

MARIA EMÍLIA RODRIGUES VALENTE

**INDICAÇÃO GEOGRÁFICA DE ALIMENTOS E BEBIDAS: COMPARAÇÃO
DE REGULAMENTOS BRASIL E UNIÃO EUROPÉIA E ESTUDO DE CASO
COM OS PRODUTORES DE CACHAÇA DA REGIÃO DE OURO PRETO - MG**

**Dissertação apresentada à Universidade Federal
de Viçosa, como parte das exigências do Programa
de Pós-Graduação em Ciência e Tecnologia de
Alimentos, para obtenção do título *Magister
Scientiae*.**

**VIÇOSA
MINAS GERAIS- BRASIL
2011**

MARIA EMÍLIA RODRIGUES VALENTE

**INDICAÇÃO GEOGRÁFICA DE ALIMENTOS E BEBIDAS: COMPARAÇÃO
DE REGULAMENTOS BRASIL E UNIÃO EUROPÉIA E ESTUDO DE CASO
COM OS PRODUTORES DE CACHAÇA DA REGIÃO DE OURO PRETO - MG**

**Dissertação apresentada à Universidade Federal
de Viçosa, como parte das exigências do Programa
de Pós-Graduação em Ciência e Tecnologia de
Alimentos, para obtenção do título *Magister
Scientiae*.**

APROVADA: 25 de março de 2011.

Prof. Afonso Mota Ramos
(Co-orientador)

Prof. José Benício Paes Chaves
(Co-orientador)

Prof. José Antônio Marques Pereira

Profª Lúcia Regina R. de M. V.
Fernandes

Prof. Ronaldo Perez
(Orientador)

“A viagem não acaba nunca. Só os viajantes acabam. E mesmo estes podem prolongar-se em memória, em lembrança, em narrativa. Quando o visitante sentou na areia da praia e disse: ‘Não há mais o que ver’, saiba que não era assim. O fim de uma viagem é apenas o começo de outra. É preciso ver o que não foi visto, ver outra vez o que se viu já, ver na primavera o que se vira no verão, ver de dia o que se viu de noite, com o sol onde primeiramente a chuva caía, ver a seara verde, o fruto maduro, a pedra que mudou de lugar, a sombra que aqui não estava. É preciso voltar aos passos que foram dados, para repetir e para traçar caminhos novos ao lado deles. É preciso recomeçar a viagem. Sempre”. (José Saramago)

*À minha mãe, Marília, pela presença constante em minha vida.
Ao meu pai Alberto, pela presença constante em minha memória.*

AGRADECIMENTOS

À Deus, pelo dom da vida.

À minha família, avó, tias, primos e, em especial, à minha mãe, pelo amor, afeto e incentivo.

Ao Paulo pelo amor, amizade, apoio e companheirismo.

À sociedade brasileira, que desde sempre financiou meus estudos, à Universidade Federal de Viçosa pela oportunidade de realização deste trabalho e ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) pela concessão da bolsa.

Ao Prof. Ronaldo Perez pela orientação, disposição e confiança no meu trabalho.

Ao Prof. Afonso pela acolhida, confiança e orientação.

Ao Prof. José Benício pela amizade, empenho e sugestões.

Ao Prof. José Antônio pelas suas sugestões e conselhos.

À Prof^a Lúcia Regina, do Instituto Nacional da Propriedade Industrial, por todo o apoio, empenho, dedicação e pelas valiosas sugestões.

À todas as entidades e pessoas que colaboraram com meu projeto, pela gentileza, disponibilidade e interesse demonstrados: Eílton Santiago (APACS), Moisés Barbosa (APAQS), Luciano Machado (APROCAN), Tânia Castro (Federação dos Cafeicultores do Cerrado), Lúcio Gama (APACAP), Jaime Milan (APROVALE), Rogério Jaworski, Ronaldo Cantão e Fernando Aauto (APROPAMPA), Clóvis Terra e João Batista (APROARROZ), Maria Helena (Associação dos Produtores de Doces de Pelotas), Patrícia Mazon (PROGOETHE), Wallace, John e Lílían (AGRIFERT), Roberto Carlos Santiago, Isaías dos Santos (IFNMG), Dr. Jorge Tonietto (Embrapa Uva e Vinho), Naida Menezes, Fabrício Welge, Aguinaldo José de Lima e Prof. Carlos Nabinger (UFRGS).

Aos produtores de cachaça da Região de Ouro Preto, pela colaboração no projeto e pela gentileza e atenção dispensadas.

À COOPCOP Cooperativa dos Produtores de Cachaça de Alambique e Derivados de Cana-de-açúcar da Região de Ouro Preto (COOPCOP) e à Associação Mineira dos Produtores de Cachaça de Qualidade (AMPAQ) pela colaboração no projeto.

À equipe coordenada pelo Prof. Carlos Jugurta (Departamento de Informática da UFV), em especial ao Alessandro Regino e Cássio (COPAGRI), pela troca de

experiências e oportunidade de acompanhar as visitas às propriedades produtoras de cachaça.

Ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) pelos recursos destinados ao projeto de delimitação da área geográfica da cachaça de alambique da Região de Ouro Preto e pelo incentivo ao desenvolvimento das indicações geográficas no Brasil. Ao Sandro Alvim (MAPA- Viçosa), pelo acompanhamento do projeto, João Cruz (MAPA-VIÇOSA), Ludimila Gaspar e Patrícia Metzler (MAPA- Brasília) pela colaboração e informações fornecidas.

Ao Instituto Nacional da Propriedade Intelectual pela colaboração.

Aos funcionários do Departamento de Tecnologia de Alimentos, por toda a ajuda, apoio e amizade ao longo de todos esses anos.

Aos colegas do laboratório de Frutas e Hortaliças pelo convívio, apoio e amizade.

Aos meus amigos de PC e da EAL 2003 que mesmo distantes continuam presentes.

BIOGRAFIA

Maria Emília Rodrigues Valente, filha de Alberto Lisboa Valente e Marília Rodrigues, nasceu em 18 de abril de 1985 em Ponte Nova, Minas Gerais.

Em 2008, graduou-se no curso de Engenharia de Alimentos na Universidade Federal de Viçosa.

Em março de 2009, iniciou o curso de mestrado em Ciência e Tecnologia de Alimentos na Universidade Federal de Viçosa. Defendeu sua dissertação em março de 2011.

SUMÁRIO

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS	x
LISTA DE FIGURAS	xii
LISTA DE TABELAS	xvi
RESUMO	xvii
ABSTRACT.....	xix
INTRODUÇÃO GERAL	1
CAPÍTULO 1- REVISÃO DE LITERATURA.....	3
1 Indicação geográfica: um breve histórico	3
2 Diferenças entre indicação de procedência e denominação de origem.....	8
3 Objetivos e benefícios das indicações geográficas	9
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	15
CAPÍTULO 2- INDICAÇÃO GEOGRÁFICA: UMA COMPARAÇÃO ENTRE AS LEGISLAÇÕES BRASILEIRA E EUROPÉIA	19
1 INTRODUÇÃO	19
2 MATERIAIS E MÉTODOS	21
3 RESULTADOS E DISCUSSÕES	22
3.1 Âmbito de Aplicação.....	22
3.2 Definições	22
3.3 Nomes não suscetíveis de registro	25
3.4 Titularidade da IG	29
3.5 Pedido de registro.....	30
3.6 Exame do pedido de registro.....	36
3.7 Proteção das indicações geográficas	40
3.8 Alteração do caderno de especificações.....	44
3.9 Símbolos.....	45
3.10 Cancelamento.....	47
3.11 Relação entre marcas e indicações geográficas	47
4 CONCLUSÕES	51
5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	52
CAPÍTULO 3- ANÁLISE DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS NO BRASIL	55

1 INTRODUÇÃO	55
2 MATERIAS E MÉTODOS	56
2.1 Caracterização geral das indicações geográficas no Brasil.....	56
2.2 Análise do processo de reconhecimento das indicações geográficas no Brasil	56
2.3 Análises estatísticas.....	59
3 RESULTADOS E DISCUSSÕES	60
3.1 Caracterização básica das indicações geográficas no Brasil.....	60
3.2 Perfil das entidades brasileiras titulares e requerentes de indicação geográfica ...	64
3.3 Início do processo de reconhecimento das indicações geográficas	69
3.4 Elaboração do Regulamento de Uso	73
3.5 Delimitação da área das indicações geográficas	81
3.6 Diferenciação do produto da região	85
3.7 Controle de uso da indicação geográfica	91
3.8 Resultados observados pelas entidades titulares após o registro da indicação geográfica no INPI	99
3.9 Resultados esperados por entidades requerentes de registro de indicação geográfica no INPI	106
3.10 Percepção das entidades requerentes e titulares de indicação geográfica em relação ao reconhecimento por parte dos consumidores.....	109
3.11 Dificuldades observadas pelas entidades titulares e requerentes durante o processo de reconhecimento	110
4 CONCLUSÕES	115
5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	117
CAPÍTULO 4- PROPOSIÇÃO DE UM MODELO PARA O REGISTRO DE INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS NO BRASIL E ESTUDO DE CASO	119
1 INTRODUÇÃO	119
2 MATERIAIS E MÉTODOS	120
2.1 Proposição do modelo para o preparo do processo de registro de indicação geográfica no Brasil	120
2.2 Avaliação do modelo proposto: Estudo de caso com os produtores de Cachaça de alambique da região de Ouro Preto - MG	120
3 RESULTADOS E DISCUSSÕES	122
3.1 Proposição do modelo para o preparo do processo de registro de indicação geográfica no Brasil	122
3.2 Avaliação do modelo proposto: Estudo de caso com os produtores de Cachaça de alambique da região de Ouro Preto - MG	150
3.3.6 <i>Considerações finais</i>	165

4 CONCLUSÕES	167
5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	168
CONCLUSÃO GERAL	172
APÊNDICES.....	174
ANEXOS	206

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABPI Associação Brasileira da Propriedade Intelectual

ADPIC Acordo sobre os Aspectos dos Direitos da Propriedade Intelectual relacionados ao Comércio

AMPAQ Associação Mineira dos Produtores de Cachaça de Qualidade

ANVISA Agência Nacional de Vigilância Sanitária

AOP Appellation d'Origine Contrôlée (Apelação de Origem Controlada)

APACAP Associação dos Produtores e Amigos da Cachaça de Paraty

APACS Associação dos Produtores Artesanais de Cachaça de Salinas

APAQS Associação dos Produtores Artesanais do Queijo do Serro

APROARROZ Associação dos Produtores de Arroz do Litoral Norte Gaúcho

APROCAN Associação dos Produtores de Queijo Canastra

APROPAMPA Associação dos Produtores de Carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional

APROVALE Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos

CACCER Conselho das Associações dos Cafeicultores do Cerrado

CERTICAFÉ Programa Mineiro de Incentivo à Certificação de Origem do Café

COOCEN- MG Cooperativa Central dos Produtores de Cachaça de Alambique de Minas Gerais

COOPCOP Cooperativa dos Produtores de Cachaça de Alambique e Derivados de Cana-de-açúcar da Região de Ouro Preto

DO Denominação de Origem

DOP Denominação de Origem Protegida

EMATER Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural

EMBRAPA Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária

EPAMIG Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais

FARSUL Federação da Agricultura do Estado do Rio Grande do Sul

FAPERGS Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul

FENACA Federação Nacional das Associações dos Produtores de Cachaça de Alambique

ICMS Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços

IG Indicação Geográfica

IGP Indicação Geográfica Protegida

IMA Instituto Mineiro de Agropecuária

INAO Institut National de L'origine et de la Qualité (Instituto Nacional de Origem e Qualidade)

INMETRO Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial

INPI Instituto Nacional da Propriedade Industrial

IP Indicação de Procedência

IPHAN Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

IRGA Instituto Rio-Grandense do Arroz

MAPA Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento

MDA Ministério do Desenvolvimento Agrário

OMC Organização Mundial do Comércio

ONG Organização Não Governamental

PROGOETHE Associação dos Produtores da Uva e do Vinho Goethe

SEAPA Secretaria de Estado de Agricultura Pecuária e Abastecimento

SEBRAE Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

UE União Européia

UCS Universidade de Caxias do Sul

UFMG Universidade Federal de Minas Gerais

UFOP Universidade Federal de Ouro Preto

UFRGS Universidade Federal do Rio Grande do Sul

UFRJ Universidade Federal do Rio de Janeiro

UFV Universidade Federal de Viçosa

LISTA DE FIGURAS

Figura 1-Produtos alimentares com Apelação de Origem Controlada (AOC) na França.	5
Figura 2- Distribuição, por país de origem, de produtos agrícolas e gêneros alimentícios com Denominação de Origem Protegida (DOP) na União Européia.....	6
Figura 3- Distribuição, por país de origem, de produtos agrícolas e gêneros alimentícios com Indicação Geográfica Protegida (IGP) na União Européia.	6
Figura 4- Distribuição, por país de origem, de vinhos europeus com Denominação de Origem Protegida (DOP).....	7
Figura 5- Distribuição, por país de origem, de vinhos europeus com Indicação Geográfica Protegida (IGP).....	7
Figura 6- Processamento do pedido de registro junto ao INPI.	39
Figura 7- Processamento do pedido de registro junto à União Européia.	40
Figura 8- Símbolo comunitário para a “Denominação de origem protegida” e “Indicação Geográfica Protegida” em pantone.	45
Figura 9- Representações gráficas das Indicações Geográficas (IGs) Brasileiras: a) IP Vale dos Vinhedos; b) IP Pampa Gaúcho da Campanha Meridional; c) IP Paraty; d) IP Vale do Submédio São Francisco; e) IP Vale dos Sinos; f) IP Pinto Bandeira; g) DO Litoral Norte Gaúcho.	46
Figura 10- Evolução dos pedidos de registro de indicações geográficas junto ao INPI.	62
Figura 11- Pedidos de registro de indicação geográfica junto ao INPI, por país.....	63
Figura 12- Posição dos pedidos de registro realizados junto ao INPI.....	63
Figura 13- Categorias integrantes das entidades titulares e requerentes de indicação geográfica.....	65
Figura 14- Classificação quanto ao porte dos produtores associados às entidades titulares e requerentes de indicação geográfica.....	65
Figura 15- Canais de comercialização de produtos provenientes de regiões titulares e requerentes de indicação geográfica.	67
Figura 16- Agentes de vendas de produtos provenientes de regiões titulares e requerentes de indicação geográfica.	68
Figura 17- Locais de vendas de produtos provenientes de regiões titulares e requerentes de indicação geográfica.....	68
Figura 18- Fatores que motivaram a busca pelo reconhecimento da indicação geográfica.....	70

Figura 19- Principais formas de trabalhos realizados para esclarecimento do tema “indicação geográfica”.	71
Figura 20- Modelo de convite para o seminário regional de indicação geográfica promovido pela APROARROZ.	72
Figura 21- Colaboradores do processo de construção do Regulamento de Uso das indicações geográficas.	73
Figura 22- Tempo requerido na elaboração do Regulamento de Uso.	74
Figura 23- Principais fatores levados em conta na definição do Regulamento de Uso.	75
Figura 24- Modelos utilizados na construção do Regulamento de Uso nas entidades pesquisadas.	76
Figura 25- Itens constantes na descrição dos produtos no Regulamento de Uso.	76
Figura 26- Etapas do processo produtivo que devem ser realizados inteiramente dentro da área delimitada.	78
Figura 27- Principal dificuldade encontrada na elaboração do Regulamento de Uso.	79
Figura 28- Dificuldades encontradas na elaboração do Regulamento de Uso.	80
Figura 29- Entidades que auxiliaram a delimitação da área das regiões que buscam o reconhecimento ou que já possuem registro de indicação geográfica junto no INPI.	82
Figura 30- Principal fundamento utilizado na delimitação da área das regiões que buscam o reconhecimento ou que já possuem registro de indicação geográfica no INPI.	83
Figura 31- Fundamentos utilizados na delimitação da área das indicações geográficas.	84
Figura 32- Principal dificuldade encontrada na delimitação da área da indicação geográfica.	85
Figura 33- Fatores diferenciadores dos produtos com indicação geográfica reconhecida ou em processo de reconhecimento.	86
Figura 34- Início da notoriedade dos produtos com indicação geográfica reconhecida ou em processo de reconhecimento.	87
Figura 35- Meios utilizados na comprovação da notoriedade dos produtos.	88
Figura 36- Fatores naturais que influenciam a qualidade dos produtos.	89
Figura 37- Constituição do conselho regulador das indicações geográficas concedidas pelo INPI.	92
Figura 38- Formas de controle das quantidades produzidas.	93
Figura 39- Controles operacionais no processo produtivo.	94
Figura 40- Análises realizadas nos produtos finais.	95
Figura 41- Rastreabilidade do produto com IP acessível aos consumidores.	98

Figura 42- Rastreabilidade do produto da marca Café do Cerrado acessível aos consumidores.	98
Figura 43- Penalidades para as possíveis infrações cometidas.	99
Figura 44- Variação do número de produtores da região após reconhecimento da IG.	100
Figura 45- Variação no número de associados à entidade titular da indicação geográfica.	101
Figura 46- Variação na demanda do produto após o reconhecimento da indicação geográfica.	101
Figura 47- Variação da geração de empregos indiretos após o reconhecimento da indicação geográfica.	103
Figura 48- Incremento nas atividades comerciais da região após reconhecimento da indicação geográfica.	103
Figura 49- Melhoria na qualidade dos produtos após o reconhecimento da indicação geográfica.	104
Figura 50- Contribuição do reconhecimento da indicação geográfica para o desenvolvimento regional.	105
Figura 51- Principal benefício esperado pelas associações requerentes.	106
Figura 52- Segundo benefício mais esperado pelas associações requerentes.	107
Figura 53- Terceiro benefício mais esperado pelas associações requerentes.	107
Figura 54- Benefícios esperados pelas entidades requerentes.	108
Figura 55- Principal dificuldade encontrada no processo de reconhecimento.	110
Figura 56- Dificuldades encontradas no processo de reconhecimento das indicações geográficas no Brasil.	111
Figura 57- Etapa mais difícil do processo de reconhecimento da indicação geográfica.	111
Figura 58- Etapas do processo de reconhecimento de indicação geográfica causadoras de dificuldades.	112
Figura 59- Opinião dos entrevistados sobre a legislação brasileira sobre indicação geográfica.	113
Figura 60- Opinião dos entrevistados sobre as informações disponibilizadas pelo INPI.	113
Figura 61- Opinião dos entrevistados sobre as informações disponibilizadas pelos órgãos governamentais fomentadores das indicações geográficas no Brasil.	114
Figura 62- Relação entre indicação geográfica e notoriedade.	124
Figura 63- Integração entre produto, meio geográfico e produtores.	126

Figura 64- Localização da área delimitada da IP do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional.....	144
Figura 65- Projeção da delimitação da área geográfica sobre a distribuição política da região.....	151
Figura 66- Situação das propriedades visitadas.	153
Figura 67- Grau de escolaridade dos produtores entrevistados.	154
Figura 68- Atividades exercidas pelos produtores, além da produção de cachaça.	154
Figura 69- Quanto a cachaça representa na renda total do produtor.....	155
Figura 70- Motivos que levaram os entrevistados a produzirem cachaça.	156
Figura 71- Distribuição dos produtores de acordo com o tempo de atividade no setor de cachaça.	156
Figura 72- Unidades produtivas de cachaça de alambique com diferentes capacidades: a) grande porte; b) pequeno porte	157
Figura 73- Distribuição dos alambiques de acordo com a capacidade produtiva.....	158
Figura 74- Adeegas: a) barris de carvalho; b) tonéis de jequitibá.	158
Figura 75- Canaviais em diferentes estágios de desenvolvimento: a) estágio inicial; b) estágio final.	159
Figura 76- Causas da reputação da cachaça da região de Ouro Preto apontadas pelos produtores.....	160
Figura 77- Principais benefícios esperados com o possível reconhecimento da indicação geográfica na região.	162
Figura 78- Reformas estruturais nas unidades produtivas para fins de atendimento à legislação.....	163
Figura 79- Hidrografia da área delimitada.	165

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 Indicações geográficas registradas no Brasil.	61
Tabela 2 Forma de organização das entidades titulares e requerentes das indicações geográficas.	64
Tabela 3 Estatística descritiva das regiões delimitadas.....	81
Tabela 4 Principais fontes escritas para a elaboração do levantamento histórico.....	132
Tabela 5 Questões que devem ser consideradas no levantamento das características específicas.	135
Tabela 6 Exemplos de especificações técnicas adotadas por indicações geográficas brasileiras.	138
Tabela 7 Critérios utilizados na delimitação das indicações geográficas.	145
Tabela 8 Área delimitada por município.....	152
Tabela 9 Características das unidades produtivas visitadas.	157

RESUMO

VALENTE, Maria Emília Rodrigues, M. Sc. Universidade Federal de Viçosa, março de 2011. **Indicação geográfica de alimentos e bebidas: comparação de regulamentos Brasil e União Européia e estudo de caso com os produtores de cachaça da região de Ouro Preto- MG.** Orientador: Ronaldo Perez. Co-Orientadores: Afonso Mota Ramos e José Benício Paes Chaves

Dentre os direitos relativos à propriedade intelectual, a indicação geográfica (IG) surge como um meio de fomentar o desenvolvimento sócio-econômico de uma sociedade, por meio de selos ou sinais distintivos que diferenciam produtos em razão de sua origem. Alguns países, especialmente os europeus, há tempos vêm utilizando a proteção jurídica proporcionada pelo registro das IGs como forma de tornar seus produtos mais competitivos e desenvolver regiões menos favorecidas. No Brasil, o tema é recente e praticamente desconhecido pela população de maneira geral, e no meio acadêmico são recentes e escassas as pesquisas relacionadas ao tema. Por isso, este trabalho tem como objetivo avaliar a evolução do sistema de indicações geográficas no Brasil. Para tanto, primeiramente foi realizada uma comparação entre as legislações brasileira e européia, que revelaram algumas lacunas na regulamentação nacional, como a falta de clareza em aspectos, como, por exemplo, a origem de matérias-primas e o conteúdo do Regulamento de Uso, e a completa omissão em questões relativas ao conflito com nomes de variedades vegetais ou raças, homônimos e marcas, alterações no Regulamento de Uso e cancelamento de IGs. A seguir foi realizada a análise do processo de reconhecimento das IGs no país pela aplicação de questionários semi-estruturados às entidades titulares e requerentes do selo junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), bem como àquelas pessoas que auxiliaram o processo de reconhecimento. A análise revelou que o perfil das IGs reconhecidas e em processo de reconhecimento é bastante heterogêneo, tanto na complexidade organizacional e no porte das unidades produtivas, quanto na dimensão das áreas delimitadas, no tempo de tradição do produto e nas restrições técnicas exigidas. Os resultados proporcionados pelo registro da IG também se revelaram muito variáveis, embora a melhoria da facilidade de comercialização, o incremento na qualidade do produto e o reconhecimento por parte da população tenham sido observados pela maioria dos entrevistados. Apesar desses benefícios associados ao registro da IG, a agregação de valor ao produto ainda não foi observada o que sugere que a maioria dos consumidores desconhece produtos com identificação de origem. Por último, foi proposto um modelo,

composto de dez etapas principais, para a construção do processo de reconhecimento das IGs no país, baseado em informações contidas na literatura e levantadas pelas entrevistas realizadas. A avaliação do modelo em uma situação real foi realizada por meio de um estudo de caso com produtores de cachaça de alambique da região de Ouro Preto–MG, mediante a aplicação de questionários semi-estruturados. Os resultados revelaram que há certa desorganização e descontinuidade de ações focadas no reconhecimento e, embora haja um número considerável de entidades parceiras envolvidas, há pouca participação de atores locais no processo. Sendo assim, pode-se concluir que são necessárias algumas atitudes para a consolidação das IGs no país, que começam por uma atualização da legislação referente ao assunto passando pela qualificação de profissionais, em especial aqueles vinculados às entidades parceiras, e pelo incentivo às pesquisas destinadas a estudar as relações entre produto e o meio geográfico no qual se insere.

ABSTRACT

VALENTE, Maria Emília Rodrigues, M. Sc. Universidade Federal de Viçosa, March, 2011. **Food and beverages geographical indication: comparison between Brazilian and European Union regulations and case study with cachaça producers from Ouro Preto-MG.** Advisor: Ronaldo Perez. Co-Advisors: Afonso Mota Ramos and José Benício Paes Chaves

Among the rights related to the intellectual property, geographical indication (GI) comes as a mean to promote society's socio-economic development, through certification or distinctive signs that differentiate products because of its origin. Some countries, especially the European ones, for long have been using juridical protection provided by the GI record as a way of turning their products more competitive and contribute for developing less wealthy regions. In Brazil, the subject is recent and virtually unknown by the population in general, and in the academy researches on the subject are recent and rare. Hence, this work's objective is to evaluate the Brazilian geographical indication system evolution. In order to accomplish that, first it has been done a comparison between Brazilian and European Union legislation, in which some gaps were revealed in the national regulation, such as the lack of explicitness in some aspects as, for example: raw material origin and content use rule, complete omission in questions related to conflicts on plant variety or race animal nomination name variety conflict, to homonyms and brand marks, to changes in Use Regulation and to GI cancellations. It was carried out an analysis of the country's GI process for recognizing and registering process, through semi-structured questionnaires applied to the entities that possess and request a certificate at the Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI), as well as those professionals who helped with the recognizing process. This analysis revealed that the recognized GI profile is quite heterogeneous, either on organizational complexity and productive unit size, or in delimited area dimension, product tradition period and in technical restrictions required. Results provided by GI registry also revealed itself to be quite variable, in spite of improved commercialization, increase on the product's quality and market recognition have been observed by most of the interviewed entities. Despite those benefits associated with GI registry, the added value to the product was not yet observed, suggesting that most consumers do not know the origin identification products. A model has been proposed that has ten main steps, for the construction of the country's GI recognition process, based on information contained in literature and raised by the interviews performed. The model evaluation in

a real situation was performed through a case study with alembic cachaça producers from Ouro Preto-MG, by applying of semi-structured questionnaires. Results revealed that there is a certain level of disorganization and discontinuity on the recognizing focused actions and, although there is a considerable number of partner entities involved, there is small participation of local actors in the process. Thus, it can be concluded that there is a some actions are necessary in order to consolidate GI in the country starting with a legislation actualization, by professional qualification, especially to the ones linked to the partner entities, and encouragement of researches focused on studying the relationship between product and the geographic environment in which it occurs.

INTRODUÇÃO GERAL

O período econômico que atualmente vivenciamos, caracterizado pela presença marcante de organizações multinacionais e pela grande competitividade empresarial em escala global, se por um lado fomenta a produção de bens padronizados a custos cada vez menores, por outro, traz anseios por produtos diferenciados, como aqueles que têm a origem como critério de valorização.

Produtos com indicação geográfica inserem-se neste contexto, já que são vistos pelos consumidores como produtos de procedência segura e qualidade ímpar, estreitamente vinculada ao território onde são produzidos, pela influência dos fatores naturais, tradição e saber-fazer presente.

O conceito de indicação geográfica desenvolveu-se lentamente no curso da história, e de modo natural, quando produtores, comerciantes e consumidores comprovaram que alguns produtos, advindos de determinados lugares, apresentavam qualidades particulares, atribuíveis a sua origem geográfica e passaram a denominá-los com o nome geográfico de procedência, a exemplo do presunto de Parma e dos vinhos de *Bordeaux*.

Hoje, a indicação geográfica, nas modalidades indicação de procedência e denominação de origem, constitui-se numa das formas especiais de proteção aos produtos, ligadas a uma especialidade do direito, a propriedade intelectual, e asseguradas por várias convenções internacionais. A proteção conferida pelas indicações geográficas é vista como forma de agregar valor e credibilidade ao produto, valorizando regiões menos favorecidas, melhorando a renda das famílias nelas inseridas e, contribuindo, dessa maneira, para a permanência da população nestas áreas. Além disso, a indicação geográfica protege produtos e regiões de falsificações e usurpações indevidas e também os consumidores, pois serve como garantia de um produto especial e diferenciado.

Na Europa, onde a estratégia de valorização de territórios é bastante antiga, os aspectos técnicos e jurídicos da regulamentação das indicações geográficas se encontram em um patamar de desenvolvimento notadamente superior. No Brasil, essa discussão é ainda recente. Existem no país somente oito indicações geográficas brasileiras reconhecidas, e, embora a indicação geográfica seja valorizada pelos consumidores de maior renda em produtos importados, especialmente vinhos, é desconhecida tanto pelos produtores e comerciantes quanto pela maioria dos

consumidores. Além disso, em nosso país ainda não há uma sistemática clara e concisa a respeito do procedimento de reconhecimento de uma indicação geográfica, de modo que os processos encaminhados ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI) – órgão responsável pelo registro dessas indicações – podem se arrastar por anos.

Sendo assim, dada a importância das indicações geográficas para o desenvolvimento da sociedade brasileira, em especial para as zonas rurais, vislumbrando-se o imenso potencial do Brasil, país com inúmeras peculiaridades regionais, e, finalmente, tendo-se em vista a insipiente disseminação do tema junto a produtores e consumidores, este trabalho tem como objetivo geral avaliar a evolução do sistema de indicações geográficas no Brasil.

De modo específico, o trabalho objetiva realizar um estudo comparativo entre os regulamentos referentes ao assunto vigentes no Brasil e na União Européia, caracterizar o processo de reconhecimento e controle das indicações geográficas, identificar os resultados obtidos pelo registro da indicação no INPI, propor um modelo contendo uma seqüência de etapas a serem seguidas por entidades que porventura venham buscar o reconhecimento de indicação geográfica junto ao INPI e, por fim, avaliar o modelo proposto em uma situação real.

Espera-se com esta pesquisa, contribuir para o amadurecimento e para a disseminação do tema no país, bem como para o esclarecimento de como o processo de reconhecimento deve ser conduzido e de como deve ser feito o controle de uso do nome geográfico pelos produtores localizados nas regiões delimitadas, de forma que seja garantida a qualidade, a rastreabilidade e a originalidade destes produtos.

CAPÍTULO 1- REVISÃO DE LITERATURA

1 Indicação geográfica: um breve histórico

Segundo Bruch (2008), o surgimento das indicações geográficas (IG) caminha juntamente com a história da humanidade, que, por muito tempo, quando se referia a um produto, relacionava-o ao seu local de origem. Já na Bíblia se encontram indicações de uma origem, como os vinhos de En-Gedi (Cânticos, I, 14) e o cedro do Líbano (Cânticos, III, 9, e Reis, V, 6). De acordo com Bertozzi (1995), existem relatos que remontam ao século 4 a.C., na Grécia Antiga, que relacionam o produto com o local de produção, como os vinhos de Coríntio, as amêndoas de Naxos, o mel da Sicília e o mármore de Paros, enquanto no Império Romano, sob o reinado de Augustus, eram conhecidas as tâmaras do Egito, o presunto de Gália, as ostras de Brindisi e o mármore de Carrara.

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

No mundo jurídico, porém, a história da proteção das IGs é bem mais recente, nascida das crises e dificuldades enfrentadas pela vitivinicultura nos diversos países europeus (BRUCH, 2009).

Na França o primeiro texto jurídico sobre denominação de origem data de 1666, elaborado no Parlamento de Toulouse, e se aplica a queijos, especificamente ao Queijo *Roquefort* (KRÜCKEN-PEREIRA, 2001).

No entanto, segundo Bruch (2009), a primeira IG a ser legalmente reconhecida e delimitada é a Região do Douro, em Portugal, que se dá em 10 de setembro de 1756, com a criação, pelo futuro Marquês de Pombal, da Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro. Nesse período, procede-se à primeira demarcação de uma área geográfica, a qual é feita com 335 marcos de pedra.

