-content/files_mf/1367859609libroterritoriosconidentidad.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2016.

RANABOLDO, Claudia; FONTE, Maria. Desarrollo rural, territorios e identidades culturales: perspectivas desde América Latina y la Unión Europea. **Observatorio de Políticas, Ejecución y Resultados de la Administración Pública**, Bogotá, n. 7, p. 9-31, 2007. Disponível em: <http://www.rimisp.org/wp-content/files_mf/1367859609libroterritoriosconidentidad.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2016.

_____; SCHEJTMAN, Alexander (Org.). **El valor del patrimonio cultural**: territorios rurales, experiencias y proyecciones latinoamericanas. Lima: IEP, 2009. (Estudios de la Sociedad Rural). Disponível em: <http://www.rimisp.org/wp-content/files_mf/1367521220Valor_patrimonio_cultural.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2016.

RANGNEKAR, Dwijen. The socio-economics of geographical indications. **Bridges**, Genebra, v. 8, n. 2, p.1-2, set. 2004a. Disponível em: <https://www.iprsonline.org/ictsd/docs/Rangnekar_Bridges8-8.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2016.

_____. The socio-economics of geographical indications: a review of empirical evidence from Europe. **Unctad-ictsd Project On Iprs And Sustainable Development**, Genebra, v. 1, n. 8, p.1-53, maio 2004b. Disponível em: <<https://www.iprsonline.org/resources/docs/Ragnekar - Socio Economics of GIs - Blue 8.pdf>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

RÉVIRON, Sophie; CHAPPUIS, Jean-marc. Geographical indications: collective organization and management. In: BARHAM, Elizabeth; SYLVANDER, Bertil (Ed.). **Labels of origin for food**: local development, global recognition. Wallingford: CABI, 2011. p. 45-62.

ROSA, Marcello de; NAPOLI, Giuseppe di; GARGANO, Nadia. The asymmetric distribution of the benefits from the PDO between farmers and food producers. In: SYLVANDER, Bertil; BARJOLLE, Dominique; ARFINI, Filippo (Ed.). **The socio-economics of origin labelled products in agri-food supply chains**: spatial, institutional and co-ordination aspects. Arras: Inra Actes e Communications, 2000. p. 383-386.

SABOURIN, Eric. Desenvolvimento territorial e abordagem territorial: conceitos, estratégias e atores. In: SABOURIN, Eric; TEIXEIRA, Olívio

Alberto (Ed.). **Planejamento e desenvolvimento dos territórios rurais**: conceitos, controvérsias, experiências. Brasília: Embrapa Informação Tecnológica, 2002. p. 21-37

SAWAYA, Ana Lydía. Políticas públicas: pontos de método e experiências. **Estudos Avançados**, São Paulo, v. 20, n. 56, p.131-148, abr. 2006. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/s0103-40142006000100010>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

SERRA, Raimondo. European Union policy for high quality agricultural products. In: Worldwide Symposium on Geographical Indications, 2007, Pequim. **Proceedings...** . Genebra: WIPO. p. 1-17. Disponível em: <http://www.wipo.int/edocs/mdocs/geoind/en/wipo_geo_bei_07/wipo_geo_bei_07_www_81757.doc>. Acesso em: 3 jun. 2016.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Abril, 1982.

SMITH, Adam. **A riqueza das nações**: investigação sobre sua natureza e suas causas. 2. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1996. 2 v.

SONNINO, Roberta. Embeddedness in action: saffron and the making of the local in southern Tuscany. **Agriculture and Human Values**, [s.l.], v. 24, n. 1, p. 61-74, mar. 2007. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1007/s10460-006-9036-y>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

SPIES, Airton. **Panorama, perspectivas e desafios da agricultura familiar**: Joinville: SAR, 2016. 29 slides, color. V Workshop Catarinense de Indicação Geográfica. Disponível em: <http://media.wix.com/ugd/cc0e91_3052eca59ea747a48b8da2b4ba4ab125.pdf>. Acesso em: 16 set. 2016.

STELZER, Joana; GONÇALVES, Everton das Neves. O viés econômico do direito justo e eficiente: o princípio da eficiência econômico-social. **Revista Jurídica**, [s.l.], v. 3, n. 32, p.128-162, 2013. Disponível em: <<http://revista.unicuritiba.edu.br/index.php/RevJur/article/view/682/508>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

SYLVANDER, Bertil; ALLAIRE, Gilles. **Conceptual Synthesis: D3 - WP3** report: task 1. Genebra: SINER-GI, 2007. (Strengthening international research on geographical indications (SINER-GI): from research foundation to consistent policy). Disponível em: <http://www.origin-food.org/2005/upload/SINER-GI_D3_Report_Final_Version1.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2016.

TEUBER, Ramona. Geographical indications of origin as a tool of product differentiation: the case of coffee. In: EAAE SEMINAR "INTERNATIONAL MARKETING AND INTERNATIONAL TRADE OF QUALITY FOOD PRODUCTS", 105., 2007, Bolonha. **Proceedings...**. Bolonha: EAAE, 2007. p. 633-650. Disponível em: <<http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/7866/1/cp070042.pdf>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

THUAL, David; BARJOLLE, Dominique; O'CONNOR, Bernard (Comp.). **Study on geographical indications protection for non-agricultural products in the internal market.** Commissioned by the Directorate general for trade of the European Commission. [s.l.]: Insight Consulting/REDD/oriGIn, 2013. Disponível em: <http://ec.europa.eu/internal_market/indprop/docs/geo-indications/130322_geo-indications-non-agri-study_en.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2016.