Na Alemanha, as primeiras leis referentes a denominações datam de 1874 e 1984, e tratam sobre a diferenciação entre indicação de origem e marca comercial, e também sobre a necessidade de proteção. Em 1919 é registrada a primeira lei francesa que permite a proteção de uma denominação de origem de um produto agrícola (KRÜCKEN-PEREIRA, 2001).

A partir dos anos de 1970, a Europa adotou um sistema de qualificação e etiquetagem de seus territórios visando a relacionar o produto ao território produtor e aos produtores responsáveis pelo processo de elaboração, identificados por características semelhantes utilizadas em seus processos de produção (CALLIARI et al., 2007).

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

Diferentemente das patentes e da maioria das marcas, as indicações geográficas são um direito coletivo (VELLOSO, 2008). Segundo Dias (2005), ao contrário das marcas propriamente ditas, que são protegidas no seio do direito sobre a proteção das marcas, as designações às quais se aplica a legislação dos produtos com IG não pertencem a produtores, nem a empresas produtoras. Qualquer produtor que respeite as disposições respectivas tem o direito de aplicar a designação protegida aos seus produtos, submetendo-se a disposições que ajustam a proteção e os controles.

O conceito atual de indicação geográfica engloba produtos agrícolas, alimentícios e não alimentícios (como artesanato, por exemplo), gêneros alimentícios e bebidas que apresentam uma ou mais qualidades relacionadas à zona de produção. No Brasil serviços também são passíveis de obtenção de IG. De acordo com Krücken-Pereira (2001), IGs são instrumentos públicos de valorização das características qualitativas de produtos alimentícios provenientes de determinada zona geográfica, delimitadas por critérios de tradicionalidade e vocação produtiva.

A França é o país de maior tradição nas indicações geográficas. De acordo com Chaddad (1995), neste país as apelações de origem adquiriram uma expressiva importância sociológica, cultural e econômica, sendo consideradas parte do patrimônio nacional. Ainda segundo o autor, a experiência francesa nessa matéria remonta ao século XVII, quando surgiu a primeira apelação de origem- *Châteauneuf-du-pape*. Mas

somente em 1935 foi aprovado o sistema jurídico de *Appellation d'Origine Contrôlée* (AOC) e criado o Instituto Nacional das Apelações de Origem (INAO), organismo estatal sob tutela dos Ministérios de Agricultura e Economia que regulamenta as ações de organizações que utilizam Apelações de Origem Controlada (CHADDAD, 1995; CALLIARI et al., 2007).

De acordo com o INAO, atualmente há 455 registros de bebidas alcoólicas, produtos lácteos e outros produtos agro-alimentares com Apelação de Origem Controlada (AOC) (INAO, 2011). A distribuição das AOC por classe de produtos neste país está apresentada na Figura 1.

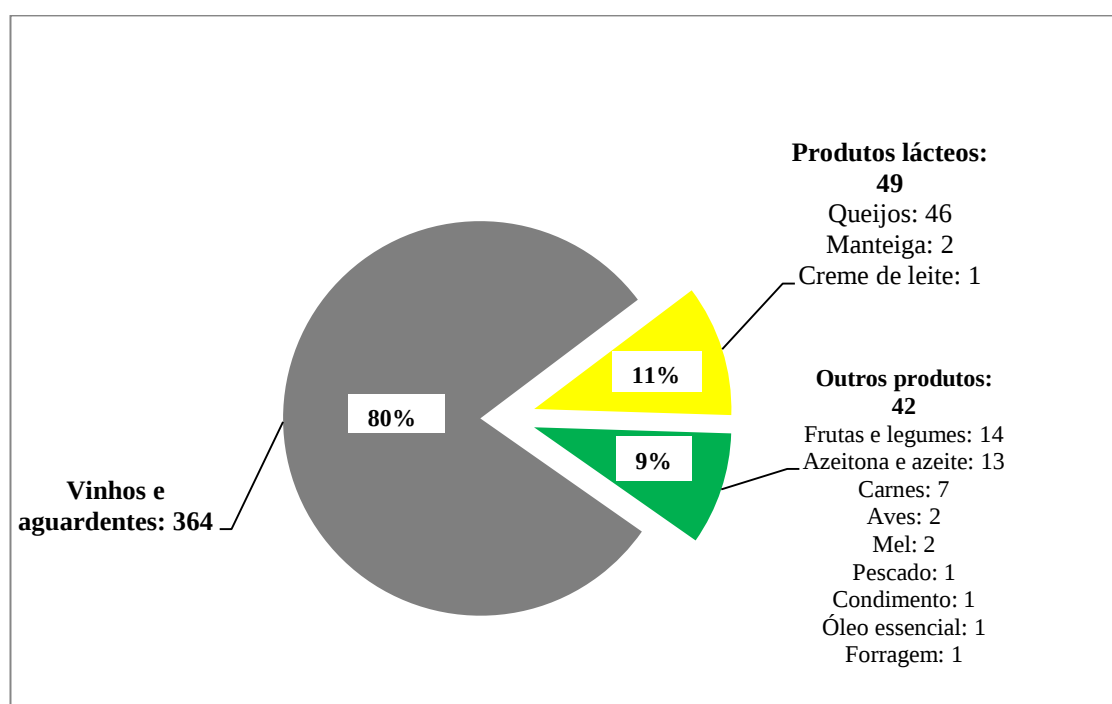


Figura 1-Produtos alimentares com Apelação de Origem Controlada (AOC) na França.
Fonte: INAO (2011), elaborado pela autora.

Na Europa, mais de 980 produtos agrícolas e gêneros alimentícios (UNIÃO EUROPÉIA, 2011a), mais de 1900 vinhos (UNIÃO EUROPÉIA, 2011b) e mais de 320 bebidas alcoólicas destiladas (CONSELHO DA UNIÃO EUROPÉIA, 2008) estão inscritos nos registros de Denominação de Origem Protegida (DOP) ou Indicação Geográfica Protegida (IGP), estando, assim, com a denominação geográfica protegida. Podemos citar como exemplos famosos de indicações geográficas neste continente o *Champagne* (Espumantes), *Bordeaux* (Vinhos) e *Roquefort* (Queijos) na França; o Vale do Douro (Vinho do Porto) e Serra da Estrela (Queijos) em Portugal; Parma (Presunto)

e Queijos *Parmigiano Reggiano* na Itália; Montes de Toledo (Azeite de Oliva) e Mancha (Açafrão), na Espanha.

A distribuição de produtos agrícolas e gêneros alimentícios, por país de origem, protegidos com os selos DOP e IGP na União Européia (UE) está apresentada nas Figuras 2 e 3, respectivamente.

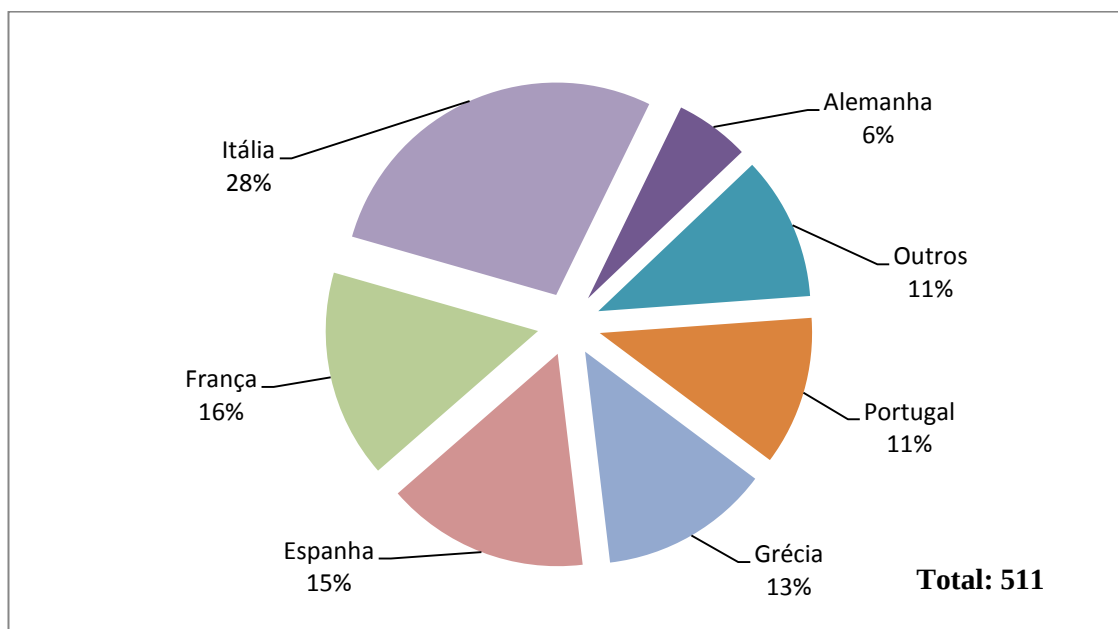


Figura 2- Distribuição, por país de origem, de produtos agrícolas e gêneros alimentícios com Denominação de Origem Protegida (DOP) na União Européia.

Fonte: UNIÃO EUROPÉIA (2011a), elaborado pela autora.

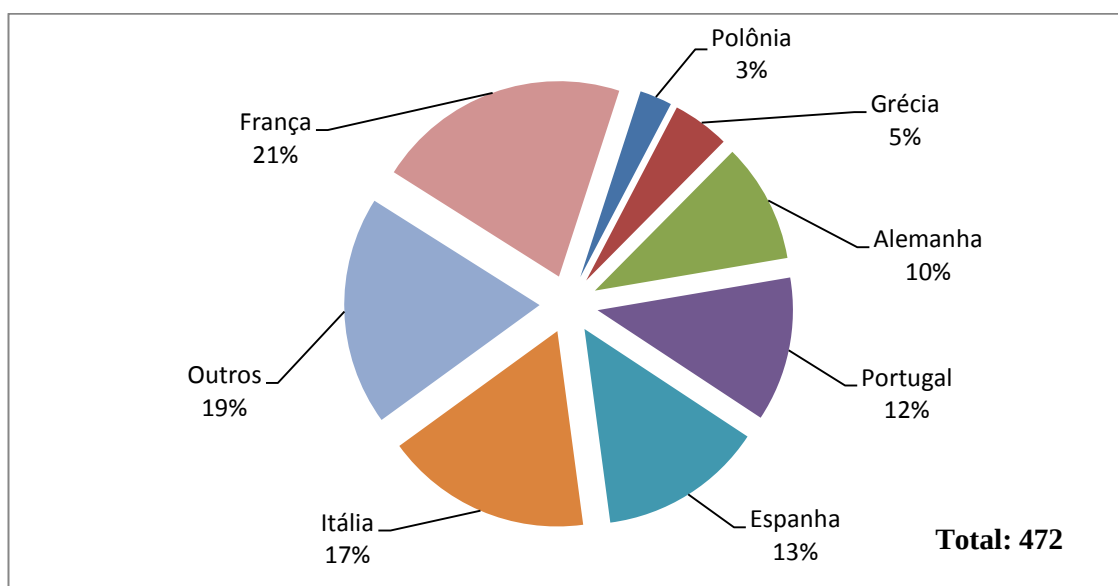


Figura 3- Distribuição, por país de origem, de produtos agrícolas e gêneros alimentícios com Indicação Geográfica Protegida (IGP) na União Européia.

Fonte: UNIÃO EUROPÉIA (2011a), elaborado pela autora.

A distribuição de vinhos europeus, por país de origem, protegidos com os selos DOP e IGP da União Europeia está apresentada nas Figuras 4 e 5.

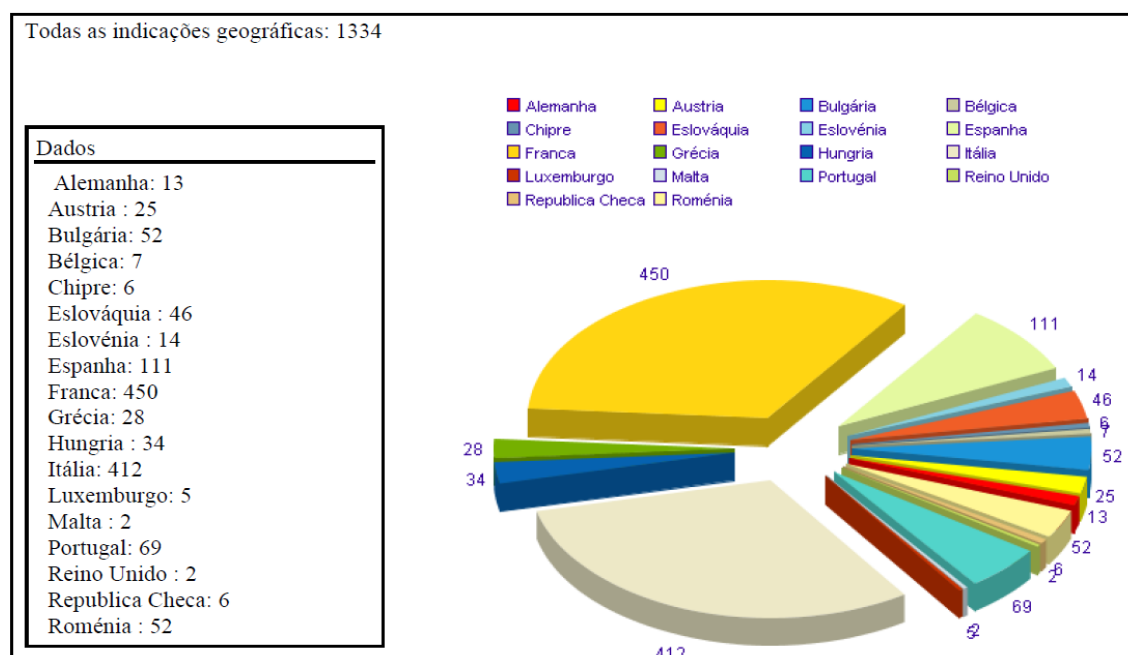


Figura 4- Distribuição, por país de origem, de vinhos europeus com Denominação de Origem Protegida (DOP).

Fonte: UNIÃO EUROPÉIA (2011b).

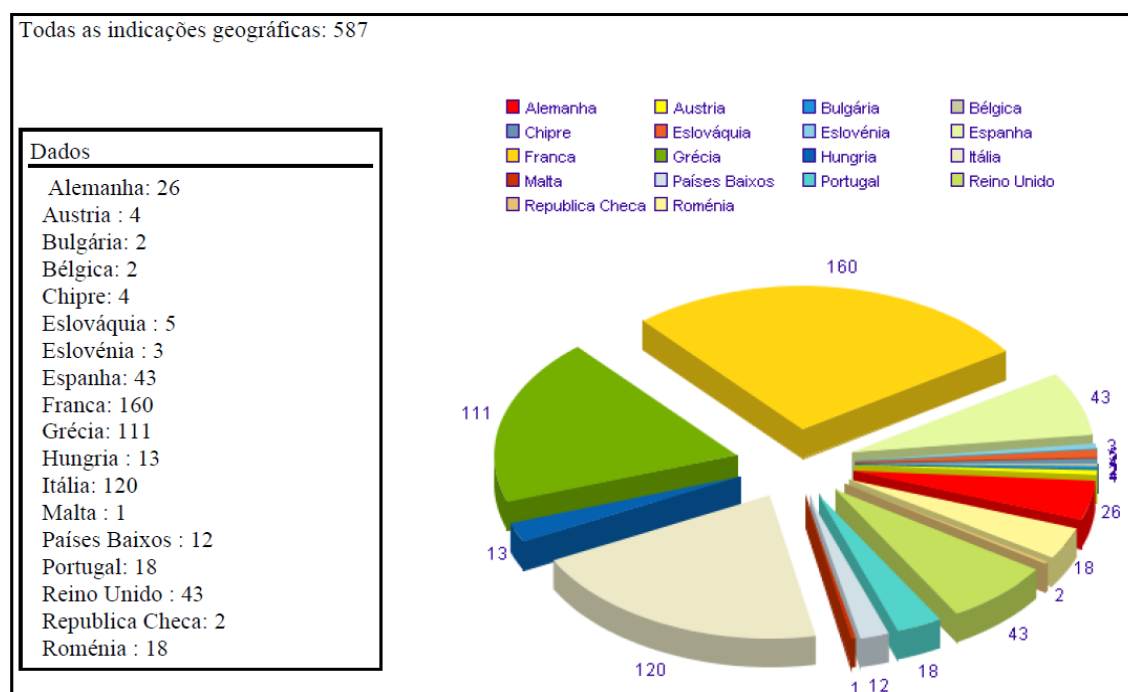


Figura 5- Distribuição, por país de origem, de vinhos europeus com Indicação Geográfica Protegida (IGP).

Fonte: UNIÃO EUROPÉIA (2011b).

Mais recentemente é nas economias de nações emergentes, como Índia e China, por exemplo, que está o reconhecimento expressivo de novas indicações, apresentando ao mundo um conjunto de produtos tradicionais sob a égide da garantia da procedência, a qual está associada uma “qualidade original” (CALLIARI et al., 2007).

Na América Latina, como exemplos de produtos protegidos pela IG podemos citar a Tequila e o Café de Vera Cruz no México, o Pisco peruano, a Singana na Bolívia, o Cacau de Chuau na Venezuela, os Charutos cubanos, o Café da Colômbia e a Cachaça brasileira. Na África, o Óleo de Oliva de Aragan e o Abacaxi da Guiné. Na Ásia, o Vinho Amarelo de Shaixing da China e o Chá do Sri Lanka (LIMA et al., 2007).

2 Diferenças entre indicação de procedência e denominação de origem

A Lei que regula os direitos e obrigações relativos à propriedade industrial no Brasil, Lei nº 9279/96, constitui indicação geográfica a indicação de procedência (IP) e a denominação de origem – DO (BRASIL, 1996).

De acordo com a referida Lei, considera-se indicação de procedência o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço; e considera-se denominação de origem o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos.

Apesar de ambas as designações protegidas terem essencialmente os mesmos objetivos centrais, os dois conceitos apresentam diferenças nítidas. Na DO não basta que o nome geográfico seja famoso e que o lugar tenha se tornado conhecido como centro de produção de determinado produto. Neste caso, as características geográficas (solo, sub-solo, vegetação), meteorológicas (mesoclima) e humanas (cultivo, tratamento, saber-fazer, tradição, cultura) que permeiam todo o processo de produção, são determinantes na caracterização e na diferenciação do produto ali produzido. Como exemplos de produtos com DO, registrados no INPI, temos o Destilado Vínico *Cognac* (França) , os Vinhos da Região dos Vinhos Verdes (Portugal) e o Arroz do Litoral Norte Gaúcho, única DO brasileira reconhecida até o momento.

Na IP não é necessária nenhuma exigência adicional, não é preciso que se comprove qualidade, singularidade, não é necessário que características peculiares àquela região, sejam elas naturais ou humanas, tenham contribuído para este reconhecimento. Enfim, basta que a região tenha se tornado conhecida como centro de extração, produção ou prestação de um determinado produto ou serviço (PORTO, 2009). São exemplos de produtos com IP registrados no INPI as Uvas de Mesa e Manga do Vale do Submédio São Francisco e os Vinhos e Espumantes de Pinto Bandeira, ambos brasileiros.

3 Objetivos e benefícios das indicações geográficas

De acordo com Dias (2005), na criação de uma denominação de origem estão normalmente envolvidos dois tipos de motivações. Por um lado, pode surgir como reação à perda de qualidade de um produto percebido como tradicional de uma região, quer pelo alargamento exagerado da sua área de produção ou pela utilização usurpadora da sua designação, quer pelos desvios ao saber-fazer tradicional, geralmente associados a um paralelo desenvolvimento industrial. Por outro lado, pode ter origem numa vontade comunitária de afirmação da identidade local, através da revitalização de costumes e tradições.

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

Segundo Tonietto (1993), os objetivos básicos da denominação de origem são os de proteger os produtos dela originados, bem como sua denominação geográfica. Isso beneficia tanto os produtores, que têm interesses comerciais e ficam sujeitos ao cumprimento de um conjunto de regras de produção, quanto os consumidores, que têm a garantia de autenticidade da origem e de um padrão mínimo de qualidade dos produtos.

A seguir são listados alguns benefícios proporcionados pela indicação geográfica.

a) Proteção Jurídica

Uma das principais razões para o surgimento e consolidação da AOC na França, além de evitar a má reputação dos vinhos a partir da existência de vinhos de péssima qualidade que eram produzidos mesmo na região, era também, evidentemente, o de coibir o aparecimento de falsificações (KAKUTA et al., 2006). Ora, se um produto possui reputação e tem sua qualidade – ligada ao território – comprovada pelos consumidores, estes geralmente estão dispostos a pagar um preço um pouco superior para obtê-los. Daí surgem as falsificações (VELLOSO, 2008).

Em geral, as normativas proíbem o uso do nome geográfico que constitui o nome da IG ou de qualquer outra menção que evoque para um produto similar, seja ele qual for. Existe ainda a restrição ao desvio da notoriedade, isto é, a proibição do uso de um nome geográfico que constitua o nome de uma IG para qualquer outro produto ou serviço, quando este uso é suscetível de desviar ou debilitar a notoriedade da IG.

No Brasil, os crimes contra as IGs estão estabelecidos na Lei 9279/96 nos artigos 192 e 193 e permitem ao titular do direito tomar medidas contra aqueles que estejam fabricando, importando, exportando, vendendo, expondo, oferecendo à venda ou mantendo em estoque produto que apresente falsa IG (BRASIL, 2008).

Estes mecanismos, portanto, permitem regular conflito entre aqueles que desejam conservar um direito adquirido graças às condições climáticas particulares, tipo de solos, formas de cultivo ou fabricação específicas de determinados produtos, entre outros, e aqueles que se esforçam, sem razão nem direito, para utilizar injustamente estas denominações de forma ilegítima (MUÑOZ-NÁJAR, 2001).

b) Diferenciação e acesso ao mercado consumidor

Segundo Bruch (2008), produtos (ou serviços) contemplados por uma IG, por absorverem peculiaridades, sejam estas referentes a fatores naturais (como solo, clima ou relevo) e/ou a fatores humanos (tais como o saber fazer, a tradição ou a cultura de uma determinada comunidade), se tornam produtos diferenciados, únicos.

Assim sendo, de acordo com Vargas (2008), a IG pode ser vista como uma alternativa na agregação de valor e diferenciação da cadeia produtiva, sendo uma

estratégia competitiva baseada em identidades territoriais associadas a um determinado produto.

A estratégia de diferenciação qualitativa de maneira coletiva adotada pelos agricultores permite assegurar preços superiores em função da tipicidade das produções (BRASIL, 2008).

Desta forma, Chaddad (1995) aponta o agronegócio de especialidades como um importante segmento a ser beneficiado pelo uso das denominações, uma vez que lida com produtos diferenciados e com alto valor agregado, com menor volume de produção e atendendo nichos de mercado. O alto valor agregado e qualidade das especialidades justificam a denominação como um instrumento viável para comunicar eficientemente estas características ao consumidor (KRÜCKEN-PEREIRA, 2001).

Segundo Pistorello (2006), a indicação geográfica facilita a presença no mercado de produtos característicos e que sentirão menos a concorrência com outros produtores de preço e qualidade inferiores. Além disso, melhora e torna mais estável a demanda do produto, pois cria uma confiança do consumidor que, sob a etiqueta da denominação de origem, espera encontrar um produto de qualidade e com características determinadas.

A melhoria na comercialização dos produtos também se verifica devido à facilidade de acesso ao mercado proporcionada pela presença de um sinal distintivo que comprova a procedência e renome do produto; isso se constata especialmente junto às cooperativas ou pequenos produtores, que, via de regra, possuem menor experiência e renome junto ao mercado.

c) Preservação da identidade local e cultural

As indicações geográficas, em todos os seus aspectos e, independente das suas motivações, estão indiscutivelmente associadas à coletividade e ao território. E quando existe patrimônio cultural e laços de identidade, onde toda uma comunidade compartilhe uma história, tradição e costumes em comum, existe também identidade local e cultural (VELLOSO, 2008).

Segundo Gollo e Castro (2008), as indicações geográficas constituem-se em uma das formas especiais de proteção aos produtos, que visam, principalmente, distinguir a origem de um produto através da identificação da sua área de produção. Num mundo de relações econômicas globalizadas, as indicações geográficas possibilitam salvaguardar características locais e regionais dos produtos, valorizando e atestando seus níveis de

qualidade, os quais são frutos dos fatores naturais de uma área delimitada e de fatores devidos à intervenção do homem (TONIETTO, 2003).

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

Dessa forma, a IG contribui para preservar as particularidades e a personalidade dos produtos, que se constituem num patrimônio de cada região/país, trazendo satisfação ao produtor, que vê seus produtos comercializados no mercado com a denominação geográfica do seu local de trabalho, valorizando sua propriedade e permitindo sua sobrevivência no meio rural (PISTORELLO, 2006).

d) Promoção do desenvolvimento territorial

Bruch (2008) assegura que, mais que um instituto jurídico ou um objeto de *marketing*, é a indicação geográfica uma possibilidade de se garantir a sustentabilidade de uma determinada região, sem que isso implique sua transformação em um pólo industrial ou uma região de monocultura. O MAPA corrobora a opinião da autora afirmando que as IG constituem um meio de valorizar a localidade e o país de origem (BRASIL, 2008). Segundo Bruch (2008), elas estabelecem um vínculo entre um produto agropecuário ou artesanal com a sua região de origem, se tornando uma ferramenta coletiva dos produtores para promover seus produtos e territórios.

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

A própria legislação da União Europeia considera que a promoção de produtos com determinadas características pode se tornar um trunfo importante para o meio rural, nomeadamente nas zonas desfavorecidas ou periféricas, promovendo, por um lado, melhoria no rendimento dos agricultores e, por outro, fixação da população rural nessas zonas (CONSELHO DA UNIÃO EUROPEIA, 2006).

Velloso (2008) afirma que, embora as indicações geográficas não tenham sido concebidas para promover o desenvolvimento territorial, elas podem servir como ferramenta para tal. No entanto, a autora ressalta que, para que esta premissa se torne fato, estratégias e projetos para o território se fazem necessários bem como a participação dos atores do território que devem se mobilizar, apropriar e utilizar diferentes conhecimentos para chegar a seus fins.

Paula (2004) lembra que cada território é diferente de outro e possui sua própria identidade. As estratégias para o seu desenvolvimento, portanto, devem ser traçadas para cada realidade, considerando as redes de atores locais, os recursos naturais, a infraestrutura existente, o capital social e humano, a capacidade empreendedora dos atores, as vocações e oportunidades do território etc. A combinação de todas essas características é única e inimitável (VELLOSO, 2008).

Soeiro (2005) destaca algumas vantagens que a IG pode promover em relação ao desenvolvimento rural sustentável, a partir da adoção de regras que devem ser seguidas pelos produtores:

- impede a desertificação das regiões menos favorecidas;
- potencializa e complementa os recursos existentes;
- gera postos de trabalho locais, ao nível de todos os setores, incluindo os serviços;
- respeita as raças e as variedades nativas;
- melhora o fundo de fertilidade dos solos;
- preserva as condições ambientais naturais;
- respeita os ecossistemas existentes, a biodiversidade e o patrimônio genético;
- garante a sobrevivência das gerações atuais e futuras.

Por fim, Reis (2008) argumenta que a implementação de uma IG é uma garantia de inserção do produtor de base familiar na lógica adversa dos mercados segmentados. Assim, permite concomitantemente o enredamento de pequenas unidades produtivas no

mercado global e o enraizamento do homem do campo à sua região. Em síntese, conclui a autora, representa um esforço ao processo de desenvolvimento local sustentável.

e) Proteção de consumidores

Chaddad (1995) destaca que a IG protege os consumidores contra práticas enganosas relacionadas ao uso de indicações de origem como nome de um produto qualquer. Além disso, permite ao consumidor identificar perfeitamente o produto dentre outros, inclusive de preços inferiores (PISTORELLO, 2006).

Soeiro (2005) afirma ainda que os produtos com IG têm origem conhecida e comprovável, não só pelas indicações constantes da rotulagem, mas também através do sistema de controle apropriado a que se sujeitam. Sendo assim, são seguros para os consumidores.

f) Melhoria da qualidade do produto

Uma condição prévia para o sucesso de um projeto de valorização regional é a qualidade dos produtos. Somente produtores idôneos podem ser considerados (RURAL EUROPE, 1997)

Sendo assim, Pistorello (2006) afirma que o reconhecimento de uma IG estimula a melhoria qualitativa dos produtos, já que são submetidos a controles de produção e elaboração. Além disso, o aumento da participação no ciclo de comercialização dos produtos estimula a elevação do seu nível técnico. Deve-se ressaltar ainda que a IG possibilita a rastreabilidade do produto desde o plantio até sua comercialização.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERTOZZI, L. Designations of origin: Quality and specification. **Food Quality and Preferences**, n.6, p.143–147, 1995.

BRASIL. Lei nº 9279 de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília DF, 15 mai. 1996. Disponível em: < <http://www.in.gov.br/visualiza/index.jsp?data=15/05/1996&jornal=1&pagina=1&totalArquivos=136>>. Acesso em 17 fev. 2011.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Guia para a solicitação de registro de indicação geográfica para produtos agropecuários**. Disponível em <http://www.agricultura.gov.br/pls/portal/docs/PAGE/MAPA/SERVICOS/IG_PRODUTOS_AGROPECUARIOS/CONSTRUINDO_AS_IG/GUIA%20IG%20FINAL_0.PD>. 2008. Acesso em: 24 fev. 2010.

BRUCH, K.L. Indicações Geográficas para o Brasil. **Jornal A Vindima** - O Jornal da Vitivinicultura Brasileira, Flores da Cunha: Século Novo Ltda, p. 16-17, jun/jul. 2008a.

BRUCH, K.L. Tradição e cultura preservadas: Indicações Geográficas são meio para assegurar reconhecimento aos diferenciais de uma região produtora. **Jornal Bom Vivant**, jan/fev. 2009. Disponível em <http://www.jornalbonvivant.com.br/int_noticias.php?id=122&secao=1>. Acesso em: 4 mar. 2010.

CALLIARI, M. A. C. et al. Proteção às Indicações Geográficas: A Experiência Brasileira. In: **SEMINÁRIO LATINO-IBEROAMERICANO DE GESTION TECNOLÓGICA- ALTEC**, 12., Buenos Aires: ALTEC, 2007. Disponível em: < <http://www.ige.unicamp.br/geopi/publicacoes.php?sub=artigos>>. Acesso em 6 mar. 2010.

CONSELHO DA UNIÃO EUROPÉIA. Regulamento (CE) nº 510 de 20 de março de 2006. Relativo à protecção das indicações geográficas e denominações de origem dos produtos agrícolas e dos gêneros alimentícios. **Jornal Oficial da União Européia**, n. L 093, p.12-25, 31 mar. 2006. Disponível em < <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:093:0012:0025:PT:PDF>>. Acesso em: 17 fev. 2011.

CONSELHO DA UNIÃO EUROPÉIA. Regulamento (CE) nº 110 de 15 de janeiro de 2008. Relativo à definição, designação, apresentação, rotulagem e protecção das indicações geográficas das bebidas espirituosas e que revoga o Regulamento (CEE) nº 1576/89 do Conselho. **Jornal Oficial da União Européia**, n. L 039, p.16-54, 13 fev. 2008. Disponível em < <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:039:0016:0054:PT:PDF>>. Acesso em: 17 fev. 2011.

CHADDAD, F.R. Denominações de origem controlada: um projeto de pesquisa. **Caderno de Pesquisas em Administração**, São Paulo, v.1, n. 1, 2º sem/1995.

DIAS, J. F. D. V. R. **A Construção Institucional da Qualidade em Produtos Tradicionais**. 2005. 145 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade) - Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro.

GOLLO, S. S.; CASTRO, A. W. V. Indicações geográficas no Brasil: as indicações de procedências já outorgadas e as áreas de produtos com potencial de certificação. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 46., 2008, Rio Branco. **Anais eletrônicos...** Rio Branco: SOBER, 2008. Apresentação oral. Disponível em: < <http://www.sober.org.br/palestra/9/778.pdf> >. Acesso em 14 ago. 2009.

INAO. Institut National des Appellations d'Origine et de la Qualité (França). **Statistiques- Les Signes de la Qualité et de l'Origine**. Disponível em <<http://www.inao.gouv.fr/public/home.php?pageFromIndex=produits/index.php~mnu=145>>. Acesso em: 01 fev. 2011.

KAKUTA, S.M. et al. **Indicações geográficas: guia de respostas**. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2006. 38p.

KRÜCKEN-PEREIRA, L. **O processo de valorização de produtos alimentícios através das denominações de origem e qualidade: uma abordagem de gestão do conhecimento**. 2001. 167 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis.

LIMA, F.D, GIESBRECHT, H.O., DE LIMA, S.U. Indicação Geográfica: agregação de valor aos produtos amazônicos. **T&C Amazônia**, Ano V, n.11, p. 42-48, jun. 2007.

MUÑOZ-NÁJAR, L. A. G. Algunos Apuntes Sobre La Protección de Denominaciones de Origen en Países de Economías Emergentes: La Comunidad Andina. In: SIMPOSIO SOBRE LA PROTECCIÓN INTERNACIONAL DE LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS. Montevideo, 2001. **Annales...** Montevideo: OMPI/GEO/MVD/01/6, 2001, 15p.

NICOLAS, F.; VALCESHINI, E. Agro-Alimentaire et Qualité: Questions aux sciences sociales. **Économie Rurale**, n. 217, p.5-11, set/out. 1993.

PAULA, J. Territórios, redes e desenvolvimento. In: LAGES, V.; BRAGA, C; MORELLI, G (Org.). **Territórios em movimento: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva**. Rio de Janeiro: Relume Dumará; Brasília, DF: SEBRAE, 2004. p.73-84.

PISTORELLO, N. Sub-projeto Denominação de origem controlada. **Projeto VICTUR**-Valorização do turismo integrado à identidade cultural dos territórios. SEBRAE-RS, 2006. Disponível em <http://www.caxias.rs.gov.br/urbal/_upload/artigo_18.pdf>. Acesso em 17 de agosto, 2009.

PORTO, P. C. R. Indicações Geográficas, modelo Brasil. Aracaju: **Evocati Revista**, n. 29, mai. 2009. Disponível em: < http://www.evocati.com.br/evocati/artigos.wsp?tmp_codartigo=228 >. Acesso em: 31 mar. 2010.

REIS, L. L. M. **Indicação de Procedência: uma nova dimensão da competitividade para o território da APAEB-Valente**. 2008. 206 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional e Urbano) – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional e Urbano, Universidade de Salvador – UNIFACS. Salvador.

RURAL EUROPE (Europa). A valorização dos recursos agrícolas locais a experiência do LEADER I. **LEADER magazine**, n. 3, 1997. Disponível em: <<http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-pt/biblio/produ/contents.htm>>. Acesso em: 01 mai. 2010.

SOEIRO, A. Denominações de Origem e Indicações Geográficas Protegidas: A sua importância. 2005. Disponível em: < <http://www.pluridoc.com/Site/FrontOffice/Default.aspx?module=Files/FileDescription&ID=1910&state=FD> >. Acesso em: 15 abr. 2010.

TONIETTO, J. O. **Conceito de denominação de origem: uma opção para o desenvolvimento do setor vitivinícola brasileiro**. Bento Gonçalves: EMBRAPA-CNPUV, 1993. 20p. (EMBRAPA-CNPUV- Documento 8).

TONIETTO, J. O. Vinhos brasileiros de 4º geração: o Brasil na era das indicações geográficas. Bento Gonçalves: EMBRAPA- CNPUV, **Comunicado Técnico**, n.45, jun. 2003.

UNIÃO EUROPÉIA. Comissão Européia. **DOOR- Database of Origin and Registration**. Disponível em <<http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html>>. Acesso em: 07 fev. 2011a.

UNIÃO EUROPÉIA. Comissão Europeia. **E-BACCHUS**. Disponível em <<http://ec.europa.eu/agriculture/markets/wine/e-bacchus/>>. Acesso em: 07 fev. 2011b.

VARGAS, I.C.S. **Indicações geográficas do Brasil: possibilidades para os produtores inseridos na área de proteção ambiental do Ibirapuitã- RS**. 2008. 114 f. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural) - Centro de Ciências Rurais, Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria.

VELLOSO, C.Q. **Indicação geográfica e desenvolvimento territorial sustentável: a atuação dos atores sociais nas dinâmicas de desenvolvimento territorial a partir da ligação do produto ao território (um estudo de caso em Urussanga, SC)**. 2008. 166 f. Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas) - Centro de Ciências Agrárias, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis.

CAPÍTULO 2- INDICAÇÃO GEOGRÁFICA: UMA COMPARAÇÃO ENTRE AS LEGISLAÇÕES BRASILEIRA E EUROPÉIA

1 INTRODUÇÃO

Hoje, em muitos países, a indicação geográfica é um elemento de grande importância na distinção, identificação e valorização de diversos produtos. Portanto, sua proteção jurídica se faz fundamentalmente necessária.

Com a evolução das relações comerciais entre os países, evidenciaram-se pressões para se criar uma regulamentação mais eficiente, para os direitos intelectuais, que deveria ser obtida por meio de negociações multilaterais (LOCATELLI, 2006). Neste sentido, a OMC, pelo acordo ADPIC, passou também a regular os direitos da propriedade intelectual, incluindo as indicações geográficas.

Este Acordo, segundo Brondani e Locatelli (2008), possui termos que não são definitivos, devido à matéria ser controversa em alguns aspectos. No entanto, o ADPIC, ao entrar em vigor, impôs novos parâmetros internacionais de proteção jurídica à propriedade intelectual, alterando a legislação de muitos países e influenciando as novas legislações que foram se desenvolvendo.

Os efeitos do acordo ADPIC também se manifestaram na Europa, onde a legislação já vem, há algum tempo, destinando especial atenção à matéria, sobretudo em razão da tradição de seus países no reconhecimento de indicações. Hoje, o assunto é tratado em âmbito Comunitário nos Regulamentos CE nº 510/06, CE nº 110/08 e CE nº 479/08.

Sob influência da internalização do ADPIC, em 1995, foi promulgado no Brasil um conjunto de leis que visavam estabelecer a proteção de praticamente todas as áreas da propriedade intelectual, dentre as quais a Lei nº 9279 de 14 de maio de 1996, que se refere à propriedade industrial, nela incluindo-se as indicações geográficas, além da repressão à concorrência desleal (BRUCH, 2008a). O artigo 182 dessa Lei estabelece, em seu parágrafo único, que o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) estabelecerá as condições de registro das IGs, que resultou na promulgação da Resolução nº 75/00 por este Instituto.

Dada a incipiência da regulamentação jurídica nacional das indicações geográficas e a histórica experiência européia na regulamentação da matéria, o objetivo deste capítulo é comparar os regulamentos do Brasil e da União Européia sobre

indicações geográficas, levando-se em consideração o acordo ADPIC, visando apontar as semelhanças, as diferenças, bem como possíveis questões controversas e eventuais lacunas que possam estar constituindo entrave ao desenvolvimento das indicações geográficas no país.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

A análise das legislações nacional e europeia relacionadas às indicações geográficas, para fins de comparação, foi realizada por meio da leitura crítica das leis, resoluções e regulamentos que regem o tema no Brasil e na União Europeia. São elas:

Brasil:

- Lei nº 9279, de 14 de maio de 1996;
- Resolução nº 75 de 28 de novembro de 2000, do Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI.

União Europeia:

- Regulamento CE nº 510, de 20 de março de 2006;
- Regulamento CE nº 110, de 15 de janeiro de 2008;
- Regulamento CE nº 479, de 29 de abril de 2008.

A estratégia adotada para a análise consistiu na leitura de cada item da legislação brasileira e de seu correspondente nos regulamentos da União Europeia, a fim de que as diferenças e similaridades fossem apontadas.

Além disso, o acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual relacionados ao Comércio (ADPIC) foi também consultado para fins comparativos. Para auxiliar a análise, livros e artigos listados nas referências bibliográficas, foram consultados.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

3.1 Âmbito de Aplicação

A legislação brasileira (Lei nº 9279/96), no que se refere às indicações geográficas, estabelece que produtos e serviços sejam passíveis de proteção.

O acordo ADPIC, da mesma forma que a normativa nacional, estende a proteção por indicação geográfica a qualquer tipo de produto, desde os produtos agrícolas até os não agrícolas. No entanto, serviços não são passíveis de proteção segundo este acordo.

Já a legislação europeia (Regulamentos CE nº 510/06, CE nº 110/08 e 479/08) dispõe que apenas produtos são passíveis de proteção, restringindo, ainda, quais aqueles que podem ser protegidos.

O Regulamento CE nº 510/06 estabelece regras relativas à proteção das denominações de origem e indicações geográficas de gêneros alimentícios e produtos agrícolas, sendo limitado àqueles em que uma relação entre suas características e sua origem geográfica seja verificada. Todavia, cabe ressaltar que o seu âmbito pode vir a incluir outros produtos, sendo aplicáveis, neste caso, os Artigos 5º e 7º da Decisão 1999/468/CE, que legislam sobre o procedimento de regulamentação de projetos pela Comissão.

O Regulamento CE nº 510/06 não se aplica aos produtos do setor vitivinícola, com exceção dos vinagres de vinho, nem às bebidas alcoólicas destiladas, que possuem regulamentos próprios: Regulamentos CE nº 479/08 e CE nº 110/08, respectivamente.

3.2 Definições

Ainda não existe uma definição genérica e globalmente aceita de Indicações Geográficas. O Acordo ADPIC da OMC, no Art. 22º, define IG como aquela indicação que identifica um produto como originário do território de um Membro, ou região ou localidade deste território, quando determinada qualidade, reputação ou outra característica do produto seja essencialmente atribuída à sua origem geográfica (OMC, 1994).

Tal definição, apesar de ampla e vaga, é freqüentemente usada nas negociações internacionais com o objetivo de atenuar as diferenças entre as concepções nacionais regulamentadas nas legislações de diversos países.

A Lei nº 9279/96 bem como os Regulamentos CE nº 510/06 e CE nº 479/08 constituem duas espécies diferentes de referência geográfica passíveis de proteção: indicação de procedência e denominação de origem, no caso do Brasil; indicação geográfica e denominação de origem no caso europeu. Cabe destacar que o Regulamento nº 110/08 da UE institui somente uma espécie protegida, a indicação geográfica, assim como também o faz o acordo ADPIC. Locatelli (2006) afirma que não obstante o acordo não preveja as diversas possibilidades de classificação das indicações geográficas traz uma conceituação bastante ampla que encerra todas estas variações.

De acordo com a definição adotada pelo ADPIC, considera-se indicação geográfica qualquer nome, desde que este lembre uma localização geográfica. Um exemplo de um nome não geográfico, mas que é reconhecido como tal por se identificar com uma região é o vinho espumante Cava, elaborado pelo método tradicional em determinada região da Espanha (BRUCH et al., 2010). Já a definição adotada pelas legislações brasileira (Lei nº 9279/96) e europeia (Regulamentos CE nº 510/06, CE nº 110/08 e CE nº 479) estabelece que apenas pode ser considerada indicação geográfica, o nome geográfico de região, de localidade de seu território (cidade, por exemplo), ou de país, excepcionalmente.

No caso da IP brasileira, o nome geográfico em questão deve ter se tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço; no caso da IG europeia e do acordo ADPIC, o nome deve apresentar notoriedade ou reputação, determinada qualidade ou outras características que podem ser atribuídas a essa origem geográfica.

No entanto, nem a legislação brasileira nem os Regulamentos europeus, nem o acordo ADPIC nada dispõem sobre as seguintes questões: até que ponto o produto extraído deve vir do local delimitado? A matéria-prima deverá ser proveniente exclusivamente da região delimitada? O produto deve ser totalmente fabricado na região delimitada? O produto poderá ser acondicionado ou envelhecido fora da área demarcada?

Exceção a este se fato é encontrada no Regulamento CE nº 479/08, relativo aos produtos vitivinícolas: exige-se que pelo menos 85% das uvas utilizadas na produção sejam provenientes exclusivamente da região geográfica delimitada, que a sua produção ocorra nessa área e que os produtos sejam obtidos a partir de castas pertencentes à

espécie *Vitis vinifera* ou provenientes de um cruzamento entre esta e outra espécie do gênero *Vitis*.

Nas definições adotadas pelo Brasil e pela UE para ser reconhecido como denominação de origem (DO), o produto – ou serviço, no caso do brasileiro - deve possuir qualidades ou características que se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos.

Locatelli (2009) afirma que, num primeiro momento, a definição legal do ADPIC deixa de contemplar determinadas possibilidades de indicações como é o caso das indicações geográficas referentes a serviços, bem como os fatores humanos que podem caracterizar uma indicação. Num segundo momento, a autora reflete que o fato de não haver referência expressa aos fatores humanos, não parece excluir estes da proteção do ADPIC.

Contudo, Gonçalves (2008) salienta que a definição legal do ADPIC não exige que haja nexos entre o produto e meio geográfico e sim com a origem geográfica. O autor explica que origem geográfica é distinto de meio geográfico. A origem geográfica aponta somente a origem, o local, donde advêm tais produtos. O meio geográfico é a relação com os fatores naturais e os fatores humanos.

Dessa forma, a questão da relação entre a indicação geográfica e os fatores naturais e humanos na definição do ADPIC é questionável. Já as legislações da UE e brasileira deixam claro que a natureza do vínculo entre o produto e o local geográfico é mais restritivo no que se refere às denominações de origem, dado que a qualidade ou características se devem essencialmente ou exclusivamente ao meio geográfico.

Em adição à definição de denominação de origem, os regulamentos europeus exigem que a produção, transformação e elaboração do produto devem ocorrer na área geográfica delimitada. No entanto, o Regulamento nº 510/06 permite que certas designações geográficas sejam equiparadas às DOPs, quando as matérias-primas dos produtos em questão provenham de área geográfica mais vasta ou diferente da área de transformação, desde que a área de produção das matérias-primas se encontre delimitada, existam condições especiais para a produção das matérias-primas e exista um regime de controle que garanta a observância de tais condições. Ressalta a referida resolução que tais designações devem ter sido reconhecidas no país de origem antes de 1º de maio de 2004.

A legislação que regula as indicações geográficas de produtos vitivinícolas, Regulamento CE nº 479/08, no entanto, é mais restritiva. Segundo esse Regulamento, as uvas a partir das quais os produtos são elaborados devem ser de castas pertencentes à

espécie *Vitis vinifera* e ser provenientes exclusivamente dessa área geográfica, não havendo exceções como no caso do Regulamento CE nº 510/06.

A legislação brasileira, diferentemente da européia, não deixa claro se todas as etapas – extração, produção, fabricação- devem ocorrer na área delimitada, nem se as matérias-primas devem ser provenientes da área demarcada, nem, ainda, se operações posteriores, como acondicionamento, maturação, envelhecimento devem ocorrer também no local determinado.

3.3 Nomes não suscetíveis de registro

3.3.1 Denominações genéricas

De acordo com o Art. 180º da Lei nº 9279/96, quando o nome geográfico se houver tornado de uso comum, designando produto ou serviço, não será considerado indicação geográfica. Assim, aquelas denominações que caíram em uso comum, pelo fato de não indicarem ao consumidor a idéia de um vínculo entre o produto ou serviço e a sua origem geográfica, não gozam de proteção legal (LOCATELLI, 2009). Segundo a autora, os nomes geográficos genéricos, em regra, acabam sendo utilizados para designar espécies ou tipos de produtos e não propriamente a origem geográfica destes.

Dessa forma, de acordo com a Lei, o “Queijo de Minas” é um exemplo de nome geográfico que se utiliza para designar uma espécie de queijo branco, e não necessariamente um queijo originado do Estado de Minas Gerais. Isso, em tese, impediria que fosse registrado o nome geográfico “Minas” para o produto “Queijo” (FÁVERO, 2010).

Gonçalves (2008) afirma que, no Brasil, a decisão de considerar uma indicação genérica ou não poderá surgir por uma decisão administrativa, quando o INPI indeferir uma indicação geográfica por o nome geográfico requerido ser uma denominação genérica do produto; ou por via judicial, quando um juízo emitir uma sentença declarando a degenerescência do nome geográfico em questão.

Bruch et al. (2010) afirmam que o INPI indeferiu três pedidos que parecem refletir o uso da teoria da diluição (nomes que tornaram-se genéricos). Trata-se de *Parma* (nº IG970001) para presuntos, *Roquefort* (nº IG200102) para queijos e *Asti* (nº IG200202) para vinhos.

No entanto, cabe ressaltar que estas informações contradizem aquelas publicadas nas Revistas da Propriedade Industrial (RPI 2015 de 18/08/2009, RPI 1967 de 16/09/2008 e RPI 1946 de 22/04/2008) de Patentes do INPI, que justificam o indeferimento de tais pedidos pelo não atendimento às exigências estabelecidas pela Resolução INPI nº 75/00.

De acordo com Locatelli (2009), o INPI concedeu o registro da DO *Cognag* à instituição francesa *Bureau National Interprofessionnel du Cognac*, que solicitou o registro para destilados víquicos ou aguardente de vinho produzidos na respectiva região. Tal concessão se torna polêmica na medida em que a expressão “conhaque” tem sido utilizada há muitos anos no Brasil para designar não propriamente uma bebida originária da França, mas uma espécie de aguardente, a aguardente de vinho. A denominação “conhaque” encontra-se inclusive consolidada na legislação nacional desde a década de 30 (LOCATELLI, 2009). No entanto, a decisão do INPI parece ter como base uma decisão do Superior Tribunal de Justiça¹.

Portanto, a grande dificuldade na implementação do dispositivo legal que veda a proteção de IGs que tenham se tornado de uso comum é a análise de quais parâmetros nortearão a avaliação e o reconhecimento de um nome geográfico como genérico ou não. Neste sentido, Locatelli (2009) traz à tona alguns questionamentos a respeito da tomada de decisão sobre o nome geográfico ter se tornado genérico ou não: Será perquirida a opinião dos consumidores ou meramente o entendimento do INPI? Se analisada a opinião dos consumidores, qual o percentual deve ser considerado? Será observado somente o mercado nacional ou o mercado de origem do produto, quando se tratar de IGs estrangeiras? Há um lapso temporal mínimo de utilização comum destes nomes para considerar como genérico?

Observa-se que a normativa nacional não estabelece tais parâmetros, considerando a própria dificuldade de se estabelecerem critérios objetivos nestes casos (LOCATELLI, 2009).

A legislação européia, assim como a brasileira, não permite a proteção de nome geográfico de uso comum (Regulamento CE nº 510/08, Art. 3º, item 1, § 1º; Regulamento CE nº 110/08, Art. 15º, item 3, § 1º; Regulamento CE nº 479/08, Art. 43º, item 1, § 1º), sendo, no entanto, mais concreta que a brasileira, já que define o que é

¹ Ementa: “Constitucional e administrativo. Fabricação de conhaque no Brasil. Limites do poder regulamentar. Constituição Federal e Legislação de Regência. Precedentes do STF e TRF. Inexistente qualquer vulneração ao direito do consumidor e harmonizando-se os dispositivos legais elencados, concede-se parcialmente o writ, para que a impetração seja assegurado o registro da denominação ‘conhaque’, juntando-se-lhe, todavia, a qualificação da origem do produto. Segurança concedida em parte” (STJ, 1995).

uma denominação genérica e lista fatores, ainda que de forma vaga, que auxiliam a tomada de decisão sobre o uso comum do nome geográfico. Segundo os Regulamentos CE nº 510/06 (Art. 3º, item 1, § 2º), CE nº 110/08 (Art. 15º, item 3, § 3º) e CE nº 479/08 (Art. 43º, item 1, § 2º), entende-se por denominação que se tornou genérica, o nome de um produto que, embora corresponda ao local ou à região onde foi inicialmente produzido ou comercializado, passou a ser denominação comum de um produto agrícola ou de um gênero alimentício na Comunidade. Os Regulamentos CE nº 510/06 (Art. 3º, item 1, § 3º) e CE nº 479/08 (Art. 43º, item 1, § 3º) estabelecem que para determinar se um nome tornou genérico devem ser tidos em conta todos os fatores pertinentes: a situação existente na Comunidade, nomeadamente em zonas de consumo e as disposições legislativas nacionais ou comunitárias aplicáveis.

Um exemplo de situação envolvendo denominação genérica na UE é a do Queijo Grego “Feta”, registrado em 1996 como DOP (Regulamento CE nº 1107/96), que teve um pedido de anulação do registro interposto por alguns países (Dinamarca, Alemanha e França). No entanto, após a Comissão ter enviado a todos os Estados-Membros, em 15 de Outubro de 1999, um questionário pormenorizado destinado a permitir efetuar uma avaliação da situação vigente em cada Estado-Membro no que se refere à produção e consumo de “Feta” e, de modo geral, ao conhecimento dos consumidores comunitários da denominação em causa, o Comitê concluiu por unanimidade que a denominação “Feta” tem um caráter não genérico (COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS, 2002).

Por fim, o acordo ADPIC também não confere proteção às indicações que tenham se tornado genéricas ao estabelecer no Art. 24º, item 6, a não obrigatoriedade de um Membro aplicar as disposições do acordo a uma indicação geográfica de qualquer outro Membro relativa a bens e serviços para os quais a indicação pertinente seja idêntica ao termo habitual em linguagem corrente utilizado como nome comum para os mesmos bens e serviços no território daquele Membro.

3.3.2 Designações que conflitam com nomes de variedades vegetais e raças animais

O Regulamento CE nº 510/06 também determina no Art. 3º, item 2, que não podem ser registradas como DOP ou como IGP as denominações que entrem em conflito com o nome de uma variedade vegetal ou de uma raça animal e que possam assim induzir o consumidor em erro quanto à verdadeira origem do produto.

Neste sentido, o acordo ADPIC também não confere proteção a uma indicação geográfica relativa a produtos de viticultura para os quais a indicação relevante seja igual ao nome habitual para uma variedade de uva existente no território daquele Membro, na data da entrada em vigor do Acordo Constitutivo da OMC (Art. 24º, item 6).

A legislação brasileira é omissa no que diz respeito a estes conflitos.

3.3.3 Homônimos

A possibilidade de registro de denominação homônima ou parcialmente homônima não é mencionada na legislação brasileira sendo tratada, no entanto, no Art. 3º, item 3, do Regulamento CE nº 510/06, no Art. 19º do Regulamento CE nº 110/08 e no Art. 42º do Regulamento CE nº 479/08. Em síntese, os Regulamentos da UE estabelecem que o registro de uma denominação homônima ou parcialmente homônima de uma denominação já registrada deve ter na devida conta as práticas locais e tradicionais e o risco efetivo de confusão. Sendo assim, a denominação registrada posteriormente deverá ser suficientemente diferente da já registrada de forma a não induzir o consumidor ao erro.

O Regulamento CE nº 510/06 estabelece ainda no Art. 13º, item 3, que poderá ser previsto um período transitório, de no máximo, cinco anos quando o pedido de registro de uma indicação geográfica prejudicar a existência de uma denominação total ou parcialmente homônima.

O acordo ADPIC somente trata da possibilidade de denominação homônima para vinhos, estabelecendo no Art. 23º, item 3, que a proteção será concedida para cada indicação, desde que não induza o público ao erro, cabendo a cada Membro determinar as 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.

3.3.4 Conflitos com marcas

Os Regulamentos CE nº 510/06, no Art. 3º, item 4, e CE nº 110/08, Art. 23º, item 3, determinam que não serão registradas indicações geográficas quando, atendendo à reputação e a notoriedade de uma marca e à duração de sua utilização na Comunidade,

o seu registro for susceptível de induzir o consumidor em erro quanto à verdadeira identidade do produto.

A resolução deste tipo de conflito não é mencionado na legislação brasileira nem no acordo da OMC.

De acordo com o Art 181º da Lei nº 9279/96, o nome geográfico que não constitua indicação de procedência ou denominação de origem poderá servir de elemento característico de marca para produto ou serviço, desde que não induza falsa procedência.

3.4 Titularidade da IG

De acordo com o Art. 182 da Lei nº 9279/96, 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. Isto significa, segundo Fávero (2010), que caso algum produtor se estabeleça posteriormente, ele também terá o direito de utilizar a IG, desde que cumpra todos os requisitos do Regulamento de Uso e esteja estabelecido na área delimitada.

No entanto, tanto a legislação brasileira quanto a europeia estabelecem que os agrupamentos (associações, cooperativas) representativos da coletividade legitimada podem requerer a proteção de uma IG. De acordo com Bruch et al. (2010), a entidade é uma representante legal da coletividade e não a titular da IG, pois esta é um direito extensivo a todos os produtores ou prestadores de serviço que estejam na área demarcada e que explorem o produto ou serviço objeto da indicação.

Uma questão que surge ao se examinar a titularidade da IG é a possibilidade de um produtor ou prestador de serviço estabelecido na área geográfica delimitada exercer a titularidade da IG sem que esteja necessariamente vinculado à associação que solicitou o registro. Essa questão evidencia-se pertinente, sobretudo se considerado o fato de que podem existir associações – conforme o observado nas IPs “Vale dos Vinhedos”- que exigem o implemento de requisitos que ultrapassam as exigências legais para a utilização de uma IG (LOCATELLI, 2009), tais como padrões analíticos mais rígidos quanto à acidez volátil e anidrido sulfuroso total e exigência de testes de isótopos de carbono para averiguação do grau de maturação das uvas e do grau de *chaptalização*. Neste sentido, Bruch (2008b) levanta alguns questionamentos: o direito seria de todos

os membros da coletividade – todos os produtores ou prestadores de serviço localizados dentro da região ou localidade – ou apenas daqueles que fazem parte da Associação ou Instituição? Quem faz parte da Associação pode impedir aos demais de utilizar a IG? E quem não participou da criação desta Associação, não investiu tempo e dinheiro para sua constituição e consolidação, teria assim mesmo direito de utilizar a IG?

Na hipótese de um único produtor ou prestador de serviço estar legitimado ao uso exclusivo do nome geográfico, estará o mesmo, de acordo com o Art. 5º, § 1º da Resolução nº 75/00 do INPI, autorizado a requerer o registro.

O Regulamento nº 510/06 (Art. 5º, item 1) da UE também admite que uma pessoa singular (ou coletiva) pode, em situações especiais, ser equiparada a um agrupamento estando legitimada, dessa forma, a requerer o registro. Também o Regulamento CE nº 479/08 no Art. 37º, item 1, admite que um produtor de vinho individual faça o requerimento do registro. Ambos os regulamentos permitem a participação de outras partes interessadas no pedido. Ainda admitem um pedido conjunto em casos em que a denominação designe área transfronteiriça. Já o Regulamento CE nº 110/08 não faz menção alguma sobre requerentes do registro.

3.5 Pedido de registro

A Resolução nº 75/00 do INPI, no Art. 1º, determina que a natureza do registro realizado junto ao INPI é de natureza declaratória e implica no reconhecimento da IG. Bruch (2008b) afirma que isso significa que uma IG existe e se consolida ao longo do tempo, independentemente de qualquer registro, e o que se faz no INPI é meramente se reconhecer a sua pré-existência.

Os itens que devem constar do pedido de registro são similares, embora a legislação europeia seja mais abrangente e, por vezes, mais exigente neste critério.

No Brasil, o procedimento de registro da IG junto ao INPI inicia-se com o preenchimento do formulário disponível no endereço eletrônico do referido instituto. Neste requerimento deverá constar o nome geográfico, a descrição do produto ou serviço bem como as características do produto ou serviço. Além deste formulário, o pedido deverá conter instrumento hábil a comprovar a legitimidade do requerente, o Regulamento de Uso do nome geográfico, instrumento oficial que delimita a área geográfica, etiquetas – quando se tratar de representação gráfica ou figurativa da

denominação geográfica ou de representação geográfica de país, cidade, região ou localidade do território-, comprovante de pagamento da retribuição correspondente, e, se for o caso, procuração.

A legislação da União Européia (Regulamentos CE nº 510/06 e CE nº 479/08) estabelece que no pedido de registro deve conter o nome e endereço do requerente, o caderno de especificações e um documento único que inclua os elementos principais do caderno de especificações e a descrição da relação do produto com o meio geográfico – qualidade específica, reputação- e, se for o caso, os elementos específicos da descrição do produto ou do método de produção que justifiquem a relação. O Regulamento CE nº 110/08, no entanto, especifica, somente, que o pedido de registro de indicações geográficas para bebidas alcoólicas destiladas deve ser devidamente fundamentado e incluir uma ficha técnica que exponha as especificações que a bebida em causa deve respeitar (Art. 17º, item 1). Nenhum dos Regulamentos da UE menciona sobre a comprovação da legitimidade do requerente.

A seguir são detalhados os principais itens que devem contar no pedido de registro de uma indicação geográfica.

3.5.1 Descrição do produto

Sobre a descrição do produto, o Regulamento CE nº 510/06 no Art. 4º, item 2, alínea “b”, especifica que devem ser incluídas as matérias-primas, se for o caso, as principais características físicas, químicas, microbiológicas ou sensoriais. O Regulamento CE nº 110/08 (Art. 17º, item 4, alínea “b”) determina ainda que devem também ser descritas as características específicas da bebida alcoólica destilada por comparação com a categoria pertinente. O Regulamento CE nº 479/08 (Art. 35º, item 2, alínea “b”) exige, para vinhos com DO, as principais características analíticas e sensoriais e, para vinhos com IG, as suas principais características analíticas, bem como uma avaliação ou indicação das suas características sensoriais.

Em oposição à legislação europeia, a Resolução nº 75/00 do INPI nada menciona sobre o que deve ser descrito.

3.5.2 Regulamento de Uso ou caderno de especificações

Com relação ao Regulamento de Uso, não o exige a Lei nº 9279/96 e a Resolução nº 75 do INPI tão pouco esclarece o que este deve conter. Já a UE estabelece,

de forma clara, o que deve conter do caderno de especificações (Art. 4º do Regulamento CE nº 510/06, Art. 35º do Regulamento CE nº 479/08) ou na ficha técnica, como o disposto no Art. 17º do Regulamento CE nº 110/08.

Em geral, a UE exige que no caderno de especificações ou ficha técnica conste o nome a proteger, a descrição do produto, a delimitação da área geográfica, a descrição do método de obtenção do produto, os elementos que justifiquem a relação entre a qualidade/ reputação e o meio geográfico e o nome e endereço das autoridades ou organismos de controle.

Eventuais regras específicas de rotulagem ou outras exigências estabelecidas por disposições comunitárias ou nacionais (de país membro) também devem estar presentes no caderno de especificações ou ficha técnica, de acordo com os Regulamentos CE nº 510/06 e CE nº 110/08.

Bruch (2008) afirma que as IGs brasileiras reconhecidas até o presente momento têm utilizado por base o caderno de uso das IGs européias. Todavia, nada impede ou determina quais são os requisitos mínimos deste regulamento, nem que limites mínimos que este deve obedecer.

No entanto, cabe ressaltar que nem todas as IGs brasileiras têm IGs correspondentes na UE, como é o caso do Vale dos Sinos (Couro Acabado). Além disso, os produtos comercializados no país, independente de terem IG registrada ou não no INPI, estão sujeitos a legislação dos órgãos a que estão vinculados sendo os requisitos mínimos de qualidade estabelecidos por estes órgãos.

3.5.3 Descrição do método de elaboração do produto

O Regulamento CE nº 510/06 estabelece na alínea “e”, item 2 do Art. 4º que no caderno de especificações deve constar a descrição do método de obtenção do produto agrícola ou do gênero alimentício e, se necessário, os métodos locais, leais e constantes, bem como os elementos referentes ao seu acondicionamento, sempre que o agrupamento requerente determine e justifique que o acondicionamento deve ser realizado na área geográfica delimitada, a fim de salvaguardar a qualidade ou garantir a origem ou assegurar o controle.