THUAL, David et al. (Comp.). **Study on the protection of geographical indications for products other than wines, spirits, agricultural products or foodstuffs.** Commissioned by the Directorate general for trade of the European Commission. [s.l.]: Insight Consulting/agridea/oriGIn, 2009. Disponível em: <http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2011/may/tradoc_147926.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2016.

TORRE, André; CHIA, Eduardo. Pilotage d'une AOC fondée sur la confiance: le cas de la production de fromage de Comté. **Gérer et Comprendre**, Paris, n. 65, p.55-68, 2001. Disponível em: <<http://prodinra.inra.fr/record/360>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

TRAN, Thi Tham. **La référence au terroir comme signe de qualité: le cas des produits agroalimentaires vietnamiens.** Montpellier: Cirad, 2005. Agro-M, Mémoire Mastere recherche EGDAAR.

TREGEAR, Angela et al. Regional foods and rural development: the role of product qualification. **Journal of Rural Studies**, [s.l.], v. 23, p. 12-22, 2007. Disponível em: <http://www.ut-capitole.fr/servlet/com.univ.collaboratif.utils.LectureFichiergw?ID_FICHIER=1333353762616>. Acesso em: 3 jun. 2016.

TRUBEK, David. **The rule of law in development assistance**: past, present and future. Madison: University of Wisconsin-Madison, 2003.

UNIÃO EUROPEIA. Regulamento (UE) n. 251/2014 do Parlamento Europeu e do Conselho de 26 de fevereiro de 2014 relativo à definição, descrição, apresentação, rotulagem e proteção das indicações geográficas dos produtos vitivinícolas aromatizados e que revogou o Regulamento (CEE) n. 1601/91 do Conselho. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2014:084:0014:0034:PT:PDF>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

_____. Regulamento (UE) n. 1151/2012 do Parlamento Europeu e do Conselho de 21 de novembro de 2012 relativo aos regimes de qualidade dos produtos agrícolas e dos gêneros alimentícios. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32012R1151&from=PT>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

_____. Regulamento (UE) n. 1308/2013 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 17 de dezembro de 2013, que estabelece uma organização comum dos mercados dos produtos agrícolas e que revogou os Regulamentos (CEE) n. 922/72, (CEE) n. 234/79, (CE) n. 103797/2001, (CE) n. 1234/2007 do Conselho. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2013:347:0671:0854:pt:PDF>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

UNITED NATIONS INDUSTRIAL DEVELOPMENT ORGANIZATION. **Adding value to traditional products of regional origin**: a guide to creating a quality consortium. Viena: Unido, 2010. Disponível em: <https://www.unido.org/fileadmin/user_media/Publications/Pub_free/Adding_value_to_traditional_products_of_regional_origin.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2016.

VAN DE KOP, Petra; SAUTIER, Denis; GERZ, Astrid (Ed.). **Origin-based products: lessons for pro-poor market development**. Amsterdã/Montpellier: KIT/CIRAD, 2006. Bulletin 372. Disponível em: <http://www.mamud.com/Docs/originbasedproducts_full.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2016.

VANDECANDELAERE, Emilie et al (Ed.). **Linking people, places and products: a guide for promoting quality linked to geographical origin and sustainable geographical indications**. 2. ed. Roma: FAO, 2010. Disponível em: <<http://www.fao.org/docrep/013/i1760e/i1760e.pdf>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

VELLOSO, Carolina Quiumento et al. Identificação dos produtos potenciais e organização dos produtores. In: PIMENTEL, Luiz Otávio (Org.). **Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio: módulo II - indicação geográfica**. 4. ed. Florianópolis: MAPA/FUNJAB, 2014. p. 98-130.

WILKINSON, John. **Indicações Geográficas no Brasil: situação atual e perspectivas**. Conferência no Seminário Internacional Indicações Geográficas no Brasil, Florianópolis: UFSC, 2008.

WINTER, Michael. Embeddedness, the new food economy and defensive localism. **Journal of Rural Studies**, [s.l.], v. 19, n. 1, p. 23-32, jan. 2003. Disponível em: <[http://dx.doi.org/10.1016/s0743-0167\(02\)00053-0](http://dx.doi.org/10.1016/s0743-0167(02)00053-0)>. Acesso em: 3 jun. 2016.

WORLD COMMISSION ON ENVIRONMENT DEVELOPMENT. **Report of the world commission on environment and development: our common future**. Oslo: UN, 1987. Disponível em: <<http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>>. Acesso em: 3 jun. 2016.

WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION. The need for a new treaty and its possible contents. Memorandum prepared by the International Bureau, from April 9, 1990. Disponível em: <http://www.wipo.int/mdocsarchives/GEO_CE_I/GEO_CE_I_2_E.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2016.

WORLD TRADE ORGANIZATION. DOHA WTO MINISTERIAL 2001. Ministerial declaration adopted on 14 November 2001. Disponível em:

<https://www.wto.org/english/thewto_e/minist_e/min01_e/mindecl_e.htm>. Acesso em: 3 jun. 2016.

ZAGO, Angelo M.; PICK, Daniel. Labeling policies in food markets: private incentives, public intervention, and welfare effects. **Journal of Agricultural and Resource Economic**, Milwaukee, v. 29, n. 1, p. 150-165, abr. 2004. Disponível em:

<<http://www.waeaonline.org/jareonline/archives/29.2 - August 2004/JARE,Aug2004,pp150,Zago.pdf>>. Acesso em: 3 jun. 2016.