O Regulamento CE nº 110/08 (Art. 17º, item 4, alínea “d”) também exige uma descrição do método de obtenção da bebida alcoólica destilada e, se for o caso disso, dos métodos locais autênticos e invariáveis. Por último o Regulamento CE nº 479/08 (Art. 35º, item 2, alínea “c”) estabelece que, se for o caso, no caderno de especificações

deve constar as práticas enológicas específicas utilizadas para a elaboração do(s) vinho(s), bem como as restrições aplicáveis à sua elaboração.

Já a legislação brasileira exige a descrição do processo ou método de obtenção do produto ou do serviço, que devem ser locais, leais e constantes somente quando se trata de denominação de origem (Resolução INPI nº 75/00, Art. 7º, §2, alínea “b”).

3.5.4 Delimitação da área geográfica

A demarcação da área geográfica, segundo a legislação brasileira, deve ser realizada mediante instrumento oficial e nele devem constar elementos que comprovem estar os produtores ou prestadores de serviço estabelecidos na área geográfica demarcada e exercendo, efetivamente, as atividades de produção ou de prestação de serviço. Segundo a Resolução nº 75/00 do INPI, Art. 7º, tal documento deve ser expedido pelo órgão competente de cada Estado, sendo competentes, no Brasil, a União Federal, representada pelos Ministérios afins ao produto ou serviço distinguido com o nome geográfico, e os Estados, representados pelas Secretarias afins.

Fávero (2010) afirma que, no caso de um produto agropecuário, o MAPA e as Secretarias Estaduais de Agricultura são as instituições com competência para a emissão do documento. No entanto, de acordo com Bruch e Copetti (2010), faz-se necessário definir um modelo do instrumento oficial mediante ato normativo. Verifica-se que as dúvidas acerca instrumento causam insegurança jurídica.

A legislação da UE não estabelece como deve ser realizada a demarcação, no entanto, o Regulamento CE nº 510/06 também exige a comprovação de que o produto agrícola ou o gênero alimentício provenham da região delimitada.

3.5.5 Comprovação da qualidade ou notoriedade

Tanto a legislação da UE quanto a do Brasil exigem a comprovação a relação entre a qualidade ou característica que se devam exclusiva ou essencialmente a origem geográfica, no caso da DO, bem como elementos que comprovem a reputação ou determinada característica ou qualidade associadas ao meio geográfico onde foi extraído, produzido ou fabricado o produto que solicita a IP ou IG.

No caso brasileiro, tal comprovação deve constar no instrumento oficial responsável pela delimitação da área geográfica e no caso europeu, no caderno de especificações ou ficha técnica.

Cabe destacar que, segundo a legislação, não é necessário que haja obrigatoriamente a notoriedade no caso da DO. No entanto, Bruch et al. (2010) ressaltam que, embora isso não seja explícito na legislação brasileira, a notoriedade ainda é um dos princípios básicos das indicações geográficas, pois foi esse elemento que fez com que surgissem as primeiras indicações geográficas protegidas por lei.

De acordo com a Resolução nº 75/00 do INPI, no que concerne aos pedidos de registro de IGs estrangeiras, já reconhecidas em seus países de origem ou em organismos internacionais, são dispensados estes requisitos, desde que conste o seu cumprimento no documento oficial que reconhece a IG e que deve ser anexado ao pedido. Caso contrário, a comprovação da notoriedade ou do vínculo da qualidade do produto com o território deve ser encaminhada ao INPI juntamente com os demais itens exigidos, de modo que não haja tratamento diferenciado entre pedidos de IGs brasileiras e estrangeiras.

3.5.6 Comprovação da existência de uma estrutura de controle

A Resolução nº 75/00 do INPI - na alínea “b” do Art. 7º, §1 e na alínea “c” do Art. 7º, § 2º - exige elementos que comprovem a existência de uma estrutura de controle sobre os produtores ou prestadores de serviço que tenham direito ao uso exclusivo da DO ou IP, bem como sobre o produto ou prestação de serviço distinguido pelas indicações geográficas.

A Associação Brasileira da Propriedade Intelectual (ABPI) critica essa exigência para a IP ao afirmar, no item 9 da Resolução 39/02, que os titulares do direito ao uso da indicação de procedência não estão necessariamente sujeitos a qualquer estrutura de controle de qualidade. Este controle teria lugar somente no que tange às denominações de origem, para verificação da presença das características advindas dos fatores naturais e humanos inerentes ao respectivo meio geográfico. Sendo assim a ABPI sugere a supressão da alínea “b” do Art. 7º, § 1º, pois, de acordo com a Associação, a estrutura de controle prevista em tal dispositivo não condiz com a própria natureza da indicação de procedência, que dispensa qualquer estrutura de controle sobre os produtores ou prestadores de serviço que tenham direito ao uso da indicação de procedência (ABPI, 2002).

Cabe ressaltar que a ABPI é uma associação que congrega empresas, escritórios de agentes de propriedade intelectual, escritórios de advocacia e especialistas do Brasil e exterior.

Contudo, parece possível fundamentar a legitimidade desta exigência, se se considerar que uma estrutura de controle poderia atestar a veracidade da origem dos produtos ou serviços, sem quaisquer outras exigências, constituindo um mecanismo de proteção ao consumidor. Assim evitar-se-ia que a indicação fosse utilizada indevidamente em produtos não procedentes da área geográfica demarcada, da mesma forma que garantiria que os produtores/ prestadores de serviço credenciados efetivamente estivessem exercendo suas atividades nesta área e não em outras regiões não protegidas (LOCATELLI, 2009).

Bruch e Copetti (2010) ressaltam que, embora seja exigido estrutura de controle sobre a IG concedida, não há previsão de regulamentação para a implementação e seu cumprimento no Brasil.

Assim como a legislação brasileira, a UE determina que deve conter no caderno de especificações o nome e o endereço das autoridades ou organismos que verificam a observância das disposições do caderno bem como suas missões específicas. No entanto, como será descrito a seguir, a verificação da observância do caderno de especificações ou ficha técnica, não se limita somente na apresentação do nome, endereço e missão da entidade, sendo também detalhada nos artigos 11º, 22º e 48º dos Regulamentos CE nº 510/06, CE nº 110/08 e CE nº 479/08, respectivamente.

De uma forma geral, a legislação europeia prevê que a verificação deverá ser feita anteriormente à colocação do produto no mercado por uma ou mais autoridades competentes, designados pelos Estados membros, ou por uma ou mais autoridades públicas designadas pelo país terceiro, no caso de uma IG, conforme for o caso. Em ambos os casos as autoridades deverão oferecer garantias adequadas de objetividade e de imparcialidade e ter ao seu dispor o pessoal qualificado e os recursos necessários para o desempenho de suas funções. Organismos de certificação acreditados pela UE (de acordo com a norma europeia EN 45011 ou com a ISO/IEC *Guide* 65- Requisitos gerais para os organismos de certificação de produtos) também poderão verificar o cumprimento do caderno de especificações. A legislação da UE também deixa claro que todos os custos relacionados à verificação da observância do caderno de especificações serão de responsabilidade dos requerentes.

3.5.7 Indicação geográfica estrangeira

O ADPIC não estabeleceu um registro internacional de IG, embora já existam negociações no âmbito da OMC que objetivam a criação deste. Para que uma IG seja

válida e reconhecida no Brasil, é necessário requerer seu registro no INPI. Para que a proteção de uma IG seja válida no território de outros países, é necessário requerer, se for o caso, o registro em cada um desses países. A União Europeia é uma exceção a esse sistema, porquanto nesta união existe um registro comunitário, que gera efeitos em todos os países que a constituem (BRUCH et al., 2010).

De acordo com a legislação brasileira (Resolução INPI nº 75/00, Art. 8º), em se tratando de nome geográfico estrangeiro já reconhecido como IG no seu país de origem ou por entidades ou organismos internacionais competentes, o registro deverá ser requerido pelo titular do direito. No entanto, no caso de pessoa domiciliada no exterior, esta deverá constituir e manter procurador devidamente qualificado e domiciliado no país, com poderes para representá-la administrativamente e judicialmente.

A legislação europeia admite somente pedidos de registro de IG de país terceiro (que não seja integrante da UE) que já sejam previamente protegidos no país de origem. Neste caso, o pedido é dirigido à Comissão, quer diretamente, pelo titular, quer indiretamente, através das autoridades do país terceiro em causa. Essa exigência da UE está em harmonia com o ADPIC, uma vez que este acordo estabelece que não há obrigação de proteger as indicações geográficas que não estejam protegidas em seu país de origem. Da mesma forma, não se protege as que tenham deixado de estar protegidas ou que tenham caído em desuso no seu país de origem.

Países europeus também devem seguir procedimento semelhante, uma vez que sempre que diga respeito a uma área geográfica situada num determinado Estado-Membro, o pedido de registro é dirigido a esse Estado-Membro. Somente após uma decisão favorável é que o pedido transmite à Comissão Europeia para julgamento final.

3.6 Exame do pedido de registro

Segundo o Art. 9º da Resolução nº 75/00 do INPI, apresentado o pedido de registro de IG, será o mesmo protocolizado e submetido a exame formal. De acordo com Fávero (2010), esse exame é preliminar e visa aferir se os documentos apresentados estão em conformidade com o que determina a Resolução. Os Regulamentos CE nº 510/06 (Art. 6º, item 1, § 1º) e CE nº 110/08 (Art. 17º, item 5) da UE estabelecem um prazo máximo de 12 meses após o recebimento, para a Comissão

examinar o pedido a fim de verificar se é justificado e se cumpre as condições pré-determinadas. Nenhum prazo é estipulado pela legislação brasileira neste sentido.

A legislação brasileira, durante a realização do exame formal, poderá formular exigências para a regularização do pedido, que deverão ser cumpridas no prazo de 60 dias, sob pena de arquivamento definitivo do processo (Resolução INPI nº 75/00, Art. 9º). Essa possibilidade de adequação não é considerada pela União Européia. No entanto, existe a possibilidade de ser admitida pela legislação dos países membros da UE, uma vez que a solicitação de uma IG é realizada e examinada, primeiramente, no país de origem do produto.

Portanto, de acordo com os Regulamentos CE nº 510/06 e CE nº 479/08, antes de apresentar o pedido à UE, um procedimento nacional preliminar deverá ser realizado. Após o exame do pedido, o Estado-membro deve lançar um procedimento nacional, garantindo uma publicação adequada do pedido e prevendo um período razoável (mínimo de 2 meses, segundo o Art. 38º, item 3, §2º do Regulamento CE nº 479/08) a contar da data da publicação para que qualquer pessoa com interesse legítimo e residente no seu território possa declarar a sua oposição ao pedido.

Se a decisão do Estado-Membro for favorável à proteção da IG, este deverá publicar a versão do caderno de especificações e transmitir o pedido de proteção à Comissão que deve conter (Regulamento CE nº 510/06, Art. 5º, item 7; Regulamento CE nº 479/08, Art. 38º, item 5): nome e o endereço do agrupamento requerente; documento único referido na alínea “c” do nº 3; declaração do Estado-Membro considerando que o pedido apresentado pelo agrupamento e que beneficia da decisão favorável preenche as condições previstas no presente regulamento e as disposições adotadas para a sua execução; referência da publicação do caderno de especificações referida no § 5º, item 5.

Segundo o Regulamento CE nº 510/06 (Art. 5º, item 6), o Estado-Membro pode conceder uma proteção nacional transitória à denominação, que cessa na data em que for tomada uma decisão sobre o registro pela Comissão da UE.

A Resolução nº 75/00 do INPI (Art. 10º) estabelece um prazo de 60 dias após a publicação do pedido na Revista de Propriedade Intelectual (RPI) para a manifestação de terceiros. É de também 2 meses, a partir da data de publicação no Jornal oficial da UE, o prazo máximo para qualquer Estado-Membro, país terceiro ou qualquer outra pessoa com interesse legítimo, opor-se à proteção proposta, segundo o Art. 40º do Regulamento CE nº 479/08. No entanto, este prazo é de 6 meses no caso de produtos

agrícolas e alimentícios e de bebidas alcoólicas destiladas (Regulamento CE nº 510/06, Art. 7º, item 1).

Para pessoas singulares ou coletivas estabelecidas ou residentes em país terceiro a declaração poderá ser feita através das autoridades do país. De acordo com o Regulamento CE nº 510/06, são admissíveis aquelas declarações que mostrem inobservância das definições de DOP e IGP, que revelem conflito com nomes de variedades vegetais, animais, homônimos e marcas, podendo, dessa forma, induzir o consumidor ao erro ou que especifiquem os elementos que permitem concluir que a denominação cujo registro é solicitado é genérica.

Da data da publicação da manifestação de terceiros, caso exista, a legislação brasileira (Resolução INPI nº 75/00, Art. 10º) estabelece um prazo de 60 dias para a contestação do requerente. O Regulamento CE nº 510/06 estabelece, no item 5 do Art. 7º, um período máximo de 6 meses para que as partes cheguem no acordo. Caso este ocorra e os elementos publicados não tiverem sido alterados ou tiverem sofrido apenas alterações menores, a Comissão publica o registro. Se maiores alterações tiverem sido realizadas, a Comissão reexamina o pedido. Caso não haja acordo, a Comissão toma uma decisão tendo em vista as práticas leais e tradicionais e os riscos de confusão existentes.

De acordo com o Art. 11º da Resolução nº 75/00 do INPI, caso não tenha ocorrido manifestação de terceiros ou, se apresentada esta, findo o prazo para contestação do requerente, será proferida decisão reconhecendo ou negando reconhecimento à indicação geográfica. De acordo com Bruch et al. (2010), existe a possibilidade de se estabelecer nova exigência após realizado o exame de mérito, embora nem a Lei nº 9279/96 nem a Resolução nº 75/00 abordem claramente esta possibilidade.

Por fim, o Art. 12º da Resolução nº 75/00 do INPI admite período de reconsideração de 60 dias em casos do pedido da IG ser negado. Para fins de complementação das razões oferecidas a título de pedido de reconsideração, poderão ser formuladas exigências, que deverão ser cumpridas no prazo de 60 dias. O Presidente do INPI é o responsável por julgar o pedido.

É importante ressaltar que qualquer pedido de registro de IG no INPI pode ser apresentado novamente ao referido Instituto, caso tenha sido, em primeiro momento, arquivado ou indeferido. Exemplo claro da ocorrência desta possibilidade, é o pedido de denominação de origem IG980002 para “Cerrado”, depositado em 20 de maio de 1998, pelo Conselho das Associações dos Cafeicultores do Cerrado (CACCER), que foi

arquivado por falta de cumprimento de exigência em 11 de maio de 1999 (RPI 1479). Em 28 de janeiro de 1999, um novo pedido (IG990001) feito pela CACCER para a indicação de procedência “Região do Cerrado Mineiro” foi depositado, tendo sido deferido em 14 de abril de 2005 (RPI 1797).

As Figuras 6 e 7 apresentam o fluxograma do processamento do pedido de registro de uma IG no INPI e na UE, respectivamente.

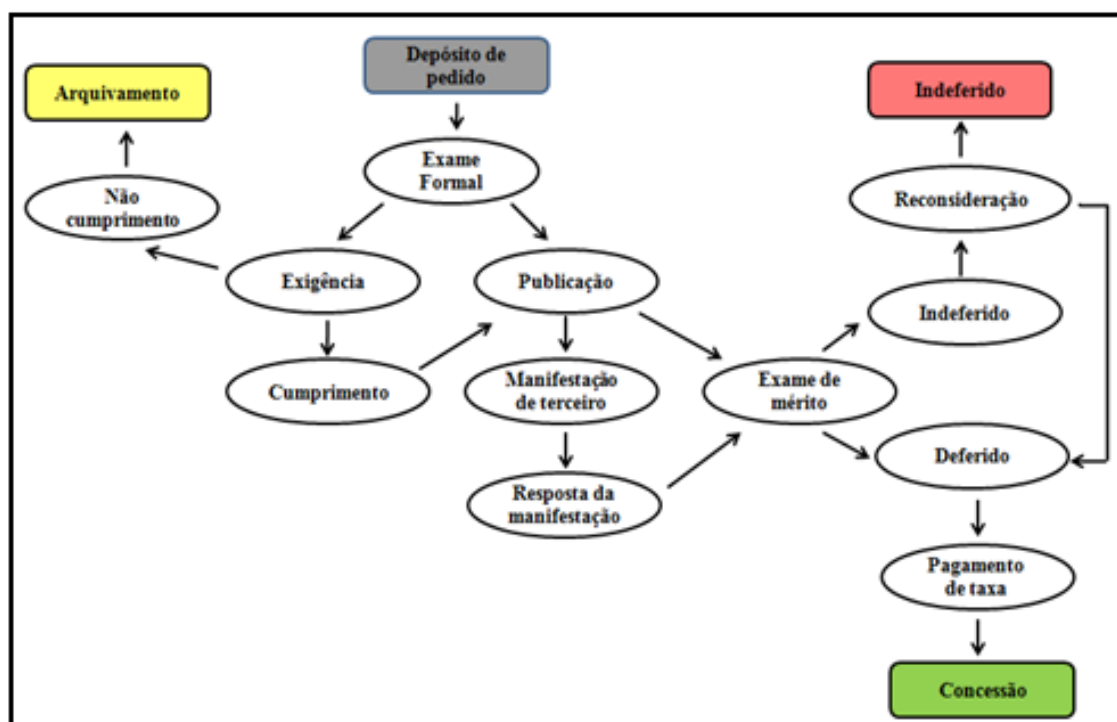


Figura 6- Processamento do pedido de registro junto ao INPI.

Fonte: BRUCH (2009, apud BRUCH e COPETTI, 2010).

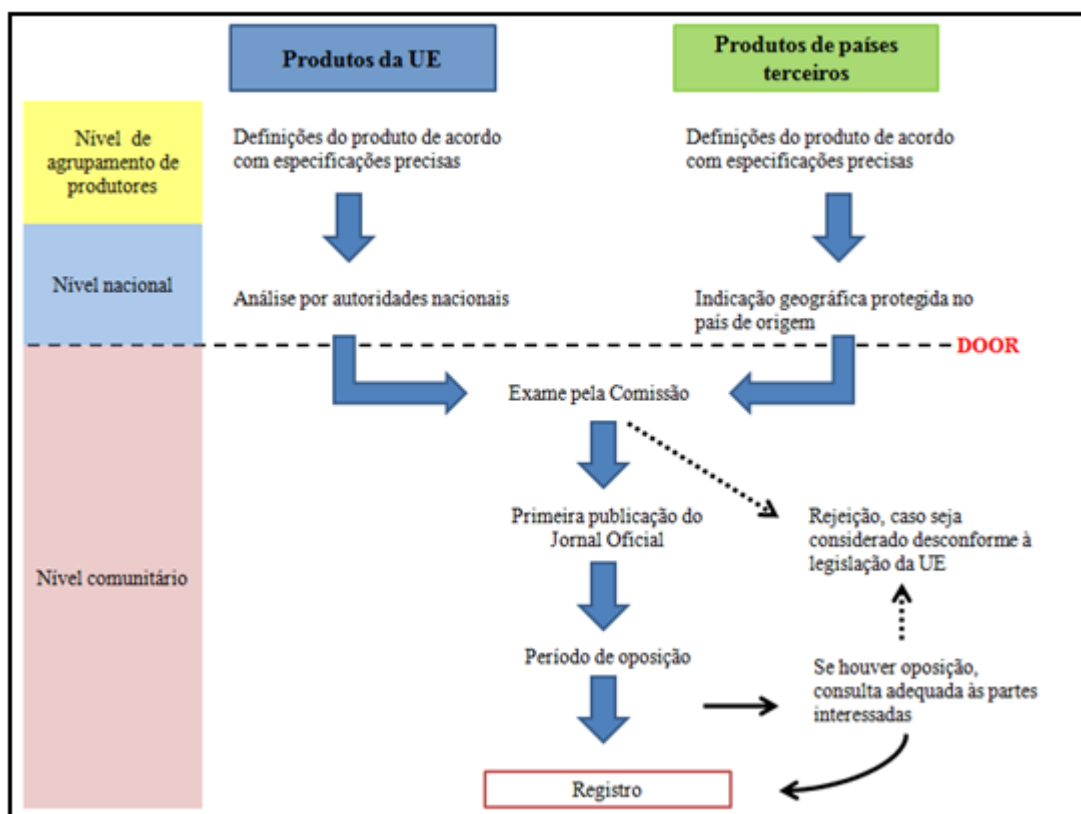


Figura 7- Processamento do pedido de registro junto à União Europeia.

Fonte: UNIÃO EUROPÉIA (2011).

Cabe destacar que, segundo Fernandes (2011 – Informe verbal²), a IP “Vale dos Vinhedos” foi reconhecida pela União Europeia em 2007 como DOP sem que nenhuma exigência tenha sido interposta. O documento apresentado foi a cópia oficial daquele apresentado ao INPI.

3.7 Proteção das indicações geográficas

A proteção jurídica das indicações, tanto na legislação nacional, quanto na europeia, visam a proteção, não somente dos titulares das indicações contra a utilização indevida de terceiros, mas também dos direitos dos consumidores, evitando que estes sejam induzidos ao erro.

De acordo com Gonçalves (2008), o reconhecimento do nome geográfico constitui o direito dos produtores ou prestadores de serviço de identificarem os produtos

² Lucia Regina Rangel de Moraes Valente Fernandes- Examinadora de Indicação Geográfica e docente da Academia de Propriedade Intelectual, Inovação e Desenvolvimento do INPI. E-mail: luciareg@inpi.gov.br

ou prestação de serviço designados com as menções ou expressões: indicação geográfica, indicação de procedência ou denominação de origem. Tal direito é explicitado nos Regulamentos CE nº 510/06 e CE nº 479/08 que estabelecem que as denominações de origem protegidas e as indicações geográficas podem ser utilizadas por qualquer operador que comercialize produtos agrícolas, gêneros alimentícios e vinhos produzidos em conformidade com o caderno de especificações correspondente.

O uso destas expressões por empresários estabelecidos em uma região ou localidade que não seja reconhecida oficialmente será de má fé, pois irá atribuir uma notoriedade aos produtos identificados a qual eles não possuem. Trata-se, portanto, de uma falsa afirmação sobre o produto e, conseqüentemente, crime de concorrência desleal (GONÇALVES, 2008).

O Art. 192º da Lei nº 9279/96 estabelece que constitui crime contra as indicações geográficas fabricar, importar, exportar, vender, expor ou oferecer à venda ou ter em estoque produto que apresente falsa indicação geográfica. A Lei também proíbe o uso de marca, nome comercial, título de estabelecimento, insígnia, expressão ou sinal de propaganda ou qualquer outra forma que indique procedência que não a verdadeira, ou a venda ou exposição à venda de produto com esses sinais (Art. 194º). As penas a serem aplicadas, em ambos os casos, é a detenção de 1 a 3 meses, ou multa.

Locatelli (2009) observa que a legislação brasileira opta por um sistema peculiar de proteção às indicações geográficas. Em vez de proteger as indicações geográficas reconhecidas e registradas da sua utilização indevida, o sistema adotado pela referida Lei visa à repressão a quaisquer falsas indicações geográficas tendo, ou não, denominações similares reconhecidas. Gonçalves (2008) discorda da autora, argumentando que, de acordo com a letra da lei, indicação geográfica é a indicação de procedência ou a denominação de origem; e estas são consideradas o nome geográfico de uma região ou localidade reconhecida, por registro ou decreto. Neste caso, só há repressão às falsas indicações geográficas caso as indicações geográficas sejam reconhecidas oficialmente.

Os Regulamentos da UE (Regulamento CE nº 510/06, Art. 13º, item 1, alínea “a”; Regulamento CE nº 110/08, Art. 16º, alínea “a”; Regulamento CE nº 479/08, Art. 45º, item 2, alínea “a”) protegem os produtos com indicação geográfica de qualquer utilização comercial direta ou indireta de uma denominação registrada para produtos não abrangidos pelo registro, na medida em que esses produtos sejam comparáveis a produtos registrados sob essa denominação, ou na medida em que a utilização dessa denominação explore a reputação da denominação protegida. O Regulamento CE nº

479/08 deixa claro, no Art. 45º, item 1, que a proteção se estende somente a vinhos em conformidade com o caderno de especificações. Estes, de acordo com o referido Regulamento, são inclusive protegidos daqueles produtos comparáveis não conformes com o caderno de especificações do nome protegido.

O Regulamento CE nº 479/08, no Art. 42º, item 3, determina ainda que, salvo disposição em contrário prevista nas regras de execução da Comissão, quando uma casta de uva de vinho contenha ou constitua uma DOP ou uma IGP, esse nome não poderá ser utilizado na rotulagem dos produtos abrangidos pelo presente regulamento.

O Regulamento CE nº 510/06 estabelece que sempre que uma denominação registrada contenha em si mesma a denominação de um produto agrícola ou de um gênero alimentício que seja considerada genérica, a utilização dessa denominação genérica nos produtos ou gêneros correspondentes não é considerada fraudulenta.

O Art. 22.2 do acordo ADPIC dita que os Estados Membros devem coibir qualquer utilização, no que tange às indicações geográficas, que constitua atos de concorrência desleal, e faz referência ao conceito deste termo adotado pela Convenção de Paris (OMPI, 1997) que determina que todo ato de concorrência contrário às práticas honestas em matéria industrial ou comercial é um ato de concorrência desleal.

O acordo estabelece ainda no Art. 22.2 que os Membros deverão impedir a utilização de qualquer meio que, na designação ou apresentação do produto, indique ou sugira que o produto em questão provém de uma área geográfica distinta do verdadeiro lugar de origem. Assim, veda-se a utilização de qualquer meio que sugira que o produto é originário de região diferente da verdadeira, induzindo o consumidor ao erro. O acordo também atenta que as indicações geográficas deverão ser protegidas daquelas que, embora literalmente verdadeiro no que se refere ao território, região ou localidade do qual o produto se origina, dê ao público a falsa idéia de que esses bens se originam de outro território.

A preocupação do o consumidor é nítida nos Regulamentos da UE, que estabelecem que as denominações registradas são protegidas contra qualquer outra indicação falsa ou falaciosa quanto à proveniência, origem, natureza ou qualidades essenciais do produto, que conste no acondicionamento ou embalagem, da publicidade ou dos documentos relativos ao produto em causa, bem como o acondicionamento em recipientes susceptíveis de criarem uma opinião errada sobre a origem do produto. As denominações registradas são protegidas ainda por qualquer prática susceptível de induzir o consumidor ao erro quanto à verdadeira origem do produto.

A Lei brasileira determina no Art. 193º que constitui crime usar, em produto, recipiente, invólucro, cinta, rótulo, fatura, circular, cartaz ou em outro meio de divulgação ou propaganda, termos retificativos, tais como tipo, espécie, gênero, sistema, semelhante, sucedâneo, idêntico, ou equivalente, não ressaltando a verdadeira procedência do produto, sob pena de detenção, de 1 a 3 meses, ou multa.

Os regulamentos europeus são mais rígidos neste aspecto, protegendo seus produtos com IG ou DO de qualquer usurpação, imitação ou evocação, ainda que a verdadeira origem do produto seja indicada ou que a denominação protegida seja traduzida ou acompanhada por termos como “gênero”, “tipo”, “método”, “estilo” ou “imitação”, ou por termos similares.

Cabe ressaltar que o acordo ADPIC, firmado pelo Brasil no âmbito da OMC, determina, no Art. 23, que para vinhos e bebidas alcoólicas destiladas é vedado o uso de termos retificativos. Contudo, o Brasil permite o uso destes termos, como já foi mencionado. Tal questão é alvo de debates no âmbito internacional, já que há países que defendem a ampliação dessa disposição aos demais produtos.

Locatelli (2009) observa-se que o legislador brasileiro optou por não proibir absolutamente a utilização por terceiros não autorizados de indicações geográficas acompanhadas de expressões retificativas. Evidencia-se que a preocupação precípua do legislador é com o consumidor e não com o titular destes direitos. Esta opção pode ser questionada, se for considerado que acaba por permitir que terceiros se utilizem da notoriedade e credibilidade de indicações geográficas reconhecidas, exigindo-se apenas que esclareça ao consumidor a verdadeira origem do produto ou serviço. Tal possibilidade facilita ainda, segundo Locatelli, a generalização das IGs existentes. Bruch et al. (2010) corroboram a opinião da autora, afirmando que tal permissão pode auxiliar na diluição ou degeneração da IG, posto que em pouco tempo esta poderá estar designando um tipo de produto e não mais uma origem geográfica.

Os Regulamentos europeus, ao contrário da legislação brasileira, revelam grande preocupação em preservar as indicações geográficas e denominações de origem, uma vez que determinam que estas não podem se tornar genéricas.

O Regulamento CE nº 510/06 trata ainda da possibilidade de coexistência de uma denominação registrada quando esta for idêntica à denominação não registrada, que pode ser permitida desde que o problema levantado pelas questões idênticas tenha sido evocado antes do registro da denominação e que o período de coexistência não exceda quinze anos, após o qual a denominação não registrada não poderá mais ser utilizada. Além disso, a denominação não registrada deve ser legalmente utilizada há, pelo menos,

vinte e cinco anos à data de 24 de julho de 1993, com base em práticas leais e constantes. Ainda, deve ser comprovado que essa utilização não teve, em momento algum, tirar partido da reputação da denominação registrada, nem induziu ou pôde induzir o consumidor em erro quanto à verdadeira origem do produto.

Por último, o Regulamento CE nº 510/06 dita que poderá ser fixado um período transitório para empresas que tenham comercializado de forma contínua durante, pelo menos, cinco anos anteriores a data de publicação do pedido, produtos com denominação que seja objeto de pedido de registro.

3.8 Alteração do caderno de especificações

Os Regulamentos europeus consideram a possibilidade de aprovar possíveis alterações no caderno de especificações, tendo-se em conta a evolução dos conhecimentos científicos e técnicos ou a revisão da delimitação da área. O pedido de alteração deverá ser feito legitimamente pelo requerente e deverá descrever as alterações propostas e apresentar a respectiva justificativa.

Sempre que a alteração dê origem a uma ou várias alterações no documento único - que inclui os principais elementos do caderno de especificações, a descrição do produto, entre outros- o pedido de aprovação de uma alteração fica sujeito ao procedimento inicial de pedido de registro, exame pela comissão e oposição/ decisão sobre o registro, já comentado anteriormente. Todavia, se só forem propostas alterações menores, a Comissão decide da aprovação da alteração através de um procedimento simplificado, sem abrir espaço para oposição, e, em caso de aprovação, procede à publicação.

Se a alteração proposta não der origem a qualquer alteração no documento, o Estado-Membro deve pronunciar-se a respeito e, em caso de parecer favorável, publica o caderno de especificações alterado e informa a Comissão das alterações aprovadas e da respectiva justificativa. Caso a área geográfica seja de um país terceiro, cabe a Comissão determinar se a alteração proposta deve ser aprovada.

A legislação brasileira nada dispõe sobre alterações no tamanho da área delimitada, no estatuto da Entidade Representativa e no Regulamento de Uso.

3.9 Símbolos

De acordo com o Regulamento CE nº 510/06, as menções “Denominação de Origem Protegida” e “Indicação Geográfica Protegida”, ou os símbolos comunitários que lhes estão associados, devem constar da rotulagem dos produtos agrícolas e gêneros alimentícios, originários da Comunidade ou não, que sejam comercializados sob uma denominação registrada de acordo com esse Regulamento.

O Regulamento CE nº 628/08, que estabelece as regras de execução do Regulamento CE nº 510/06, define os símbolos comunitários e suas cores, como o exemplificado na Figura 8.

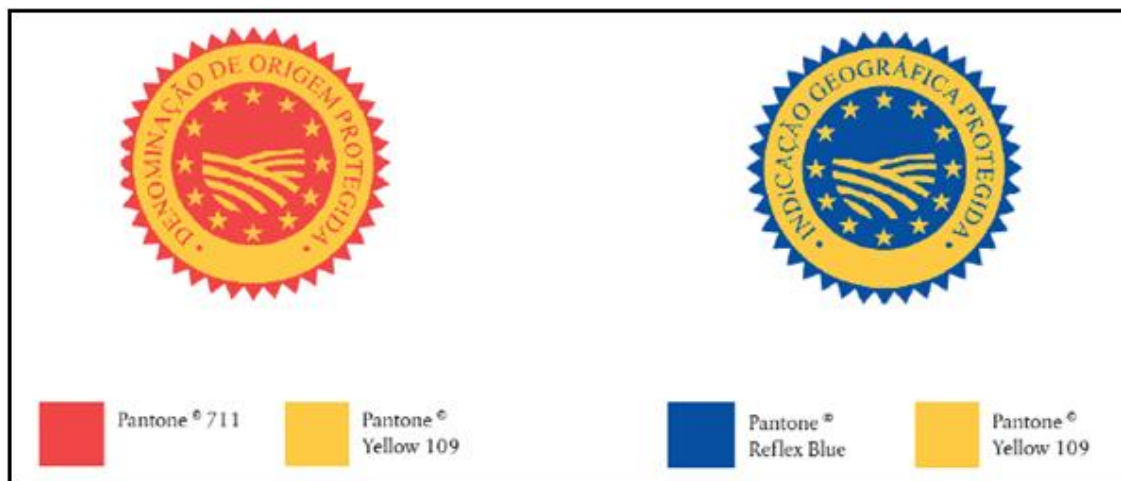


Figura 8- Símbolo comunitário para a “Denominação de origem protegida” e “Indicação Geográfica Protegida” em pantone.

Fonte: COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPÉIAS (2008).

O Art. 179º da Lei nº 9279/96 determina que a proteção conferida ao nome geográfico pela IP ou DO se estenderá à representação gráfica ou figurativa da indicação geográfica, bem como à representação geográfica de país, cidade, região ou localidade de seu território cujo nome seja Indicação Geográfica. Ou seja, são protegidos tanto o nome quanto a imagem.

Entretanto, a Lei não obriga que o nome protegido apresente representação gráfica ou figurativa e muito menos padroniza os símbolos como o faz a União Européia, tanto que a IP “Região do Cerrado Mineiro” possui somente a representação nominativa. O pedido de DO para “Cerrado Mineiro”, depositada em 11 de novembro

de 2010, todavia, solicita uma representação mista. Tal pedido de registro encontra-se em fase de cumprimento de exigência (RPI 2094, de 22/02/2011).

A Figura 9 ilustra as representações gráficas das IGs brasileiras concedidas.



Figura 9- Representações gráficas das Indicações Geográficas (IGs) Brasileiras: a) IP Vale dos Vinhedos; b) IP Pampa Gaúcho da Campanha Meridional; c) IP Paraty; d) IP Vale do Submédio São Francisco; e) IP Vale dos Sinos; f) IP Pinto Bandeira; g) DO Litoral Norte Gaúcho.

Fonte: INPI (2010).

3.10 Cancelamento

A legislação da UE prevê o cancelamento da proteção concedida se já não estiver assegurada a observância do caderno de especificações ou ficha técnica. A iniciativa poderá partir da Comissão ou de País-Membro, país terceiro ou de uma pessoa singular ou coletiva que tenha interesse legítimo.

A Lei nº 9279/96 nada diz a respeito desta possibilidade, o que é motivo de crítica de Bruch (2008c). Segundo a autora, não há disposição legal para afirmar se uma IG pode ser anulada ou extinta no Brasil, do que se presume que, uma vez reconhecida, esta o será *ad eternum*, independentemente da conduta dos gestores da IG, dos produtores e prestadores de serviços e dos “terceiros”. Neste sentido, se os produtores

localizados em uma IG registrada deixarem de cumprir o seu caderno regulador ou, se o órgão gestor não fizer o controle dos produtos ou serviços protegidos e não atuar em face dos seus associados que estão utilizando indevidamente o nome da IG ou de terceiros que estão usando indevidamente o nome da IG, o que aconteceria? Uma IG poderia ser anulada por problemas formais, tais como: o regulamento é incompatível com a realidade da IG; os produtos, no caso de uma DO, não possuem características intrínsecas diferenciadas e atribuídas exclusivamente ao meio geográfico, composto este de fatores naturais e humanos?

Gonçalves (2008) afirma que aplicam-se as disposições que se referem à nulidade dos atos jurídicos do Código Civil. Segundo o autor, este é o único remédio jurídico para se suscitar a nulidade do registro, visto que a legislação em vigor não dispõe sobre nulidade administrativa.

3.11 Relação entre marcas e indicações geográficas

O acordo ADPIC limita e protege a indicação geográfica como constituição de marca. De acordo com o Art. 22.3, um Membro recusará ou invalidará, *ex officio*, se sua legislação assim o permitir, ou a pedido de uma parte interessada, o registro de uma marca que contenha ou consista em indicação geográfica relativa a bens não originários do território indicado, se o uso da indicação na marca para esses bens for de natureza a

induzir o público ao erro quanto ao verdadeiro lugar de origem e se a indicação geográfica em questão for protegida no país.

Para vinhos e bebidas alcoólicas destiladas o ADPIC confere proteção adicional uma vez que estabelece que um Membro deverá recusar ou invalidar, se a legislação do Membro assim o permitir, o registro de marca que contenha ou consista em uma indicação geográfica para produtos (vinhos e bebidas alcoólicas destiladas) que não tenham essa origem, independentemente de a indicação induzir o público ao erro ou não.

A relação entre marcas e indicações geográficas é bastante explícita na legislação da UE sendo tratada nos Artigos 14º, 23º e 44º dos Regulamentos CE nº 510/06, CE nº 110/08 e CE nº 479/08, respectivamente. Em síntese, a UE não admite o registro de marcas de produtos que sejam comparáveis àqueles registrados com DOP ou IGP e que explorem a reputação da denominação protegida, imitem-na ou induzam o consumidor ao erro quanto à origem do produto, caso o pedido de registro seja apresentado após a data de apresentação do pedido de registro da IG cuja marca faz referência.

Em sintonia com a União Européia, a legislação brasileira, através da Lei nº 9279/96, estabelece que sinais de indicação geográfica, sua imitação suscetível de causar confusão ou sinal que possa falsamente induzir indicação geográfica não podem ser registráveis como marca, assim como qualquer sinal que induza a falsa indicação quanto à origem, procedência, natureza, qualidade ou utilidade do produto ou serviço a que a marca se destina.

Copetti (2010) afirma que a razão da proibição do registro para um sinal que constitua uma IG é justificada, pois visa proteger os produtores estabelecidos num local contra terceiros e os próprios consumidores que, pelo uso de determinada marca, podem ser induzidos à confusão.

No entanto, segundo a Lei nº 9279/96, o nome geográfico que não constitua indicação de procedência ou denominação de origem poderá servir de elemento característico de marca para produto ou serviço, desde que não induza falsa procedência. Esse é o caso, por exemplo, da marca Casas Bahia, que, embora contenha o nome de um Estado, não induz o consumidor à confusão (COPETTI, 2010).

Gonçalves (2009) pondera que a permissão concedida por esse dispositivo limita o nascimento do nome geográfico que constitui uma indicação geográfica. Segundo o autor, o uso do nome geográfico como elemento de marca enfraquece o uso do nome geográfico como indicação geográfica. Não se pode descartar a hipótese de o nome

desconhecido se tornar notoriamente conhecido, e, posteriormente, reconhecido por registro ou decreto como indicação geográfica.

A legislação da UE ressalta que se uma marca que tenha sido objeto de pedido, de registro ou que tenha sido adquirida de boa fé antes da data de proteção da IGP ou DOP, no território comunitário ou país de origem, ou antes de 1º de janeiro de 1996, pode continuar a ser usada. Em tais situações a utilização da IGP ou DOP é permitida juntamente com a das marcas em causa.

O acordo ADPIC também prevê a coexistência entre marca idêntica ou similar a uma indicação geográfica quando tiver sido solicitada ou registrada de boa fé mediante uso antes da data de aplicação das disposições do acordo no país Membro, ou antes que a indicação geográfica estivesse protegida no país de origem.

Locatelli (2009) observa que a legislação nacional não dispõe acerca da possibilidade de solicitação de registro de uma IG, quando já existir uma marca registrada. Não há especificações quanto à possibilidade ou não, de coexistência nestes casos ou ainda, a solução para eventuais conflitos com marcas notórias, deixando uma lacuna na regulamentação dos possíveis conflitos que podem surgir com o fomento ao reconhecimento de indicações nacionais. Bruch e Copetti (2010) corroboram a opinião da autora, afirmando que a Lei nº 9279/1996 não trata de forma clara da convivência entre marcas e IG, ou mesmo da prevalência de uma sobre outra.

Sendo assim, o INPI não terá embasamento legal para conceder ou não o registro de indicação de procedência para a Região de Salinas, solicitado em 22 de dezembro de 2009 pela Associação dos Produtores Artesanais de Cachaça de Salinas (APACS), sob o número de depósito IG200908. De acordo com Bruch (2008c), há 18 marcas registradas e 7 requeridas para o nome “Salinas”, sendo que duas das marcas registradas são para a classe de bebidas alcóolicas: uma sob o número 816669589, de 23/04/1982, de titularidade de Fazenda Salinas Indústria e Comércio de Bebidas-ME, e outra sob o número 820034690, de 03/09/1997, do mesmo titular.

Em 21/12/2010 foram publicadas na RPI as seguintes exigências: 1) Solicita retificação da razão social do depositante para a “Associação dos Produtores Artesanais de Cachaça de Salinas” conforme Ata constitutiva da APACS e 2) Apresentar o original ou cópia autenticada do documento oficial que delimita a área geográfica elaborado pela EMATER- MG. Nada é dito sobre o conflito entre marcas e a possível IP, o que deve ser feito no exame de mérito.

Na União Européia, segundo Bruch (2008c), a resposta seria mais clara: como há uma prevalência legal declarada da IG sobre as marcas, ou essa marca seguiria convivendo com a IG ou o titular teria que deixar de usá-la.

4 CONCLUSÕES

A legislação brasileira sobre indicações geográficas, se por um lado, inova ao incluir serviços e outros produtos, que não somente os agropecuários, como itens passíveis de proteção, por outro, talvez devido à insipiência do tema no país, apresenta, ainda, muitas lacunas que precisam ser preenchidas com urgência para que as indicações geográficas se desenvolvam e obtenham proteção efetiva e credibilidade no país.

A falta de clareza em aspectos relacionados à origem de matérias-primas, ao conteúdo do Regulamento de Uso, à determinação das etapas que devem ser totalmente realizadas no interior da área delimitada, à definição de quando um nome geográfico é considerado genérico e a polêmica questão da titularidade da IG pode gerar dúvidas naqueles que trabalham no reconhecimento de IGs no país.

Além disso, a completa omissão da legislação nacional nas questões relativas ao conflito com nomes de variedades vegetais ou raças, homônimos e marcas, alterações no Regulamento de Uso e cancelamento de IGs dificulta o próprio trabalho dos profissionais do INPI, que nestes casos carecem de base legal para a tomada de decisões, acarretando o encaminhamento destes à Procuradoria da Instituição.

Outros itens também precisam ser revistos uma vez que parecem não ser concretos na prática, como competência inferida aos Ministérios afins na expedição de instrumentos oficiais relacionados à delimitação da área e comprovação da notoriedade ou qualidade do produto em questão.

Por fim, há que se determinar legalmente a competência relativa à verificação do cumprimento das regras estabelecidas no Regulamento de Uso, a fim de que os controles estabelecidos pelos conselhos reguladores das IGs sejam efetivamente realizados e a qualidade dos produtos no mercado consumidor seja, dessa forma, garantida.

No entanto, segundo Bruch e Copetti (2010), as várias questões que aguardam respostas legislativas, executivas e jurisprudenciais vêm sendo discutidas em âmbito interministerial a fim de serem aclaradas e que os legítimos direitos sejam devidamente respeitados.

5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABPI. Associação Brasileira da Propriedade Intelectual. Resolução da ABPI nº 39. Trata do registro de indicações geográficas. Disponível em <<http://www.abpi.org.br/biblioteca1.asp?idioma=&secao=Biblioteca&subsecao=Resolu%E7%F5es%20da%20ABPI&assunto=Resolu%E7%E3o%20espec%EDfica&id=30>>. Acesso em: 20 abr. 2011.

BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. Mandado de Segurança nº 3187-2, Rel. Ministro Américo Luz, DJDF, 29/11/1994. Publicação: 13/02/1995 p. 2190. Disponível em: <https://ww2.stj.jus.br/processo/jsp/ita/abreDocumento.jsp?num_registro=199300292161&dt_publicacao=13-02-1995&cod_tipo_documento=>>. Acesso em: 18 abr. 2011.

BRASIL. Lei nº 9279 de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**. Brasília DF, 14 mai. 1996. Disponível em < <http://www.in.gov.br/visualiza/index.jsp?data=15/05/1996&jornal=1&pagina=1&totalArquivos=136>>. Acesso em: 14 fev. 2011.

BRONDANI, P.; LOCATELLI, L. A proteção jurídica das Indicações Geográficas como instrumento de desenvolvimento. **Revista Vivências**, v.4, n.6, p. 51-57, out. 2008. Disponível em: <http://www.reitoria.uri.br/~vivencias/Numero_006/rev_vivencias_n6.html>. Acesso em: 08 jul. 2010.

BRUCH, K. Indicações Geográficas: sua internalização no ordenamento jurídico. In: MENEZES, W (Org.). **Estudos de Direito Internacional**. 1. ed. Curitiba: Juruá, 2008a, v. XIII, p. 30-43.

BRUCH, K. L. Analisando a legislação brasileira sobre Indicações Geográficas. **Jornal A Vindima** - O Jornal da Vitivinicultura Brasileira. Flores da Cunha: Século Novo Ltda, p. 21-23, ago/set 2008b.

BRUCH, K.L. Por fim, os problemas concretos das IGs brasileiras. **Jornal A Vindima** - O Jornal da Vitivinicultura Brasileira. Flores da Cunha: Século Novo Ltda., p. 21-23, ago/set 2008c.

BRUCH, K. L.; COPETTI, M; LOCATELLI, L.; FÁVERO, K.C. Indicações geográficas e outros sinais distintivos: Aspectos legais. In: CERDAN, C. M.; BRUCH, K. L.; DA SILVA, A. L. (Org). **Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio**: Modulo II, indicação geográfica. 2. ed. Brasília: MAPA, Florianópolis: SEaD/ UFSC/ FAPEU, 2010. p. 58-90.

BRUCH, K. L.; COPETTI, M. Procedimento de registro das indicações geográficas. In: CERDAN, C. M.; BRUCH, K. L.; DA SILVA, A. L. (Org). **Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio**: Modulo II, indicação geográfica. 2. ed. Brasília: MAPA, Florianópolis: SEaD/ UFSC/ FAPEU, 2010. p. 190-221.

CONSELHO DA UNIÃO EUROPÉIA. Regulamento (CE) nº 510 de 20 de março de 2006. Relativo à protecção das indicações geográficas e denominações de origem dos produtos agrícolas e dos gêneros alimentícios. **Jornal Oficial da União Européia**, n. L 093, p.12-25, 31 mar. 2006. Disponível em < <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:093:0012:0025:PT:PDF> >. Acesso em: 17 fev. 2011.

CONSELHO DA UNIÃO EUROPÉIA. Regulamento (CE) nº 110 de 15 de janeiro de 2008. Relativo à definição, designação, apresentação, rotulagem e protecção das indicações geográficas das bebidas espirituosas e que revoga o Regulamento (CEE) nº 1576/89 do Conselho. **Jornal Oficial da União Européia**, n. L 039, p.16-54, 13 fev. 2008. Disponível em < <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:039:0016:0054:PT:PDF> >. Acesso em: 17 fev. 2011.

CONSELHO DA UNIÃO EUROPÉIA. Regulamento (CE) nº 479/2008 de 29 de abril de 2008. Estabelece a organização comum do mercado vitivinícola e altera os Regulamentos (CE) nº 1493/1999, (CE) nº 1782/2003, (CE) nº 1290/2005 e (CE) nº 3/2008 e que revoga os Regulamentos (CEE) nº 2392/86 e (CE) nº 1493/1999. **Jornal Oficial da União Européia**, n. L 148, p.1-61, 06 jun. 2008. Disponível em < <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:148:0001:0061:PT:PDF>>. Acesso em: 17 fev. 2011.

COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPÉIAS. Regulamento (CE) nº 1829 DE 14 de outubro de 2002. Altera o anexo do Regulamento (CE) n.o 1107/96 da Comissão no respeitante à denominação «Feta». **Jornal Oficial da União Européia**, n. L 277, p.10-14, 15 out. 2002. Disponível em < <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2002:277:0010:0014:PT:PDF>>. Acesso em: 10 mai. 2011.

COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPÉIAS. Regulamento (CEE) nº 628/2008 de 2 de Julho de 2008 Altera o Regulamento (CE) nº 1898/2006 que estabelece regras de execução do Regulamento (CE) n. 510/2006 do Conselho relativo à protecção das indicações geográficas e denominações de origem dos produtos agrícolas e dos gêneros alimentícios. . **Jornal Oficial da União Européia**, n. L 173, p.3-5, 03 jul. 2008. Disponível em < <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:173:0003:0005:PT:PDF>>. Acesso em: 17 fev. 2011.

COPETTI, M. Marcas. In: PIMENTEL, L. O (Org). **Curso de Propriedade Intelectual e Inovação no agronegócio**. 2 ed. ver. atual. Brasília: MAPA; Florianópolis: EaD/UFSC, 2010. p. 204-236.

FÁVERO, K. C. Indicação geográfica. In: PIMENTEL, L.O (Org). **Curso de Propriedade Intelectual e Inovação no agronegócio**. 2. ed. ver. atual. Brasília: MAPA; Florianópolis: EaD/UFSC, 2010. p. 238-253.

GONÇAVES, M. F. W. **Propriedade industrial e a proteção dos nomes geográficos**. Curitiba: Juruá, 2008. 346 p.

INPI. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Resolução nº 75 INPI de 28 de novembro de 2000. Estabelece as condições para o registro das indicações geográficas. Disponível em < <http://www.inpi.gov.br/menu-esquerdo/indicacao/legislacao/resolucao-inpi-075-de-28-de-novembro-de-2000>>. Acesso em 17 fev. 2011.

LOCATELLI, L. A proteção jurídica das indicações geográficas. In: **Curso de Capacitação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia**: módulo básico de propriedade intelectual. Acordo de Cooperação Técnica: INPI, UFSC, UDESC, FAPESC, Epagri, Acafé, IEL- SC, ACAPI. Blumenau, Chapecó, Criciúma, Florianópolis, Joaçaba Joinville, Lages e Tubarão, mai- jul. 2006.

LOCATELLI, L. **Indicações geográficas**: a proteção jurídica sob a perspectiva do desenvolvimento econômico. Curitiba: Juruá, 2009. 338 p.

OMC. Organização Mundial do Comércio. Acordo sobre aspectos dos direitos de propriedade intelectual relacionados ao comércio (Acordo TRIPS ou Acordo ADPIC). **Diário Oficial da União**, n. 248-A, seção 1, p. 93- 103. Brasília DF, 31 dez.1994.

REIS, L. L. M. **Indicação de Procedência: uma nova dimensão da competitividade para o território da APAEB-Valente**. 2008. 206 F. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional e Urbano) – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional e Urbano, Universidade de Salvador – UNIFACS. Salvador.

UNIÃO EUROPÉIA. Geographical indications and traditional specialities – **How can I register a product name?** Disponível em < http://ec.europa.eu/agriculture/quality/schemes/index_en.htm>. Acesso em: 14 jan. 2011.

CAPÍTULO 3- ANÁLISE DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS NO BRASIL

1 INTRODUÇÃO

As Denominações de Origem e as Indicações de Procedência compõem as duas modalidades de Indicações Geográficas previstas no Brasil pela Lei de Propriedade Industrial (Lei nº 9279/96), e têm sido vistas como formas de mobilização e valorização dos territórios e de agregação de valor aos produtos típicos e de qualidade diferenciada.

No entanto, 15 (quinze) anos após a promulgação da referida Lei e 10 (dez) após estabelecidas as condições de registro das indicações geográficas (Resolução nº 75/00) pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), o tema se apresenta ainda desconhecido e pouco explorado no País, embora haja sinais de mudanças, a julgar pelo aumento considerável do número de pedidos no último ano: 14 (quatorze) no total, dos quais 13 (treze) nacionais.

Informações a respeito do processo vivenciado por aquelas entidades que obtiveram reconhecimento de IP ou DO, bem como de resultados gerados a partir de então, são escassas e difusas na literatura brasileira, embora sejam de suma importância para o desenvolvimento das IGs no país.

Essa carência de pesquisas relacionadas ao processo tema motivou o desenvolvimento da presente pesquisa, que teve como objetivo realizar um levantamento junto às entidades brasileiras, titulares e requerentes de IG, a fim de caracterizar o processo de reconhecimento por elas vivenciado. Questões relacionadas à organização dos produtores, comercialização dos produtos, forma de condução do processo, entidades parceiras e profissionais envolvidos, bem como dificuldades encontradas e resultados obtidos foram investigadas. Além disso, buscou-se realizar um levantamento junto ao INPI a fim de caracterizar de maneira geral os pedidos de indicação geográfica depositados nesta entidade.

Espera-se com esse trabalho, identificar os principais entraves que podem se constituir impedimentos ao desenvolvimento de outras IGs no Brasil e inferir sobre a viabilidade da manutenção de IGs, hoje, no país.

2 MATERIAS E MÉTODOS

2.1 Caracterização geral das indicações geográficas no Brasil

A análise da situação geral das indicações geográficas no Brasil foi realizada através de consultas à base de dados de indicações geográficas do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI)³.

2.2 Análise do processo de reconhecimento das indicações geográficas no Brasil

A análise do processo de reconhecimento das indicações geográficas no país foi possibilitada por um levantamento realizado junto às entidades titulares e requerentes de IGs de alimentos e bebidas no Brasil, e àquelas pessoas ou entidades que contribuíram para a construção do processo.

A princípio foram identificadas 14 (quatorze) regiões que se encaixavam no perfil do presente estudo: áreas geográficas produtoras de gêneros alimentícios ou bebidas que possuíam ou buscavam, através de suas entidades requerentes, o registro da IG junto ao INPI. É importante ressaltar que foram consideradas aquelas regiões cujas entidades solicitantes não se encontravam em situação de dependência de cumprimento de exigência até outubro de 2010.

Destas 14 (quatorze) regiões de interesse, 7 (sete) possuíam o registro da IG concedido pelo INPI e 7 aguardavam a tramitação do processo no referido Instituto.

Foi então realizado contato, por telefone e e-mail, com as entidades representantes por cada uma das regiões de interesse. No entanto somente 10 (dez), que representam 71% do total, sendo 5 (cinco) titulares e 5 (cinco) requerentes) se dispuseram a responder o questionário. Foram elas:

Entidades Titulares:

- Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos-APROVALE;
- Conselho das Associações dos Cafeicultores do Cerrado – CACCER, (atualmente Federação dos Cafeicultores do Cerrado);

³ Endereço eletrônico: www.inpi.gov.br

- Associação dos Produtores de Carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional- APROPAMPA;
- Associação dos Produtores e Amigos da Cachaça de Paraty- APACAP;
- Associação dos Produtores de Arroz do Litoral Norte Gaúcho- APROARROZ.

Entidades Requerentes

- Associação dos Produtores Artesanais de Cachaça de Salinas- APACS;
- Associação dos Produtores de Queijo Canastra- APROCAN;
- Associação dos Produtores Artesanais do Queijo do Serro- APAQS;
- Associação dos Produtores de Doces de Pelotas;
- Associação dos Produtores da Uva e do Vinho Goethe- PROGOETHE.

O levantamento consistiu na aplicação de questionários pela autora do estudo em visita às regiões de interesse, ou na auto-aplicação destes nas situações em que, por motivos variados, a presença *in loco* foi impossibilitada. Nestes últimos casos, os questionários foram enviados pelo correio eletrônico (e-mail) e retornados à autora também via e-mail ou por FAX.

O objetivo das entrevistas realizadas foi levantar informações a respeito dos seguintes itens:

- Organização dos produtores;
- Comercialização dos produtos;
- Forma de condução do processo de reconhecimento;
- Entidades parceiras e profissionais envolvidos;
- Dificuldades encontradas no processo de reconhecimento;
- Benefícios alcançados pelas IGs já consolidadas;
- Benefícios esperados pelas entidades que buscam o reconhecimento ou que foram recentemente reconhecidas;
- Opinião dos entrevistados sobre as informações contidas na legislação e publicações de órgãos governamentais.

Com base em informações obtidas através do levantamento realizado junto aos responsáveis pelas entidades titulares e requerentes supracitados, e através de pesquisas na internet, foram também contatadas, por telefone ou e-mail, aquelas entidades ou pessoas responsáveis pelas seguintes etapas do processo de reconhecimento das regiões

de interesse: elaboração do Regulamento de Uso, comprovação da reputação e comprovação da relação produto-meio geográfico e delimitação da área.

Responsáveis pela elaboração do Regulamento de Uso (regras e controles estabelecidos) das seguintes regiões responderam o questionário:

- Vale dos Vinhedos (RS), processo número IG200002;
- Região do Cerrado Mineiro (MG), processo número IG990001;
- Paraty (RJ), processo número IG200602;
- Pampa Gaúcho da Campanha Meridional (RS), processo número IG200501;
- Pinto Bandeira (RS), processo número IG200803;
- Litoral Norte Gaúcho (RS), processo número IG200801;
- Região de Salinas (MG), processo número IG200908;
- Serro (MG), processo número IG201001;
- Canastra (MG), processo número IG201002.

Informações a respeito da composição do conselho regulador e de possíveis certificações existentes foram também levantadas neste questionário.

Responsáveis pela comprovação da reputação ou qualidade específica (associada ao meio geográfico) das seguintes regiões responderam o questionário:

- Vale dos Vinhedos (RS), processo número IG200002;
- Paraty (RJ), processo número IG200602;
- Pampa Gaúcho da Campanha Meridional (RS), processo número IG200501;
- Pinto Bandeira (RS), processo número IG200803;
- Litoral Norte Gaúcho (RS), processo número IG200801;
- Região de Salinas (MG), processo número IG200908;
- Serro (MG), processo número IG201001;
- Canastra (MG), processo número IG201002;
- Pelotas (RS), processo número IG200901.

Responsáveis pela delimitação da área das seguintes regiões responderam o questionário:

- Vale dos Vinhedos (RS), processo número IG200002;
- Paraty (RJ), processo número IG200602;
- Pampa Gaúcho da Campanha Meridional (RS), processo número IG200501;
- Pinto Bandeira (RS), processo número IG200803;

- Litoral Norte Gaúcho (RS), processo número IG200801;
- Região de Salinas (MG), processo número IG200908;
- Serro (MG), processo número IG201001;
- Canastra (MG), processo número IG201002.

O responsável pelas informações referentes à comprovação da reputação e qualidade específica do Vale dos Vinhedos, respondeu o questionário duas vezes: a primeira para a IP (já reconhecida) da região e a segunda para a DO, cujo pedido foi depositado no INPI em 16 de agosto de 2010, sob o número IG201008, que aguarda a tramitação do processo.

É importante observar que algumas pessoas foram responsáveis, eventualmente, por mais de uma etapa e por mais de uma IG. Houve ainda situações em que o responsável pela entidade titular ou requerente, devido ao conhecimento adquirido ao longo do processo, pôde responder não somente o questionário que lhe seria aplicado, mas também aquele (s) que seria(m) aplicado(s) a pessoas específicas.

Vale ressaltar que algumas respostas de questões integrantes dos questionários como um todo foram obtidas a partir de informações constantes em cópias reprográficas dos processos concedidas pelo INPI; em regulamentos de uso obtidos através de páginas eletrônicas de entidades titulares das IGs ou cedidas pelas próprias entidades; em publicações de órgãos oficiais (INPI, SEBRAE, MAPA) especializadas no assunto. Eventuais dúvidas foram esclarecidas pelo telefone.

2.3 Análises estatísticas

Os dados obtidos por meio dos questionários foram tabulados e analisados mediante o uso de técnicas de estatística descritiva com o auxílio dos *softwares SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)* versão 13.0 for Windows e Microsoft Excel 2007.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

3.1 Caracterização básica das indicações geográficas no Brasil

Recentemente propaladas no Brasil, são ainda incipientes as articulações, os investimentos, as reivindicações e, por conseguinte, as concessões de registros de Indicações Geográficas como um dos eixos estratégicos de promoção do desenvolvimento territorial, sendo aí algo a ser superado frente à diversidade cultural do país e o diferencial que esse processo abarca (DULLIUS et al., 2008).

O primeiro pedido de registro no Brasil foi depositado no INPI em 22 de agosto de 1997, sob o número IG970001, para “Parma”, região italiana produtora do Presunto. No entanto, o pedido foi indeferido devido a não atendimento a exigência (RPI 1479, de 11 de maio de 1999), e um pedido de Reconsideração foi interposto contra a decisão de indeferimento, ainda em tramitação no INPI.

O primeiro registro de indicação geográfica concedido no País se deu no mês de agosto de 1999, para a Região dos Vinhos Verdes de Portugal, para o produto “Vinho”.

O primeiro pedido de reconhecimento de uma indicação geográfica brasileira foi realizado pelo Conselho das Associações dos Cafeicultores do Cerrado (CACCECER) para “Cerrado”, produto “Café”, em 20 de maio de 1998, processo número IG980002. No entanto, esse pedido foi arquivado por falta de cumprimento de exigências (RPI 1479, de 11 de maio de 1999). Novo pedido foi depositado em 28/01/1999 sob o número IG990001 “Região do Cerrado Mineiro” que foi reconhecido em 14/04/2005 (RPI 1797).

A primeira IG brasileira a ser reconhecida foi a indicação de procedência “Vale dos Vinhedos” para vinhos tintos, vinhos brancos e espumantes, em 19 de novembro de 2002, sob o número IG200002.

Na Tabela 1 são apresentados alguns números referentes às indicações geográficas registradas no INPI.

Tabela 1- Indicações geográficas registradas no INPI.

Nacionalidade	Espécie		Produtos			
	IP	DO	Produtos vinícolas	Bebidas destiladas	Produtos agrícolas e alimentícios	Produtos agrícolas não-alimentícios
Brasileira	7	1	2	1	4	1
Estrangeira	0	4	2	1	1	0
Total	7	5	4	2	5	1

Fonte: Elaborado pela autora, com base em INPI, 2010a.

Observa-se pelos dados apresentados que as indicações geográficas brasileiras são numericamente superiores às estrangeiras registradas no país. No entanto, o Brasil possui apenas 1 (uma) denominação de origem registrada (a região do Litoral Norte Gaúcho), enquanto países terceiros possuem 4 (quatro): Portugal (Região dos Vinhos Verdes), França (*Cognac*) e Itália (*San Danielle* e *Franciacorta*). Acredita-se que a maior exigência no que diz respeito aos requisitos de reconhecimento da DO explica o reduzido número de pedido desta espécie de indicação geográfica para os produtos.

No Brasil, a carência de estudos que comprovem a relação dos fatores naturais e humanos do meio geográfico e a qualidade particular do produto pode ser vista como um empecilho para a popularização da DO no país. Dessa forma, como tais pesquisas demandam tempo, o que tem se observado no Brasil é que as entidades têm buscado, primeiro, o reconhecimento de indicação de procedência e posteriormente a denominação de origem, como é o caso do Vale dos Vinhedos e do Cerrado Mineiro, que já possuem IP reconhecida e, recentemente, deram entrada junto ao INPI com pedido de reconhecimento de DO. Vale dos Vinhedos solicitou o reconhecimento da DO com o pedido número IG201008 em 16/08/2010 e o Cerrado Mineiro IG201011 em 11/11/2010.

Cabe ressaltar que muitos dos pedidos de reconhecimento no Brasil de IGs concedidas na Europa não apresentam elementos que comprovam a vinculação das características do produto associada ao meio geográfico onde são produzidas. Dessa forma, muitos pedidos foram indeferidos ou se encontram em situação de cumprimento de exigência (FERNANDES, 2011 – Informe verbal ⁴).

⁴ Lucia Regina Rangel de Moraes Valente Fernandes- Examinadora de Indicação Geográfica e docente da Academia de Propriedade Intelectual, Inovação e Desenvolvimento do INPI. E-mail: luciareg@inpi.gov.br

Nota-se também que o número de indicações geográficas registradas no Brasil, doze no total, é muito reduzido se comparado à União Européia, que possui mais de 3200 produtos com IGP ou DOP. Cabe destacar, todavia, que esse ativo intangível e sua proteção é relativamente recente no Brasil, enquanto que na Europa a tradição dessas indicações é antiga e consolidada, além de ser vista como uma política governamental de desenvolvimento de regiões menos favorecidas mediante a melhoria da renda e fixação da população rural nessas zonas.

Outro ponto que merece destaque é o fato de os pedidos de reconhecimento de indicação geográfica estar aumentando a cada ano, com destaque para os brasileiros, que respondem por 70% das solicitações, como o ilustrado pelas Figuras 10 e 11.

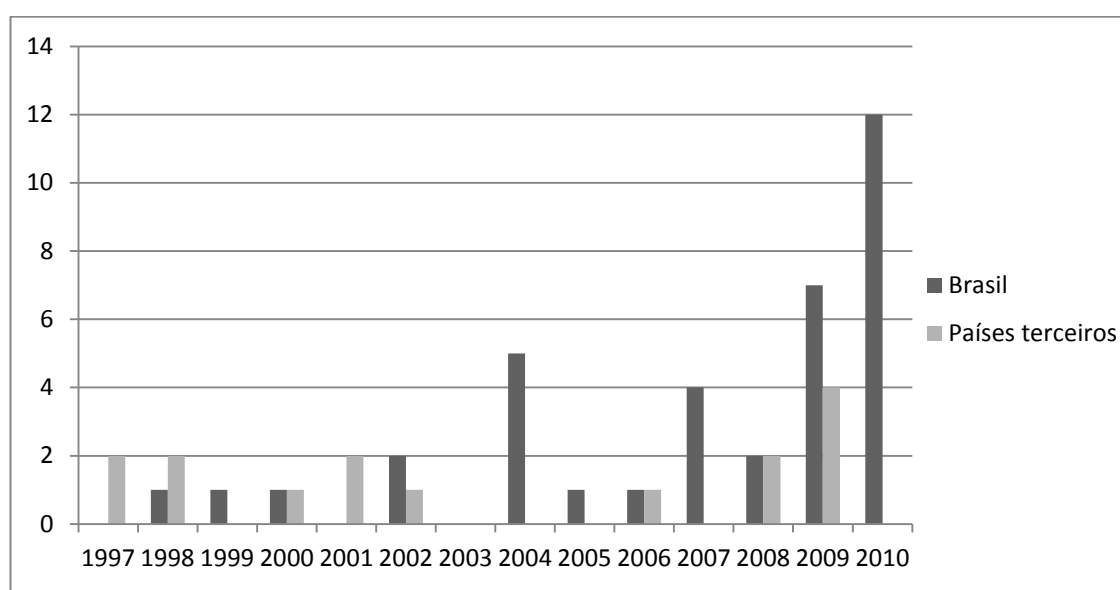


Figura 10- Evolução dos pedidos de registro de indicações geográficas junto ao INPI.

Fonte: Elaborado pela autora, com base em INPI, 2010b.

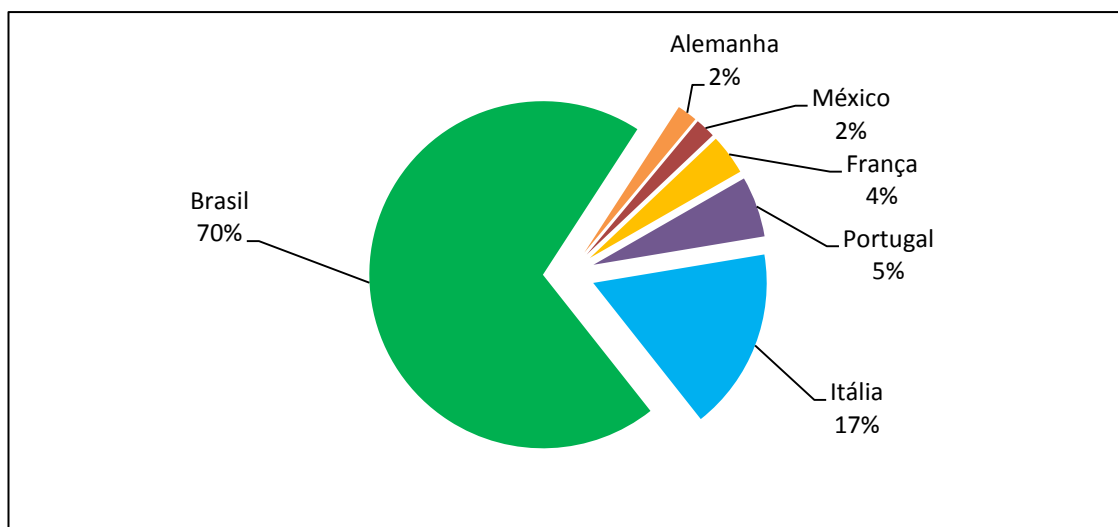


Figura 11- Pedidos de registro de indicação geográfica junto ao INPI, por país.

Fonte: Elaborado pela autora, com base em INPI, 2010b.

De acordo com os dados disponibilizados pelo INPI, pedidos de registro de indicação de procedência são predominantes, respondendo por 54,7% do total de pedidos realizados. Dos 53 pedidos, 23% foram concedidos, 26% estão depositados, 7% passaram por análise formal e foram publicados e aguardam o período para manifestação de terceiros. Os 44% restantes dependem do cumprimento de exigências, foram arquivados, indeferidos ou aguardam pedido de reconsideração, como ilustrado na Figura 12.

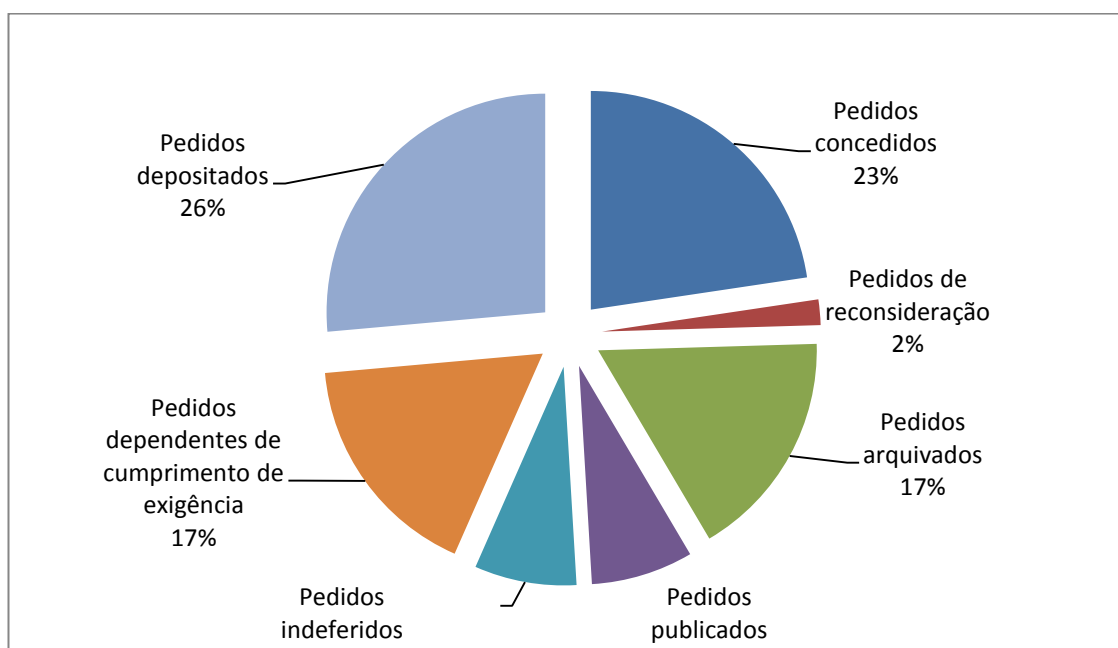


Figura 12- Posição dos pedidos de registro realizados junto ao INPI.

Fonte: Elaborado pela autora, com base em INPI, 2010b.

3.2 Perfil das entidades brasileiras titulares e requerentes de indicação geográfica

De acordo com o levantamento realizado, as entidades titulares e requerentes encontram-se organizadas na forma de Associações ou de Conselhos (união de associações ou cooperativas).

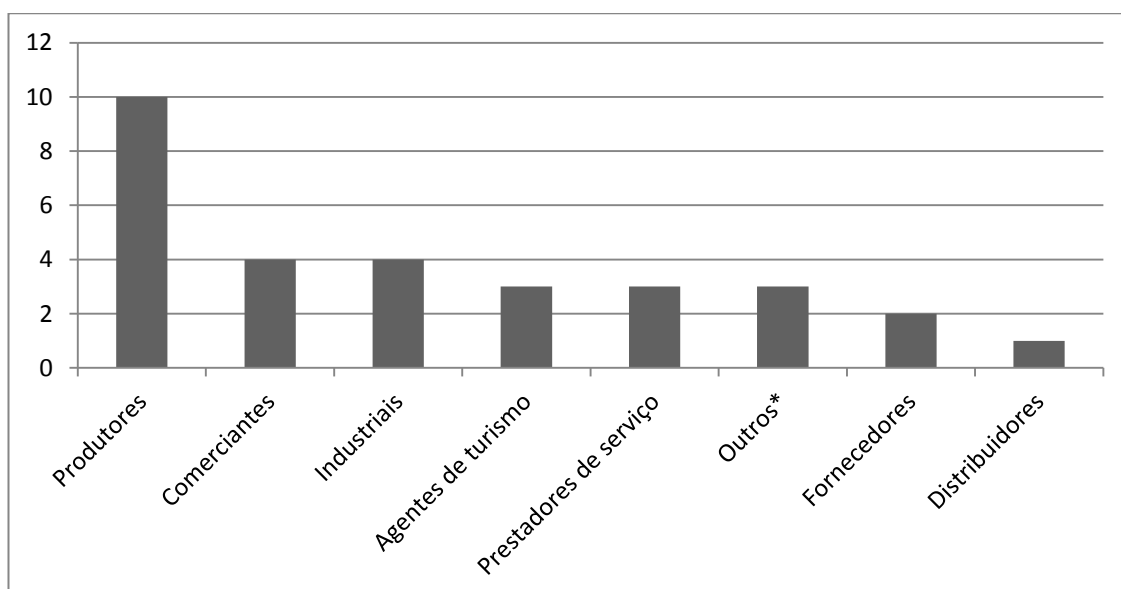
Dentre as associações pesquisadas nota-se uma grande disparidade em termos de complexidade organizacional, como pode ser observado na Tabela 2. Temos, por um lado, estruturas extremamente simples, compostas apenas por um reduzido número de produtores, e, por outro, organizações muito complexas, em que se encontram reunidas um conjunto de associações e cooperativas, abrangendo, dessa forma, um grande número de produtores e outros atores envolvidos. No Conselho das Associações dos Cafeicultores do Cerrado (CACCCER), atualmente Federação dos Cafeicultores do Cerrado, por exemplo, estão reunidas seis (6) associações e oito (8) cooperativas, apoiadas pela Fundação de Desenvolvimento do Café do Cerrado (FUNDACCER), que tem por missão estabelecer linhas de pesquisa para a produção, identificação e aplicação de cafés especiais, notadamente o Café do Cerrado (CAFÉ DO CERRADO, 2011).

Tabela 2- Composição das entidades titulares e requerentes das indicações geográficas em termos de número de produtores, número de cooperativas e número de associações agregados.

Variáveis	Média	Desvio-padrão	Mínimo	Máximo
Nº de Associações	1,25	2,73	0	8
Nº de Cooperativas	1,33	2,49	0	8
Nº de produtores*	25,33	26,47	0	80

* Número de produtores individuais diretamente associados à entidade titular ou requerente.

As entidades também se diferenciam na diversidade de categorias que fazem parte da organização, sendo que 1 (uma) Associação possui apenas produtores como associados. As demais possuem representantes de outras classes de profissionais como agentes de turismo, comerciantes, agroindústrias, entre outros. A distribuição de categorias associadas às entidades pesquisadas está representada na Figura 13.



* Artesãos, EMBRAPA, Universidades, acadêmicos.

Figura 13- Categorias integrantes das entidades titulares e requerentes de indicação geográfica.

Como pode-se observar pela Figura 14, o perfil de produtores que fazem parte das Associações titulares e daquelas que vem buscando o reconhecimento da IG também varia entre as entidades: 40% possuem apenas pequenos produtores, 40% possuem todas as classes de produtores, 10% somente pequenos ou médios produtores e 10% só possuem associados com maior escala de produção – médios e grandes produtores.

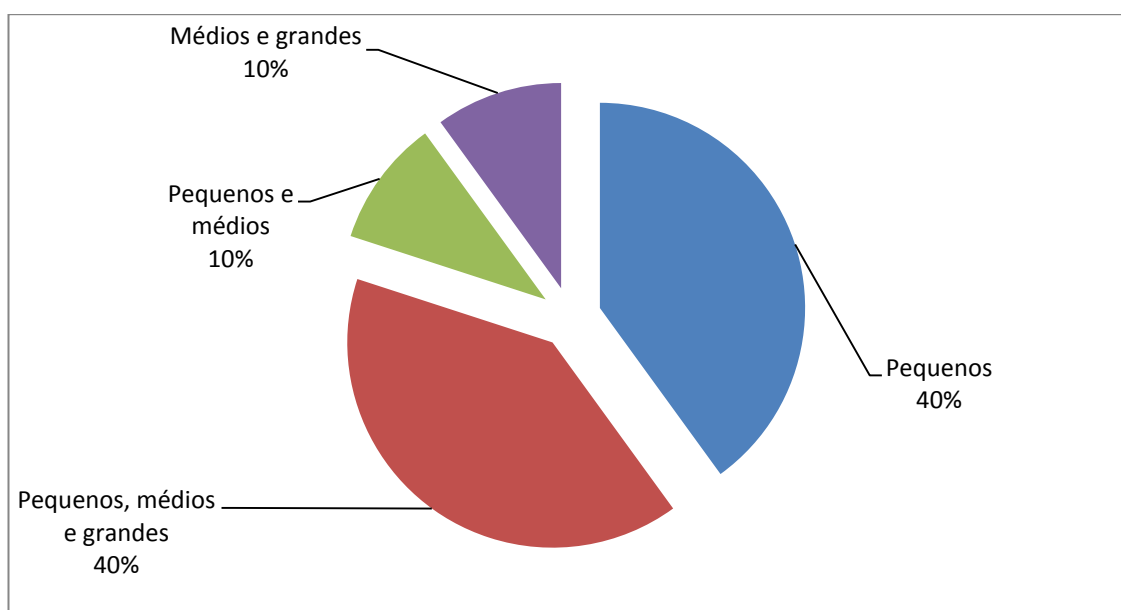


Figura 14- Classificação quanto ao porte dos produtores associados às entidades titulares e requerentes de indicação geográfica.

Em 80% dos casos os pequenos produtores constituem a principal classe integrante das Associações. Os 20% restantes são divididos igualmente entre aquelas em que predominam médios produtores, aquelas em que grandes produtores estão em maior número e aquelas que não possuem pequenos produtores associados.

O volume de produtos comercializados com o selo da indicação geográfica é variável. Há, por exemplo, uma associação cujo total produzido é 1000 toneladas anuais e outra que produz 9000 toneladas por ano; se por um lado, existe uma que produz 40000 litros, por outro têm aquela que produz 3750000 litros anuais. Todas as quatro afirmam investir no *marketing* dos produtos com IG. Propagandas em revistas e jornais são meios de divulgação dos produtos em 50% dos casos e 75% das entidades distribuem *folders*; todas participam de feiras e eventos regionais e promovem eventos para visita e degustação de produtos; uma delas participa de feiras internacionais.

Das entidades que ainda não tiveram seus pedidos reconhecidos pelo INPI, uma pretende comercializar 500000 litros com selo da IG e outra tem intenção de negociar o triplo, ou seja, 1500000 litros com o referido selo. As demais não souberam responder. Apenas uma utiliza a propaganda em revistas e jornais para divulgar seus produtos; 100% distribuem *folders* com propaganda dos produtos e participam de feiras e eventos regionais; 80% promovem eventos para visita e degustação de produtos. É importante ressaltar que todas estas associações declararam que pretendem investir em *marketing* caso o registro da IG seja concedido.

Em 44% das entidades, os associados comercializam seus produtos de forma individual apenas, sendo que cada um possui marca própria. Em 33% dos casos a comercialização se dá individualmente e também por meio de associações ou de cooperativas. Nestes casos, há produtores que comercializam marcas próprias e outros que comercializam com a marca da associação, sendo que em um dos casos, na mesma embalagem, um lado possui a marca da cooperativa e do outro a do produtor. Em outros 11%, a comercialização se dá somente por meio de associações ou cooperativas. É o caso de produtos agrícolas como o café. Também nestes casos os produtores comercializam suas marcas simultaneamente. Em 11% das situações, a comercialização dos produtos se dá através de uma indústria conveniada. Esse é o caso específico da carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional, que comercializava seus produtos através do frigorífico Mercosul e passará, em breve, a comercializar a carne por intermédio da Marfrig Alimentos S/A. Neste caso, há uma marca única para todos os produtores – a adotada pelo frigorífico.

A maioria dos associados (56%) comercializa seus produtos no varejo, no atacado e diretamente ao consumidor, de forma simultânea. No entanto, há associações, cujos produtores comercializam somente no varejo ou somente no atacado além de outras que utilizam dois canais (varejo e direto ao consumidor; atacado e direto ao consumidor), como podemos observar pela Figura 15.

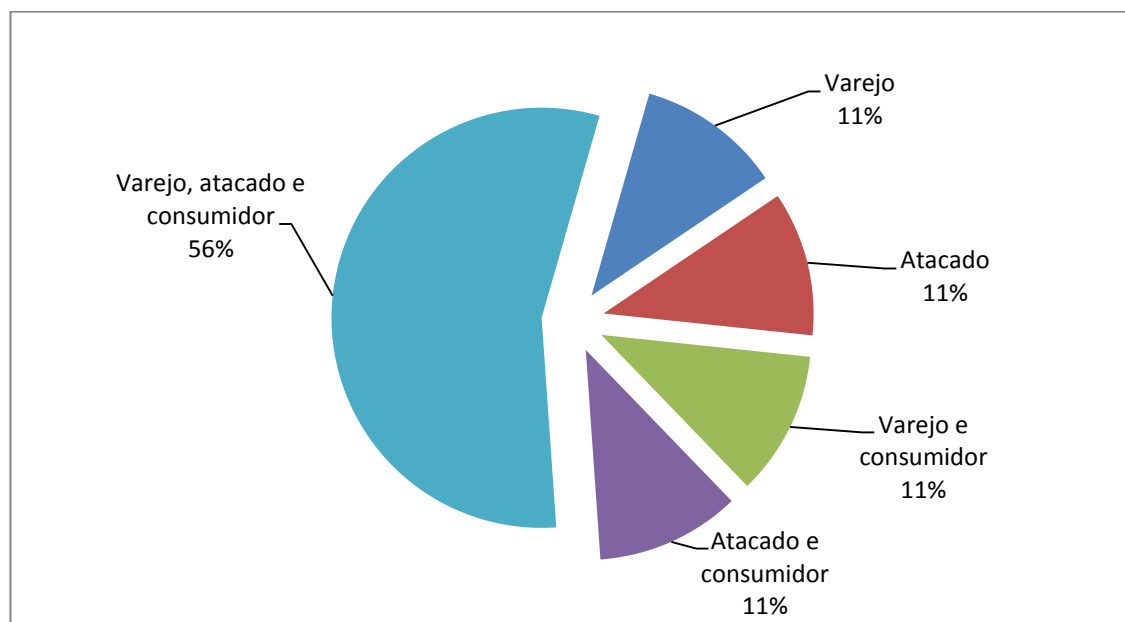


Figura 15- Canais de comercialização de produtos provenientes de regiões com indicação geográfica reconhecida ou em processo de reconhecimento.

Mais de 75% dos produtores associados às entidades titulares ou requerentes de indicação geográfica utilizam distribuidores ou representantes comerciais como agentes de comercialização de produtos, embora em conjunto com outros agentes, como pode-se observar na Figura 16. Queijeiros, como são chamados os distribuidores de queijos, são comuns nas regiões do Serro e da Canastra, por exemplo. Em 67% dos casos, o próprio produtor ou familiares realizam a comercialização dos produtos, sendo que em 11% as situações, somente estes são responsáveis pela venda. Cooperativas ou associações são agentes de comercialização em 44% das situações, mas em nenhum caso são os únicos.

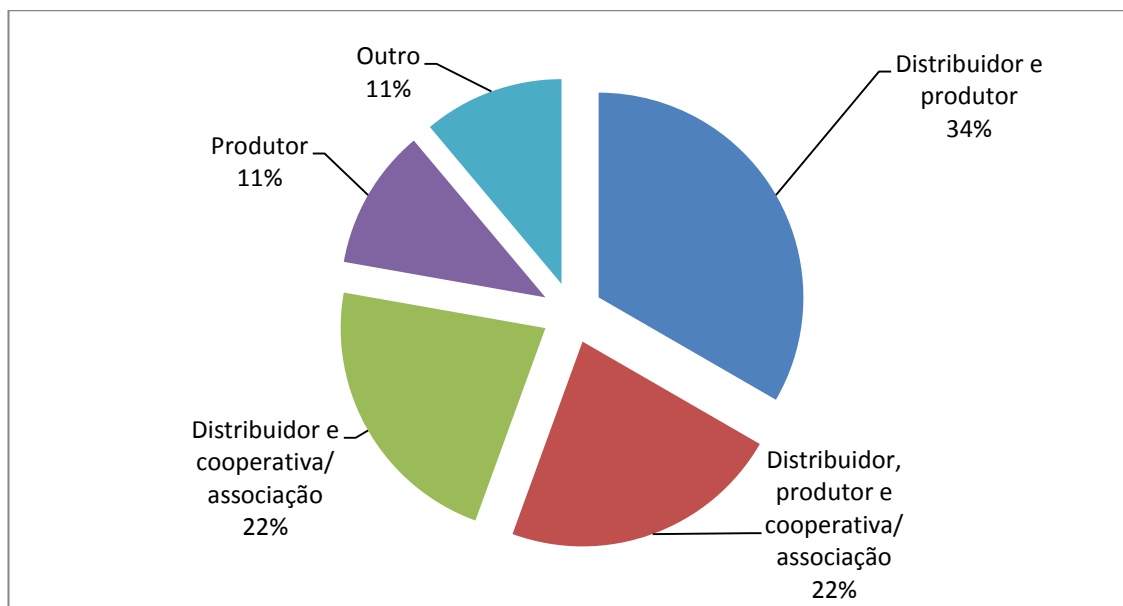


Figura 16- Agentes de vendas de produtos provenientes de regiões com indicação geográfica reconhecida ou em processo de reconhecimento.

Como pode-se observar pela Figura 17, as vendas diretas ao consumidor ou feiras, redes de supermercados e lojas especializadas são os principais locais de comercialização dos produtos das regiões pesquisadas. Mercenarias e padarias e lojas próprias também constituem importantes locais de venda dos referidos produtos, mas há casos em que os produtos são comercializados para indústrias, como matérias-primas, ou para exportadoras.

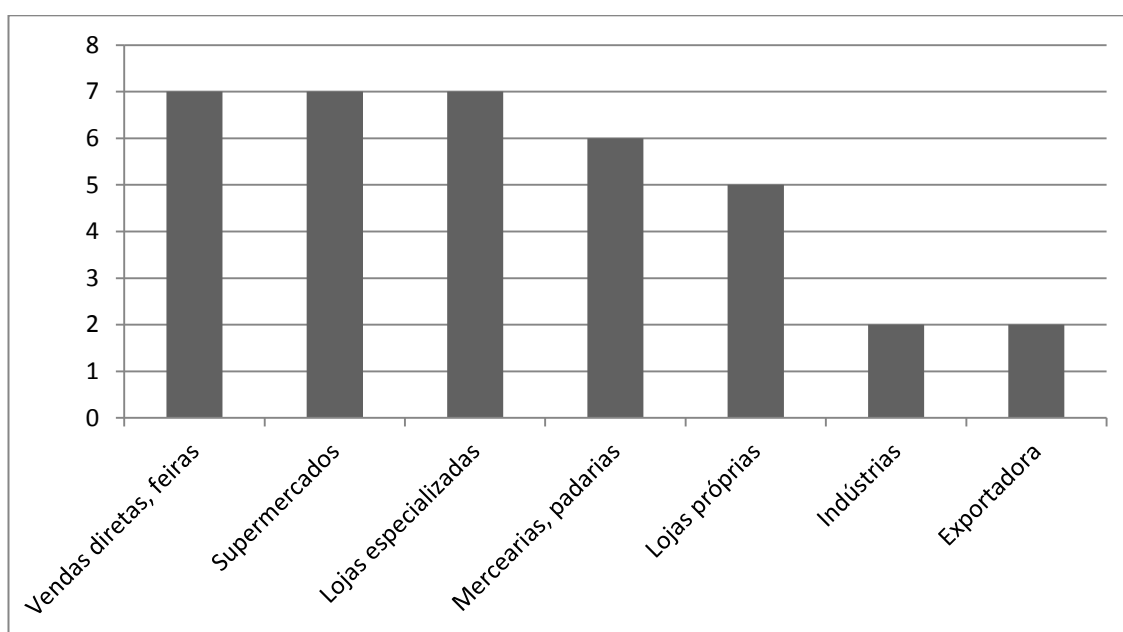


Figura 17- Locais de vendas de produtos provenientes de regiões titulares e requerentes de indicação geográfica.

Das quatro entidades pesquisadas que já comercializam produto com IG, metade exporta seus produtos. União Européia e Estados Unidos são os principais destinos destes produtos, mas Japão, Coréia, Indonésia e Argentina também são países importadores destes bens. No entanto, enquanto a Região do Cerrado Mineiro exporta de 50 a 75% do total comercializado, no Vale dos Vinhedos o montante não alcança 25%.

Das cinco entidades que estão buscando o reconhecimento da IG ou que, apesar de já terem o registro, não começaram a comercializar os produtos, apenas a APACS declarou que há produtores associados que exportam seus produtos. Estados Unidos e Alemanha são os países importadores neste caso, mas o total exportado não soma 25% do total de produtos comercializados por essa região.

3.3 Início do processo de reconhecimento das indicações geográficas

A análise dos questionários revelou que em 30% dos casos a iniciativa de buscar o reconhecimento da indicação geográfica partiu exclusivamente de produtores, ou, mais especificamente, de um grupo de produtores. Em 20% dos casos, houve a participação, além de produtores, de outros atores, como instituições ligadas ao governo e Organizações Não Governamentais (ONGs). Na maioria dos casos (50%), no entanto, a iniciativa partiu somente de atores externos e não dos produtores. Destacam-se nestes casos a atuação do SEBRAE e de ONGs, ambos citados em 30% dos questionários e do MAPA, mencionado em 20% das situações observadas. Notou-se também a presença da EMBRAPA, de Universidades e de Secretaria de Agricultura, Pecuária e Abastecimento estadual como agentes responsáveis pelo início do processo de reconhecimento das IGs.

Como é possível notar pela Figura 18, os fatores que motivaram a busca pelo reconhecimento da IG mais mencionados foram a presença de tipicidade e/ou qualidade diferenciada no produto e a possibilidade de agregação de valor, ambos citadas por 100% das entidades pesquisadas. A possibilidade de desenvolvimento regional foi citada por 90% dos entrevistados, e existência de falsas indicações geográfica e a necessidade de manter a tradição na produção foram motivos mencionados por 60% das entidades e 50% citou a exigência do mercado externo como fator impulsionador da busca pelo reconhecimento da IG.

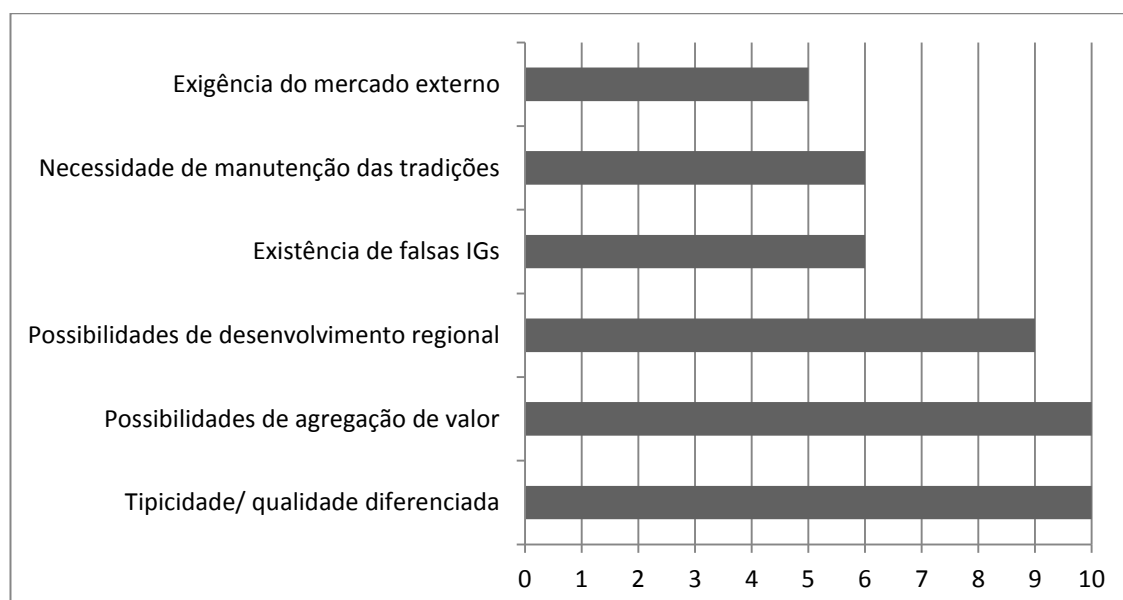


Figura 18- Fatores que motivaram a busca pelo reconhecimento da indicação geográfica.

No entanto, a presença de tipicidade ou qualidade diferenciada do produto foi o principal motivo de 62,5% das entidades buscarem o reconhecimento da IG; a possibilidade de agregar valor ao produto foi o principal motivo verificado em 25% das entidades e a exigência do mercado externo em 12,5%.

Em 50% das situações, os recursos investidos no reconhecimento das IGs partiram de agentes externos e dos próprios produtores. Em 30% dos casos o capital foi proveniente exclusivamente de órgãos governamentais ou ONGs e nos 20% restantes, os recursos foram oriundos dos próprios produtores. O SEBRAE destaca-se neste contexto, tendo sido mencionado como fonte de recursos financeiros em 50% dos casos. Também foram citados o MAPA, o MDA, a EMATER, a EMBRAPA, Fundações (FAPERGS), a FERT (ONG francesa) além de governos estaduais, prefeituras e empresas locais.

O conceito de indicação geográfica era completamente desconhecido por todos os associados em 20% das entidades pesquisadas; 50% destas declararam que o conceito era totalmente novo para mais da metade dos associados e 30% que indicação geográfica já era um assunto conhecido para mais da metade de seus integrantes. Verifica-se assim, que de modo geral, indicação geográfica era um conceito desconhecido por considerável parcela dos associados.

No entanto, notou-se que, assim que esclarecido o conceito, em 70% dos casos não houve qualquer resistência por parte dos associados em dar início ao processo de reconhecimento e somente em 10% dos casos foi relatado resistência por mais da

metade dos integrantes da Associação. Menores dificuldades foram encontradas por 20% das entidades, que verificaram que menos da metade dos associados ofereceram resistência. O simples desconhecimento sobre o assunto e a descrença quanto aos possíveis benefícios proporcionados pela IG foram apontados como motivos para essa resistência dos associados.

Todas as entidades pesquisadas declararam que foram realizados trabalhos de esclarecimento do tema “indicação geográfica” junto aos associados. As principais formas utilizadas foram, em ordem decrescente, reuniões da própria Associação, seminários e visitas a regiões com indicação geográfica reconhecida e cursos (Figura 19).

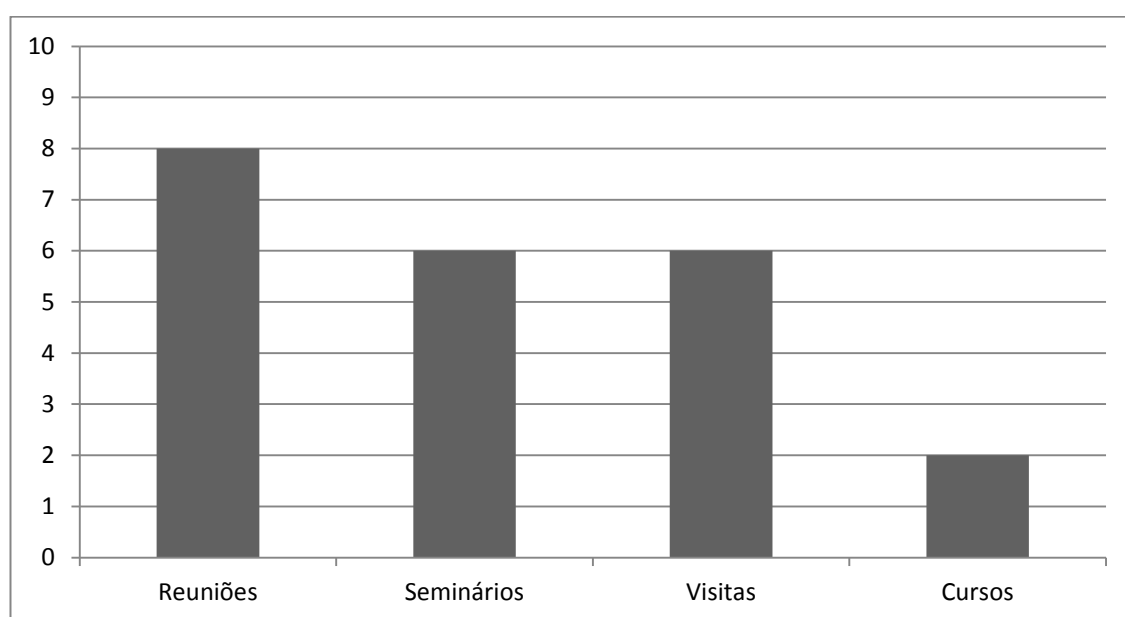


Figura 19- Principais formas de trabalhos realizados para esclarecimento do tema “indicação geográfica”.

Cabe ressaltar neste contexto, a importância da integração entre as entidades pioneiras na busca pelo reconhecimento da IG com aquelas que buscaram posteriormente o registro, já que as primeiras puderam compartilhar experiências, contribuindo de maneira positiva no processo de reconhecimento das demais. Esta integração não se deu somente em nível nacional, havendo intercâmbio de informações também com entidades européias.

Outro ponto a ser notado é o fato de os trabalhos de esclarecimento não se manterem restritos ao início do processo. Foi observado, por exemplo, que seminários têm sido realizados mesmo depois de obtido o registro da IG no INPI, como ilustra a Figura 20. O objetivo nestes casos é também de mobilizar mais produtores situados

dentro da região delimitada, uma vez que, de maneira geral, somente um grupo reduzido de produtores participam de modo efetivo no processo.



Figura 20- Modelo de convite para o seminário regional de indicação geográfica promovido pela APROARROZ.

A intenção de atrair novos associados é importante na medida em que, das 10 (dez) entidades pesquisadas, 8 (oito) afirmaram que não associados não poderão requerer o selo da indicação geográfica. Apenas 1 (uma) Associação afirmou que não associados poderão requerer o selo sempre que desejarem e o receberão desde que cumpram o Regulamento de Uso da IG e 1 (uma) outra Associação afirmou que essa questão não se aplica uma vez que o número de produtores situados dentro da área limitada é reduzido e todos fazem parte da Associação.

Esta é uma questão polêmica, como já foi discutido na análise da legislação, já que a Lei nº 9279/96 determina que o uso da indicação geográfica é restrito aos produtores e prestadores de serviço estabelecidos no local, subentendendo-se, dessa forma, que é direito de todos os que produzam ou venham produzir dentro da região demarcada. Três das entidades entrevistadas afirmaram que não há custos para se associar; para 1 (uma) das Associações o custo é de 1 (um) salário mínimo e para outra basta iniciar a semestralidade de 200 (duzentos) reais; para outras 2 (duas), todavia, o custo é mais elevado: 10.000 (dez mil) reais e 30.000 (trinta mil) reais, o que poderia se

constituir um empecilho para que produtores não associados possam requerer o selo. As três entidades restantes que fizeram parte do universo amostral não responderam esta questão.

3.4 Elaboração do Regulamento de Uso

Uma única associação declarou não ter tido orientação na elaboração do Regulamento de Uso. Já as nove restantes afirmaram contar com o auxílio de órgãos governamentais parceiros no processo, inclusive, na maioria das vezes, houve o envolvimento de mais de uma instituição simultaneamente. Instituições de ensino e pesquisa foram predominantes nesta etapa; organizações não governamentais e consultores também foram citados como colaboradores do processo de construção do caderno de normas, como pode-se observar pela Figura 21.

Outros órgãos também foram citados como o SENAR/RS, a FARSUL, Secretarias de Agricultura estaduais e o próprio INPI.

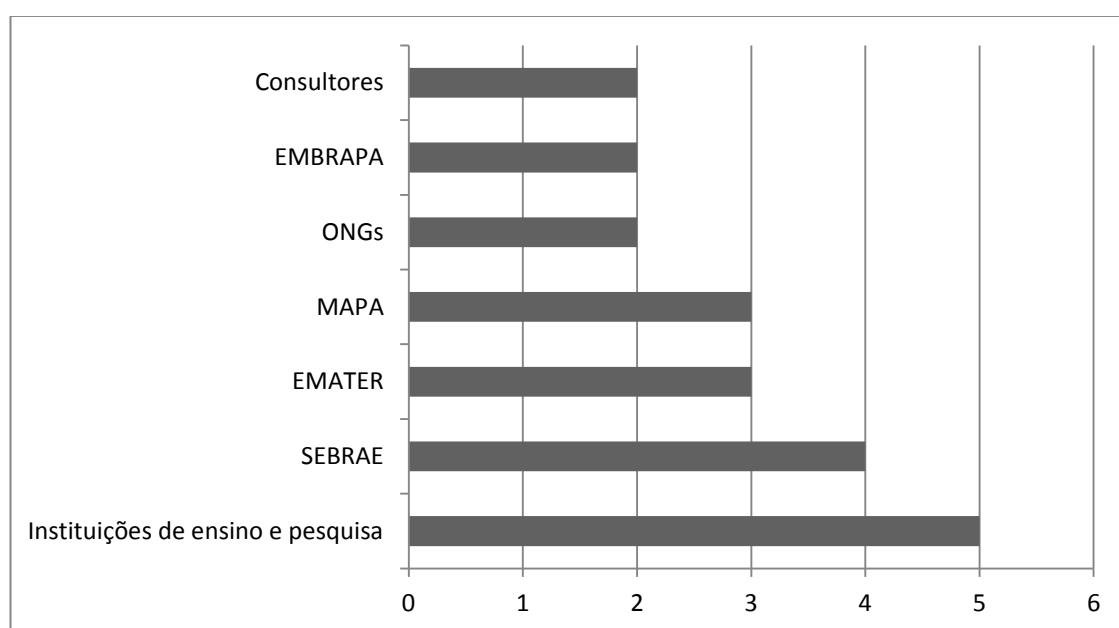


Figura 21- Colaboradores do processo de construção do Regulamento de Uso das indicações geográficas.

O tempo médio gasto na elaboração do Regulamento de Uso foi de 16 meses. No entanto uma entidade revelou ter gasto cerca de 48 meses para a construção do caderno, uma vez que foi realizado de maneira simultânea um trabalho visando a reestruturação das unidades produtivas e melhoria da qualidade dos produtos. Uma Associação, por

outro lado, afirmou ter gasto apenas 1 (um) mês na elaboração do regulamento já que o número de associados era reduzido. No entanto, como pode-se observar pelo histograma a seguir (Figura 22), a maioria (cerca de 70%) das entidades levou um tempo menor que 20 meses para a elaboração do Regulamento de Uso.

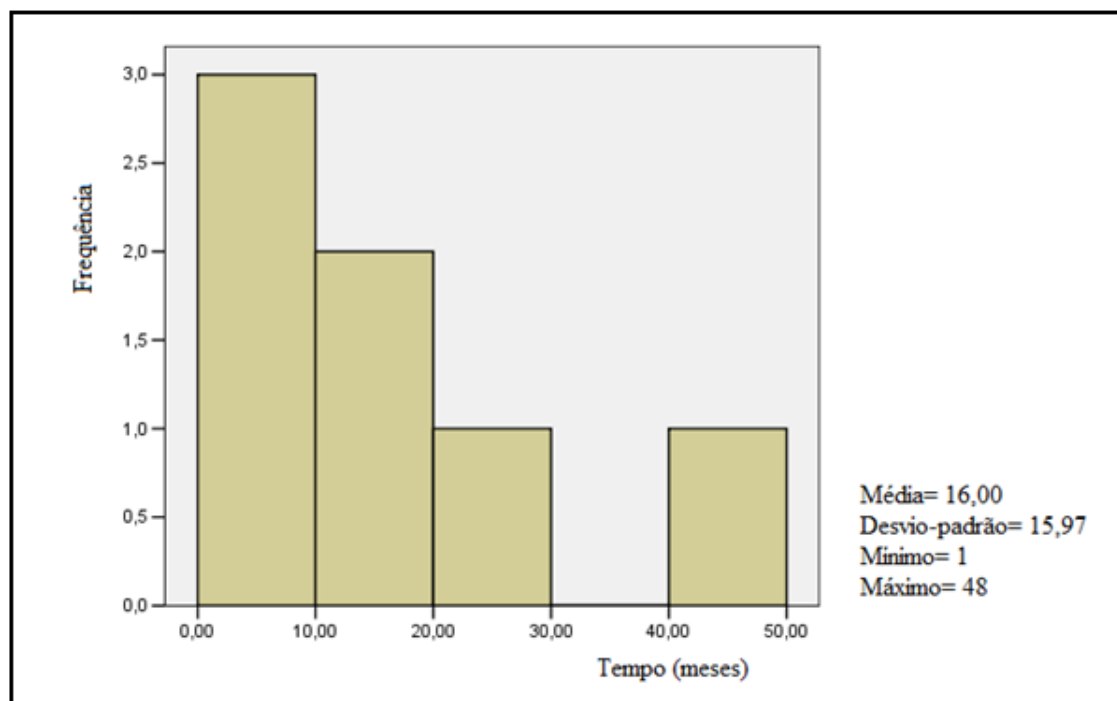


Figura 22- Tempo requerido na elaboração do Regulamento de Uso das entidades pesquisadas.

A maioria das associações não soube ou não declarou o valor despendido na elaboração do Regulamento de Uso. Duas afirmaram que não tiveram gastos nesse processo, uma declarou ter despendido 6000 (seis mil) reais e outras duas investiram 30000 (trinta mil) e 45000 (quarenta e cinco mil) na construção do Regulamento de Uso. O capital empregado partiu de instituições como o SEBRAE e foi utilizado com a finalidade de contratar consultores que auxiliaram no processo de elaboração do regulamento.

O fator mais levado em conta na definição das normas do caderno de normas técnicas foi a tradição produtiva da região, ou seja, o saber-fazer local, como podemos observar na Figura 23, tendo sido considerado o elemento mais importante na definição das regras em 73% dos casos.

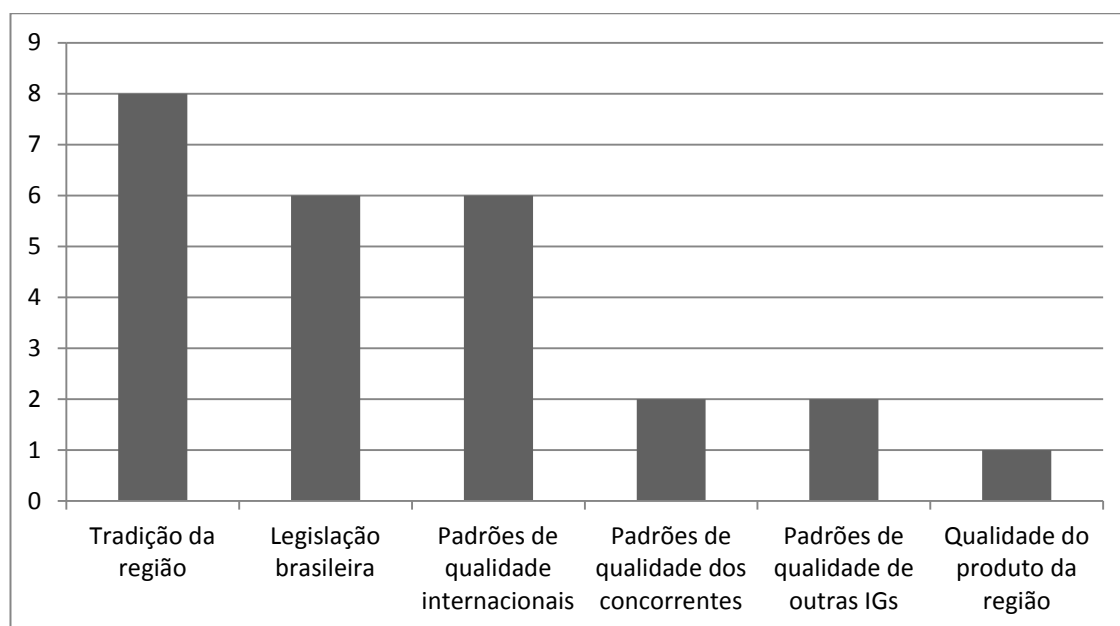


Figura 23- Principais fatores levados em conta na definição do Regulamento de Uso das entidades pesquisadas.

O Regulamento de Uso de IGs já existentes, nacionais ou estrangeiras, foi utilizado como modelo para 87,5% das entidades entrevistadas (Figura 24), tendo constituído a principal base para a construção de 75% dos regulamentos pesquisados.

Indicações geográficas nacionais e estrangeiras foram citadas na mesma proporção. Regulamentos de Uso de IGs brasileiras pioneiras como o Vale dos Vinhedos e Paraty foram mencionados como modelo para outros regulamentos, assim como cadernos de especificações de vinhos europeus, queijos (o *Comté*, por exemplo), e de outros produtos como a carne de Ávila, na Espanha.

A Resolução nº 75/00 do INPI, publicações do meio acadêmico (artigos, testes, etc) e outros fatores, como informações obtidas em conferências ou a legislação específica para o produto, foram também citados como modelos utilizados na construção do Regulamento de Uso.

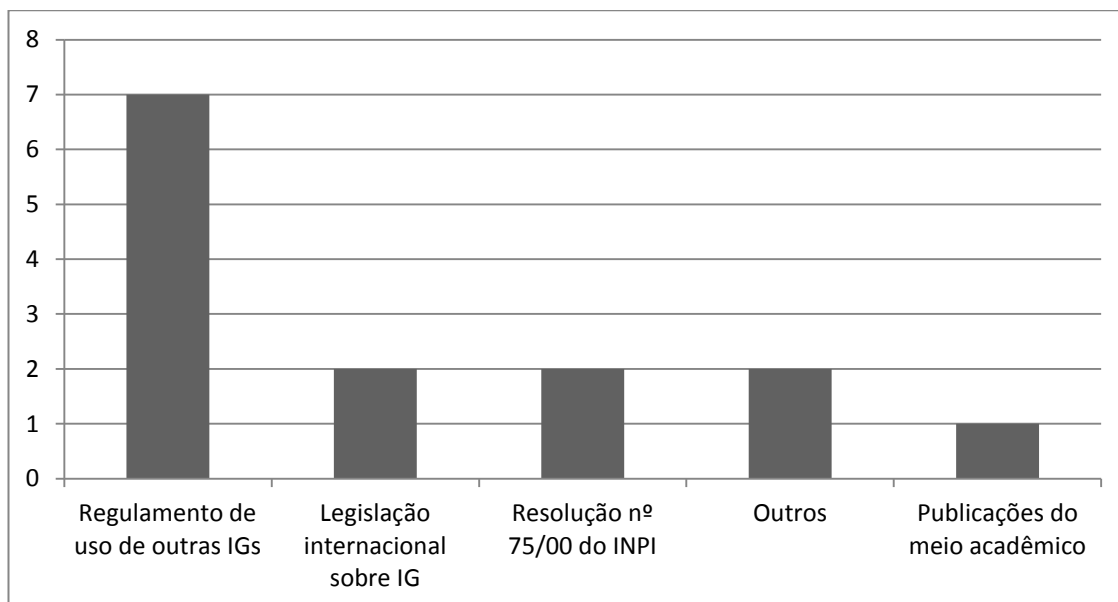


Figura 24- Modelos utilizados na construção do Regulamento de Uso nas entidades pesquisadas.

A descrição do produto contida no Regulamento de Uso é bastante variável e depende, fundamentalmente do produto em questão. A Figura 25 revela os principais itens que fazem parte da descrição do produto.

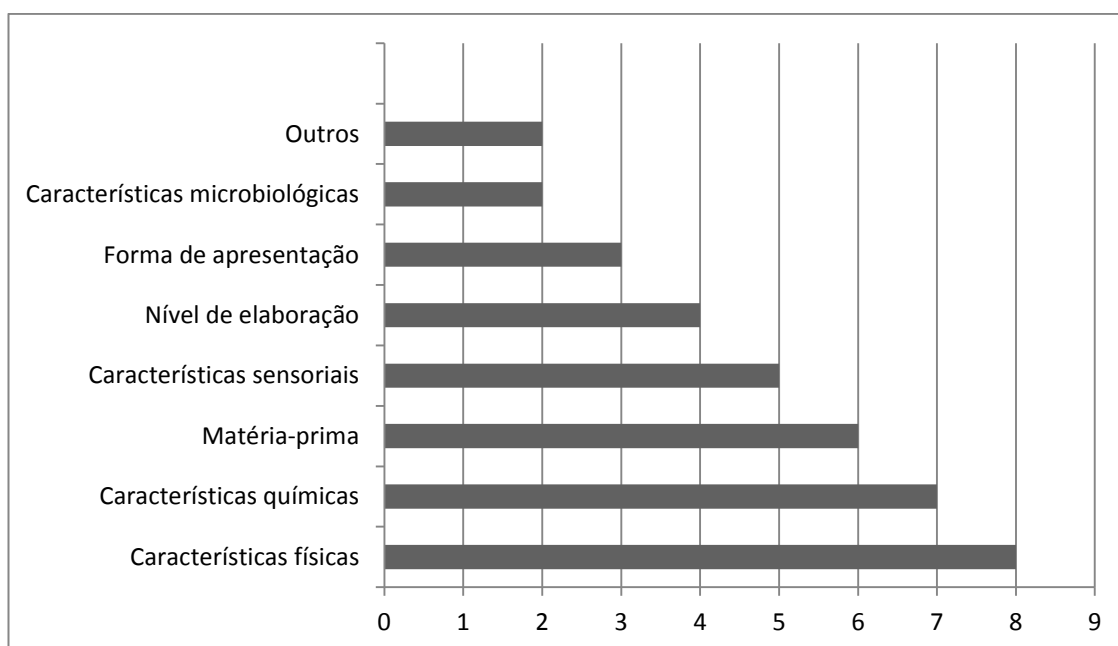


Figura 25- Itens constantes na descrição dos produtos no Regulamento de Uso das entidades pesquisadas.

As características físicas e químicas são as que mais estão presentes na descrição do produto, provavelmente porque se aplicam a uma gama maior alimentos e bebidas. As matérias-primas também aparecem especificadas em boa parte das situações, assim

como a qualidade sensorial dos produtos. Características microbiológicas (contagem máxima de *Staphilococcus*, por exemplo), nível de elaboração (tempo mínimo de envelhecimento ou de maturação, por exemplo), forma de apresentação (tamanho, volume, peso) e normas de rotulagem também aparecem na descrição dos produtos.

A legislação brasileira é omissa em termos da procedência da matéria-prima para produtos com indicação geográfica. No entanto, 5 (cinco) entidades pesquisadas, que corresponde a 55,5% do total, determinaram que 100% desta deve ser proveniente de dentro da região delimitada (Figura 26). Quando o produto protegido pela IG sofre apenas beneficiamento, como o arroz e o café, torna-se óbvio que a matéria-prima deve ser totalmente produzida na região demarcada, ainda que as operações de beneficiamento não sejam realizadas dentro desta área. No entanto, foi observado que, mesmo em alguns regulamentos de produtos que sofrem um processamento mais intenso, foi estabelecido que a matéria-prima deve ser totalmente proveniente da região delimitada, sendo que há casos de restrições ainda maiores, que impedem a compra desta de terceiros, mesmo que estes se situem dentro da região delimitada. Ou seja, toda a matéria-prima deve ser proveniente da produção própria dos associados.

Vinte e cinco por cento das entidades pesquisadas afirmaram que há limites de produtividade (rendimento por unidade de área) das matérias-primas utilizadas no processo produtivo. Essa parece ser uma particularidade das entidades produtoras de vinho, já que para cada tipo de vinho é estabelecida o rendimento máximo das videiras.

Como pode-se observar pela Figura 26, a elaboração do produto dentro da região delimitada é exigência em 89% dos casos. Para os seis produtos que necessitam de operações como envelhecimento (no caso de bebidas) ou maturação (queijos), estas deverão também ser realizadas dentro dos limites da indicação geográfica, havendo exceção em alguns casos. O acondicionamento (embalagem) também deve ser feito no interior da área demarcada.

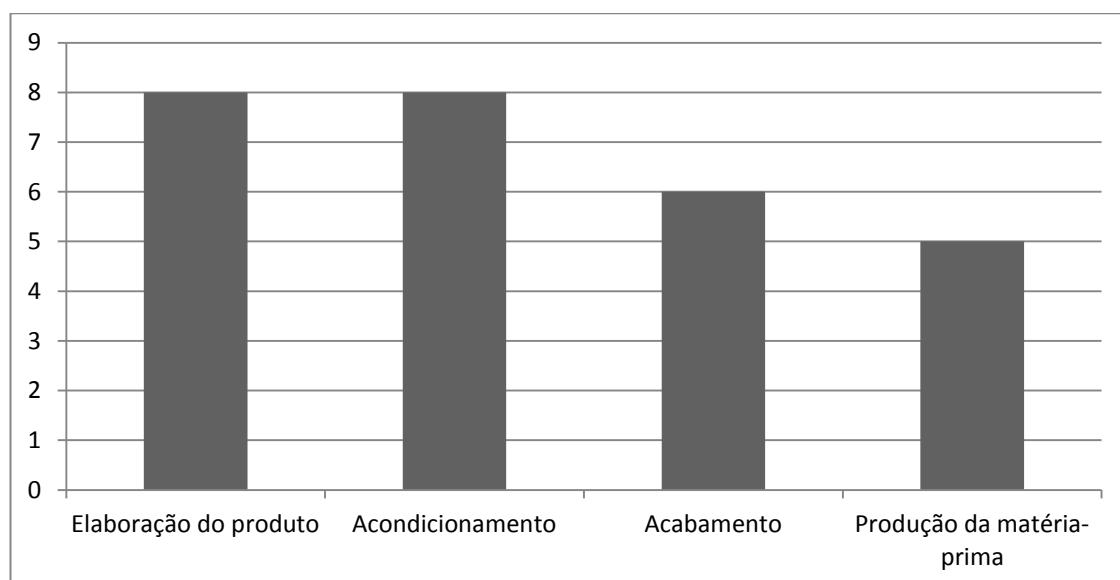


Figura 26- Etapas do processo produtivo que devem ser realizadas inteiramente dentro da área delimitada.

A maioria dos regulamentos de uso, 66,6% dos questionários válidos, estabelece restrições em relação às variedades (no caso de matérias-primas vegetais) e às raças, no caso de matérias-primas de origem animal.

Das respostas obtidas nos questionários daquelas indicações geográficas que já estão consolidadas há algum tempo, observou-se que, em todos os casos, há situações em que produtores, cujas propriedades se encontram localizadas dentro da região delimitada, não foram enquadrados no perfil das indicações geográficas em questão. O fato de o processo produtivo destes produtores não atender as exigências do Regulamento de Uso foi citado em todos os casos como causa para estas exclusões. Em metade dos casos, os entrevistados alegaram também que alguns produtores foram excluídos porque os produtos não atendiam o padrão de qualidade estabelecido pelo regulamento ou porque não eram associados da entidade. A simples falta de interesse foi apontado como motivo por um dos entrevistados para que alguns produtores não terem o selo da indicação geográfica em questão.

Conforme ilustra a Figura 27, o dispêndio excessivo de tempo foi apontado como a principal dificuldade encontrada na elaboração do Regulamento de Uso, respondendo por 43% dos casos. Na realidade, por se tratar de um processo cujo objetivo é o estabelecimento de regras e em que há, na maioria dos casos, a participação de um número expressivo de pessoas, é totalmente compreensível que haja um dispêndio considerável de tempo, já que muitas reuniões são necessárias para essa finalidade. A falta de informações a respeito de como elaborar o Regulamento de Uso foi apontada, em 29% dos casos, como a principal dificuldade encontrada. No entanto, observou-se

que este fator foi mencionado, em sua maioria, pelas indicações geográficas pioneiras no país, uma vez que quando estas iniciaram o processo de reconhecimento quando o assunto era ainda mais desconhecido no Brasil e a regulamentação sobre o tema estava em seu estágio mais inicial. Questões políticas também foram as principais dificuldades em alguns casos, assim como as questões tecnológicas.

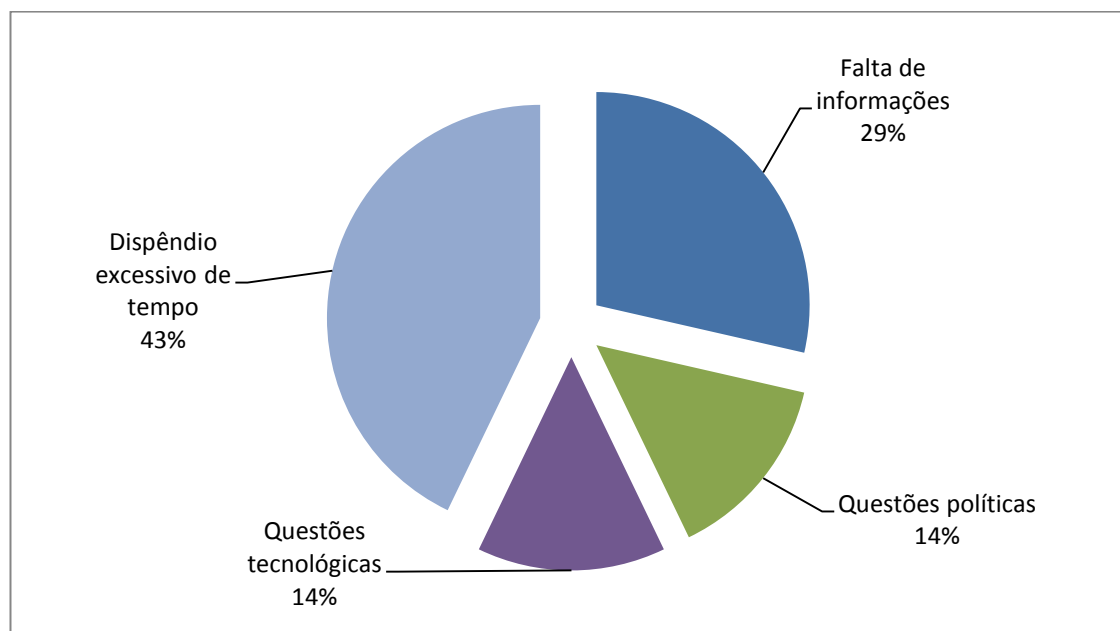


Figura 27- Principal dificuldade encontrada na elaboração do Regulamento de Uso das entidades pesquisadas.

Vinte e dois por cento dos entrevistados declararam que não houve dificuldades na elaboração de Regulamento de Uso nas regiões em questão (Figura 28). Questões tecnológicas, apesar de terem sido citadas como principal dificuldade encontrada em apenas 14% dos casos, constituíram o entrave mais comumente observado, mencionado por 71,4% dos que declararam que tiveram algum tipo de dificuldade.

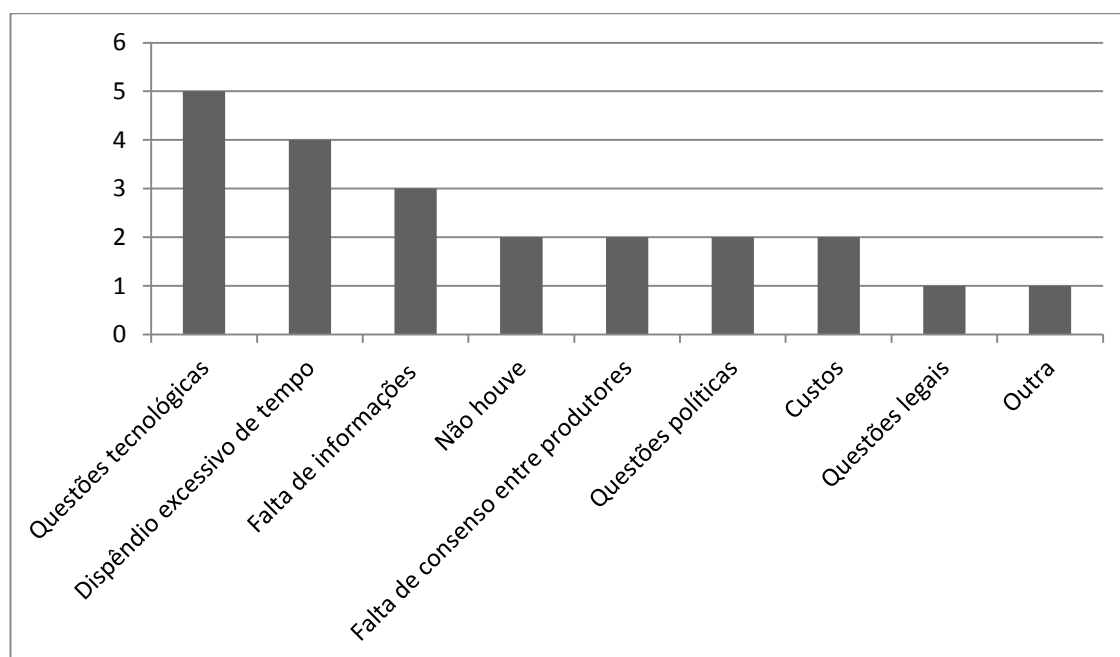


Figura 28- Dificuldades encontradas na elaboração do Regulamento de Uso das entidades pesquisadas.

Considerando-se que o Regulamento de Uso se resume em uma série de normas técnicas e que nem todos os produtores incluídos na região delimitada elaboram seus produtos exatamente da mesma forma, mesmo que haja um “saber-fazer” predominante, é compreensível que as questões tecnológicas tenham se constituído na dificuldade mais citada pelos entrevistados. A decisão do que se permitirá ou não, como, por exemplo, raças ou variedades autorizadas, aquisição de matérias primas, detalhes técnicos no processo de elaboração do produto ou nas etapas de envelhecimento poderá, inclusive, gerar debates mais intensos, resultados da falta de consenso entre os produtores.

Em todos os casos pesquisados, as associações requerentes ou titulares da indicação geográfica tiveram o auxílio de profissionais para a elaboração do Regulamento de Uso. Engenheiros agrônomos, médicos veterinários, técnicos agrícolas, engenheiro químico foram alguns dos profissionais citados. Uma das entidades teve apoio de um advogado para orientar todo o processo de pedido da IG, inclusive a elaboração do Regulamento de Uso.

Dos sete entrevistados, quatro, que representam 57,1% do total, disseram não acreditar que a legislação brasileira possua informações suficientes para a elaboração do Regulamento de Uso. Os 42,9% restantes declararam que a legislação brasileira possui, sim, informações suficientes neste quesito, mas um dos entrevistados fez a ressalva de que esta é uma realidade somente para aquelas pessoas que já conhecem e tem experiência com indicações geográficas. Para leigos no assunto, a compreensão da

referida legislação poderia ser prejudicada. Dois dos entrevistados afirmaram que não tinham condições de responder a pergunta.

3.5 Delimitação da área das indicações geográficas

Por meio dos dados apresentados na Tabela 3 pode-se constatar que o desvio-padrão das variáveis “número de municípios” e “área” é bastante elevado, ou seja, os valores dessas variáveis obtidos para cada indicação geográfica se distanciam bastante da média, que é de 10,7 municípios e 24972,96 km², respectivamente. Isto indica que as diferentes indicações geográficas, reconhecidas ou em processo de reconhecimento, são extremamente distintas em termos da área abrangida e número de municípios envolvidos. Se por um lado temos regiões que abrangem apenas 1 (um) município, como Paraty, por outro temos regiões que englobam até 83 (oitenta e três) como é o caso do Vale do Submédio do São Francisco que abrange, inclusive, dois estados: Bahia e Pernambuco. Enquanto há indicações geográficas que possuem apenas 72,45 km², como o Vale dos Vinhedos, há também aquelas que abrangem 125755 km², como a Região do Cerrado Mineiro.

Tabela 3- Estatística descritiva das regiões delimitadas para fins de reconhecimento de indicação geográfica.

Variável	Média	Desvio-padrão	Mínimo	Máximo
Nº de municípios	10,7	15,97	1	83
Área (km ²)	24568,95	46972,96	72,45	125755

Em 60% dos casos pesquisados, as propriedades integrantes são georreferenciadas. Algumas entidades já deram início ao processo de georreferenciamento.

Como podemos observar pela Figura 29, as Instituições de ensino e pesquisa, com destaque para as universidades, são as maiores colaboradoras na delimitação da área das indicações geográficas. Esta parceria entre entidades requerentes e universidades é especialmente forte na região sul do país, onde também é expressiva a participação da EMBRAPA Uva e Vinho e EMBRAPA Clima Temperado.

A participação da EMATER é mais relevante no estado de Minas Gerais, onde também é significativa a presença do IMA. Na realidade, há uma certa peculiaridade

neste estado, uma vez que há uma política de identificação de regiões cafeeicultoras e produtoras de queijo, iniciada antes mesmo da consolidação da indicação geográfica como forma de direito de propriedade industrial, como prova a Portaria nº 165/95, que delimita as regiões produtoras de café do estado de Minas Gerais para a instituição do certificado de origem.

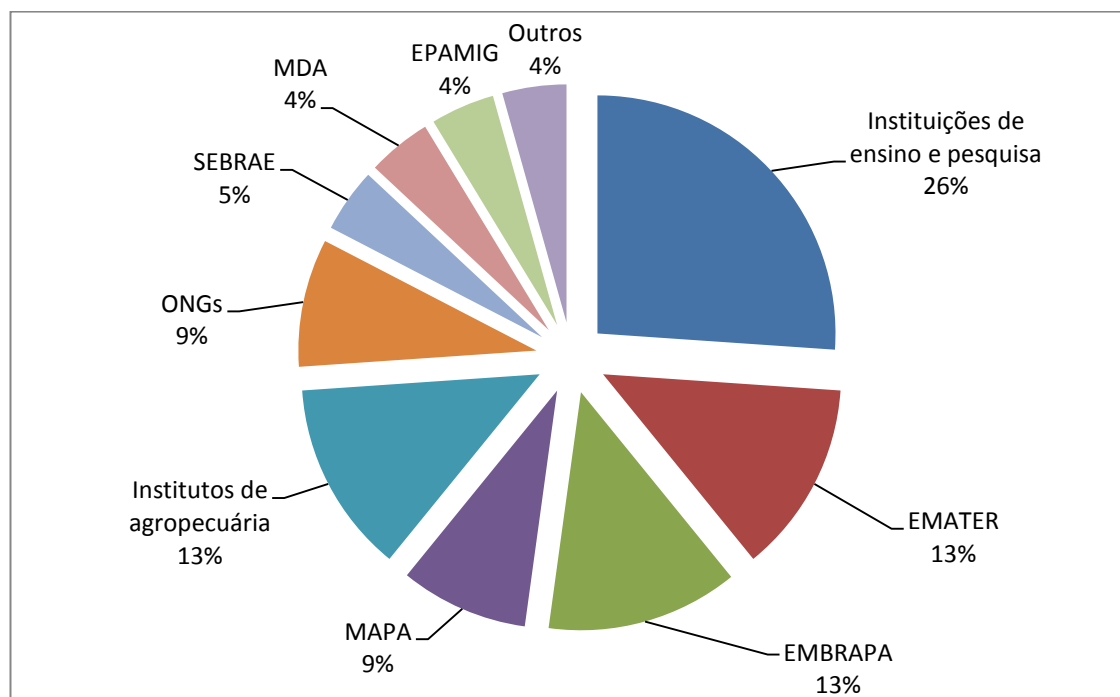


Figura 29- Entidades que auxiliaram a delimitação da área das regiões que buscam o reconhecimento ou que já possuem registro de indicação geográfica junto no INPI.

Outros órgãos vêm contribuindo para a delimitação das áreas de indicação geográfica, seja com recursos financeiros, seja com apoio técnico, como o MAPA, o MDA, o SEBRAE, ONGs, entre outros.

Em todos os casos analisados, os entrevistados declararam que houve auxílio de profissionais para a delimitação da área. Engenheiros agrônomos, geógrafos, geólogos, especialistas em zoneamento foram alguns dos profissionais citados. Houve caso em que profissionais da área de informática também auxiliaram no processo, na parte do processamento dos dados e elaboração dos mapas.

Como observado na Figura 30, fatores humanos, como o “saber-fazer” da região, a tradição produtiva e a tipicidade dos produtos se constituíram no principal fundamento utilizado na delimitação da área de 42% das indicações geográficas –reconhecidas ou em processo de reconhecimento- estudadas. Os fatores naturais, representados pelo clima, solo, vegetação, relevo e hidrografia, foram os mais relevantes na delimitação de 25% dos casos e a qualidade dos produtos, associada às vezes a fatores naturais e às

vezes a fatores humanos foi usada como principal critério na delimitação de 33% dos casos (Figura 30).

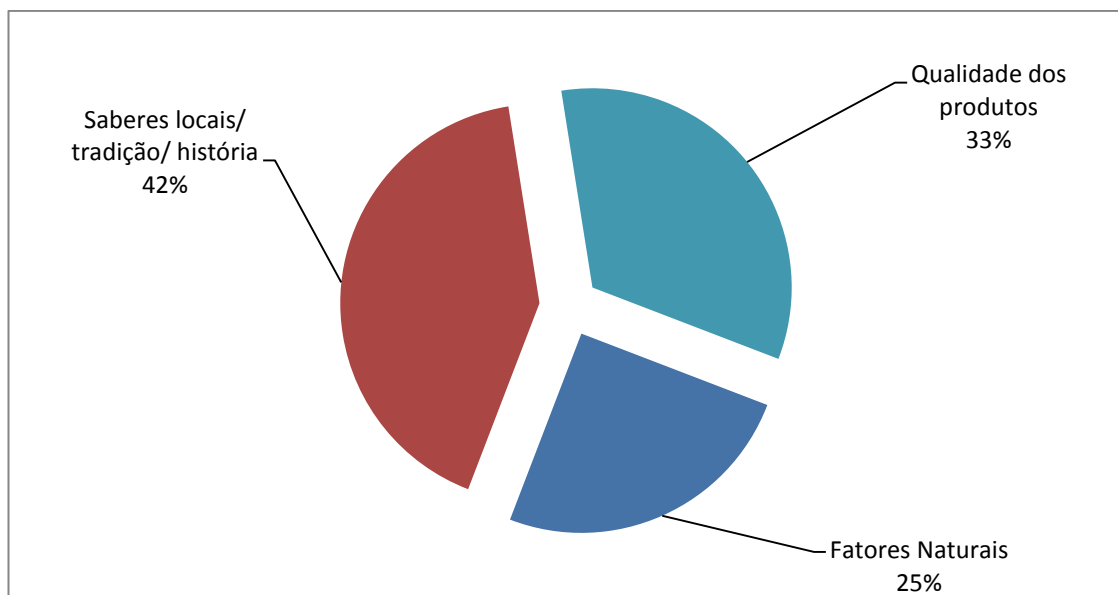


Figura 30- Principal fundamento utilizado na delimitação da área das regiões que buscam o reconhecimento ou que já possuem registro de indicação geográfica no INPI.

Em metade dos casos, zoneamentos resultados de estudos anteriores auxiliaram no processo de demarcação da área das indicações geográficas. No caso da região do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional, por exemplo, mapas de composição florística foram extremamente importantes na delimitação. Na região do Vale dos Vinhedos, a região demarcada como indicação de procedência serviu como base para a nova delimitação da denominação de origem solicitada ao INPI. No casos das indicações geográficas “Região do Cerrado Mineiro”, “Serro” e “Canastra”, zoneamentos realizados pelo IMA também auxiliaram na determinação na região a ser protegida pelos direitos de propriedade industrial, como já mencionado anteriormente. Nos casos das regiões do Serro e Canastra, no entanto, novos estudos foram realizados pela equipe responsável pelo pedido de IG junto ao INPI, a fim de confirmarem a delimitação anterior, o que de fato ocorreu. Na região produtora de café do Cerrado, a delimitação realizada pelo IMA, baseada em pesquisas realizadas pela EPAMIG foi a única utilizada no pedido de indicação feito ao INPI.

De uma forma geral, observamos que 89% das demarcações territoriais das indicações geográficas estudadas se basearam em fatores naturais e humanos e 78% na qualidade dos produtos (Figura 31). Nota-se, portanto, uma estreita ligação entre estes três fatores, na delimitação da área. Em muitos dos casos, observou-se que o

levantamento histórico e cultural serviu de base para a delimitação, uma vez que contém elementos que trazem à tona a tradição produtiva da região, a situação socio-econômica antiga e atual, entre outros, fornecendo, ainda que de forma robusta, um ponto de partida para estudos mais aprofundados para a delimitação da área.

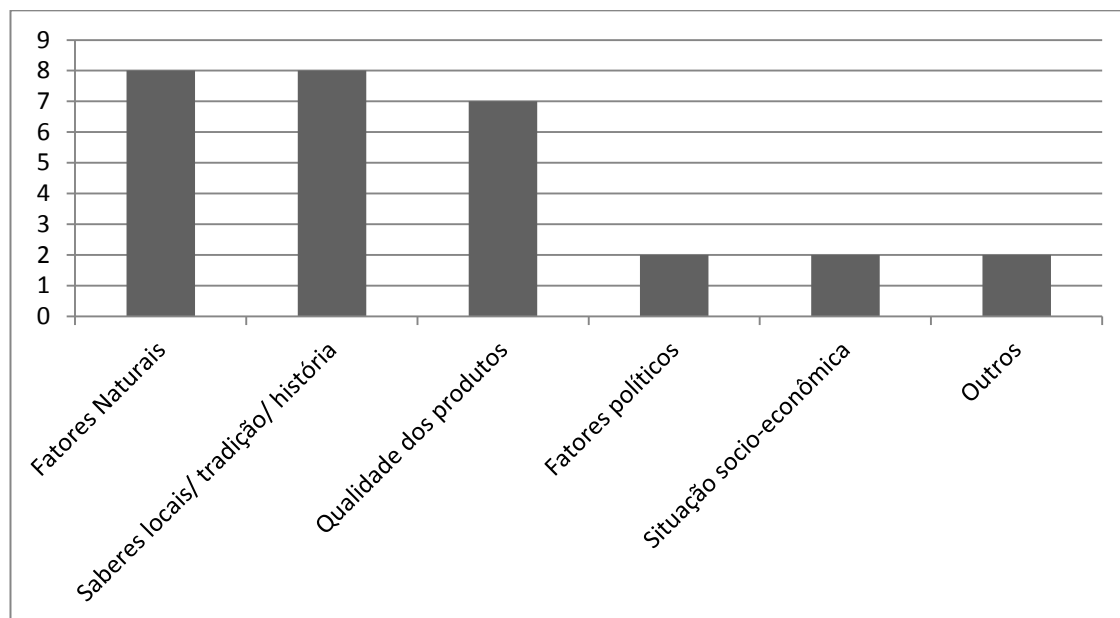


Figura 31- Fundamentos utilizados na delimitação da área das indicações geográficas.

Fatores políticos, como a união entre um grupo de produtores, fronteiras políticas – limites entre municípios, estados -, situação sócio-econômica, antiga e atual, além de outros fatores como a localização dos produtores e de zonas urbanas também foram citados como fundamentos utilizados na delimitação da área da indicação geográfica.

Como ilustrado na Figura 32, a falta de elementos geográficos bem determinados, fruto da indisponibilidade de estudos prévios sobre fatores naturais como clima, solo, relevo, vegetação foi apontada como a maior dificuldade encontrada na delimitação da área, tendo sido citada por 50 % dos entrevistados. Este fator foi especialmente importante para a demarcação de áreas com denominação de origem, uma vez que é uma exigência a comprovação da relação do meio geográfico com a qualidade do produto. No caso das DOs a delimitação da área deve ser feita de forma mais criteriosa, exigindo, portanto, um conhecimento profundo das características naturais da região.

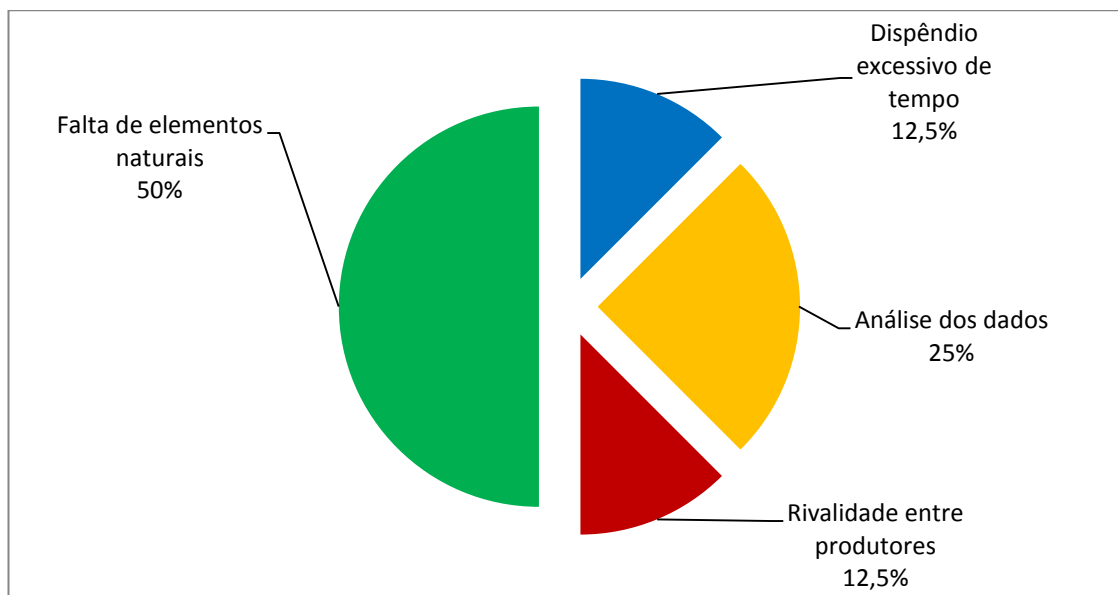


Figura 32- Principal dificuldade encontrada na delimitação da área da indicação geográfica.

A análise dos dados (processamento, elaboração de mapas) foi a principal dificuldade encontrada em 25% das situações e o tempo despendido na demarcação da área (visitas às propriedades, comprovação in loco de zoneamentos de composição de solos, vegetação, entre outros) foi a mais importante em 12,5% dos casos. No entanto, ressalta-se que estes fatores não se constituíram entraves para o processo, uma vez que são dificuldades corriqueiras em qualquer trabalho de campo.

Influências políticas e custos elevados foram citados como dificuldades secundárias que ocorreram em uma das situações pesquisadas. Um entrevistado responsável pela delimitação da região de uma das indicações geográficas pesquisadas declarou não ter encontrado nenhuma espécie de dificuldade e outro não respondeu a pergunta.

3.6 Diferenciação do produto da região

Como ilustrado na Figura 33, a notoriedade atual do produto, ou seja, o reconhecimento dos consumidores foi citado por 91% dos entrevistados como sendo um fator que diferencia o produto das regiões pesquisadas dos similares, produzidos em outras regiões. A notoriedade antiga, ou seja, a história do produto naquela região, a influência dos fatores naturais (clima, solo, relevo, vegetação) nas características do produto, o conhecimento passado de geração em geração de como elaborar o produto, isto é, o “saber-fazer” regional e a qualidade do produto de forma geral foram citados

por 64% dos entrevistados como fatores diferenciadores do produto. A produção em pequena escala foi citada como o diferencial em 55% dos casos, a produção artesanal em 45% das situações e a notoriedade internacional, ou seja, o reconhecimento no mercado externo foi mencionada em 18% dos questionários respondidos. Em um dos casos tal notoriedade se deve exclusivamente ao turismo, já que não se trata de um produto diretamente exportado.

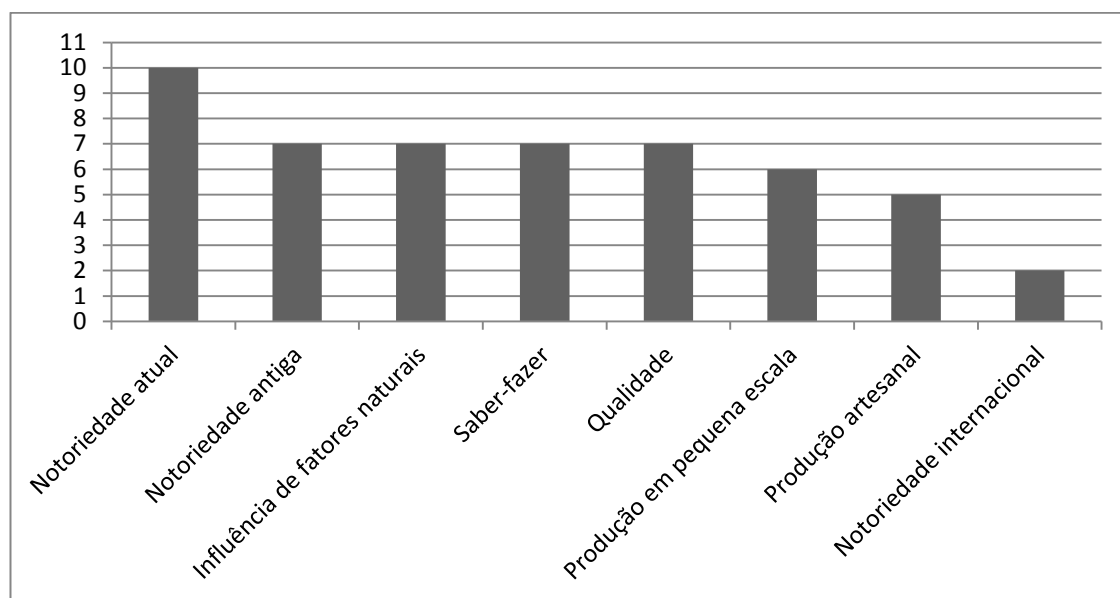


Figura 33- Fatores diferenciadores dos produtos com indicação geográfica reconhecida ou em processo de reconhecimento.

A maior parte dos produtos, 55%, adquiriram notoriedade há mais de 50 anos, sendo que, destes, 57% a alcançaram há um período de tempo superior a 1 (um) século; 36% conquistaram notoriedade mais recentemente, há menos de 30 anos, e dentre estes, a metade alcançou o reconhecimento somente na última década; 9% obtiveram notoriedade em um espaço temporal intermediário, entre 30 e 50 anos (Figura 34).

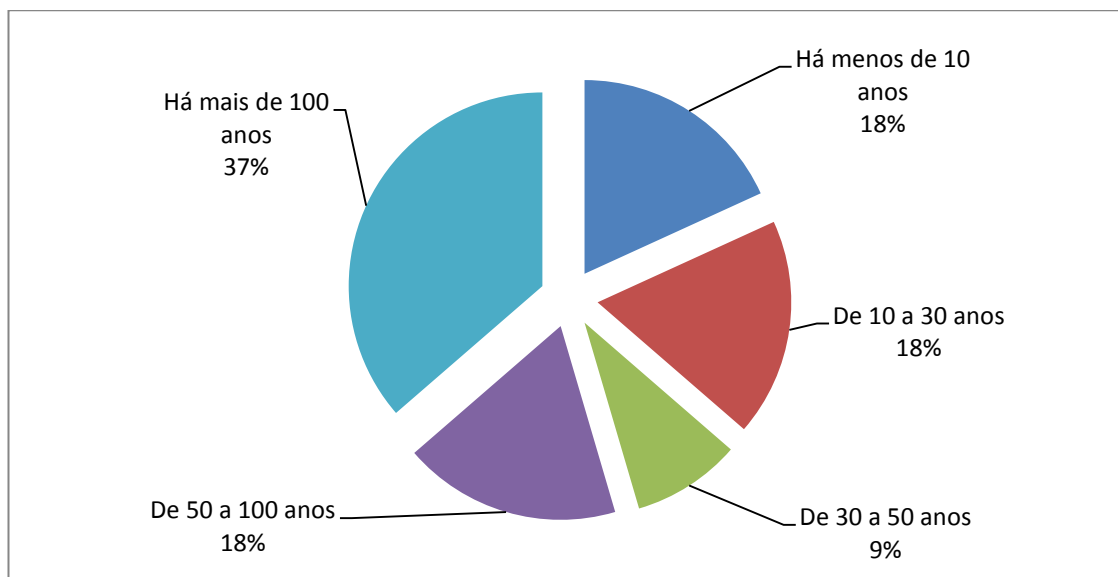


Figura 34- Início da notoriedade dos produtos com indicação geográfica reconhecida ou em processo de reconhecimento.

Várias foram as formas utilizadas para comprovar a notoriedade das regiões reconhecidas ou em processo de reconhecimento como indicação geográfica (Figura 35). Dados econômicos, como o histórico de arrecadação de ICMS sobre comercialização do produto para ilustrar a importância econômica do produto na região, índice comparativo de preços, demonstrando o valor agregado dos produtos, entre outros, foram utilizados por todas as entidades, assim como a reunião de reportagens de jornais e revistas de diferentes âmbitos de circulação sobre os produtos em questão.

Documentos antigos, registros oficiais e livros foram também bastante utilizados na comprovação da notoriedade dos produtos, assim como fotografias, antigas e atuais, e entrevistas com agentes locais (moradores, produtores, comerciantes). Relatos e lendas e até mesmo poemas foram utilizados por cinco entidades, mesmo número que utilizou a premiação em concursos de qualidade para comprovar a boa fama dos produtos. A presença de festas tradicionais do produto na respectiva região e de cursos superiores voltados para a elaboração dos produtos em questão foram outros meios utilizados nesta etapa do processo de reconhecimento.

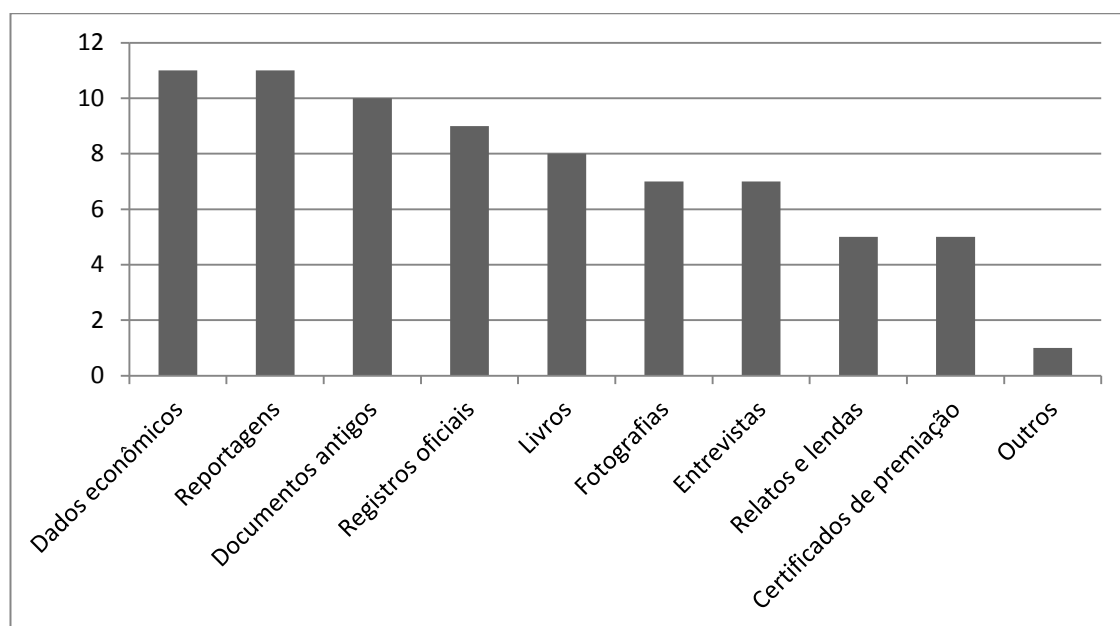


Figura 35- Meios utilizados na comprovação da notoriedade dos produtos.

Metade dos que responderam o questionários afirmou encontrar dificuldade no levantamento histórico e cultural da região. Destes, 80% declararam que o tempo dispendido no processo foi a causa da dificuldade, uma vez que a pesquisa realizada em bibliotecas, principalmente de documentos antigos, que não podem ser retirados do recinto e nem fotocopiados, é um trabalho árduo e que absorve algum tempo. A entrevista com agentes locais também foi apontado como um trabalho que demanda tempo, apesar de relativamente fácil, uma vez que estes se mostraram bastante colaborativos. Os 20% restantes declararam que a ausência de material (documentos, livros) foi a causa da dificuldade encontrada no levantamento histórico e cultural da região.

Em 72,7% dos casos, houve o auxílio de profissionais na comprovação da notoriedade, como historiadores, escritores, jornalistas e geógrafos, mas em alguns casos, os próprios integrantes da Associação ou moradores locais foram os principais responsáveis pela reunião dos documentos. O SEBRAE se revelou importante nesta etapa, ao contratar consultores em 36% dos casos para realizar o levantamento histórico e cultural das respectivas regiões. O IPHAN se revelou como uma instituição muito útil durante esta etapa, tendo constituído uma boa fonte de consulta pelos responsáveis pelo levantamento histórico e cultural das regiões de Serro, Canastra e Paraty. Nesta última região houve consultas também ao Instituto Histórico e Artístico de Paraty.

É importante destacar que os Queijos do Serro e da Serra da Canastra, juntamente com aqueles produzidos na Serra do Salitre, são, inclusive, protegidos como

Patrimônio Imaterial, sendo o modo de produção desses queijos registrado como um bem no Livro de Registro dos Saberes do IPHAN.

Um número expressivo dos entrevistados, 91%, responderam que existem características naturais do meio geográfico que influenciam a qualidade do produto. É interessante notar que, apesar desse resultado, somente o Litoral norte gaúcho possui DO reconhecida e apenas o Vale dos Vinhedos⁵ e a Região Cerrado Mineiro⁶, que já possuem IP registrada, buscam o reconhecimento da DO.

Como o ilustrado pela Figura 36, o clima foi o fator natural mais citado, seguido pelo solo, vegetação e relevo, respectivamente.

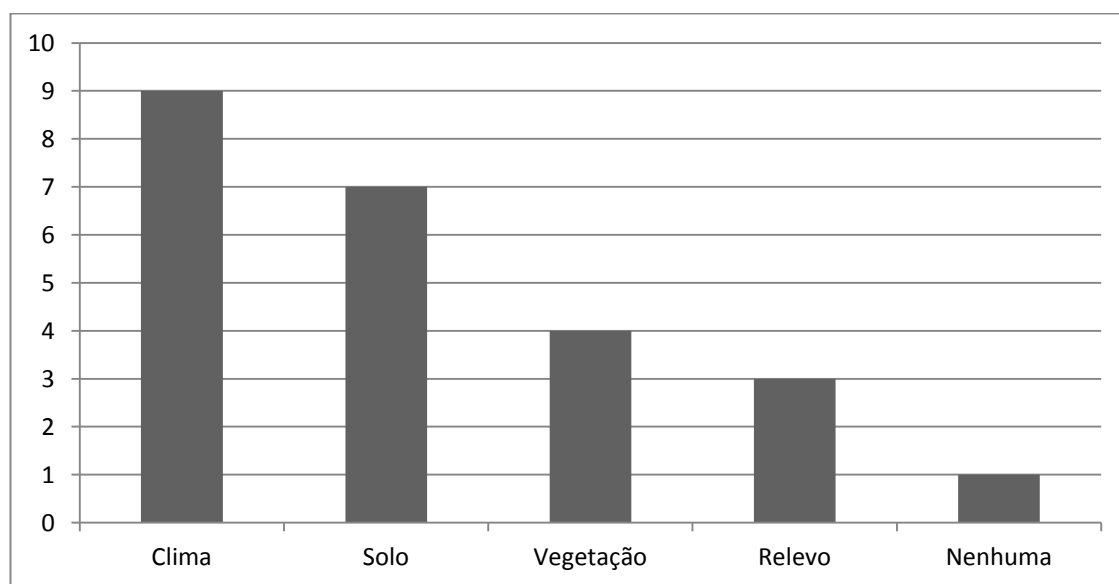


Figura 36- Fatores naturais que influenciam a qualidade dos produtos.

Vários foram os fatores humanos citados como fonte de diferenciação dos produtos: a tradição na produção, isto é, o modo de elaboração que passa de geração em geração praticamente sem se alterar, a utilização de certas variedades de matéria-prima e algumas peculiaridades no modo de produção, como a colocação do “pingo” nos queijos do Serro e Canastra e o tempo de maturação do produto neste último caso.

⁵ Pedido de registro depositado em 16 de agosto de 2010, sob o número IG201008. Requereu somente proteção à apresentação nominativa.

⁶ A Federação dos Cafeicultores do Cerrado, apesar de ter entrado com o pedido de registro de DO (IG201011) não foi pesquisada no que diz respeito a essa espécie de IG, uma vez que o pedido foi depositado em 11 de novembro de 2010, quando o estudo já estava em estágio avançado. Ressalva-se que a denominação a ser protegida é “Cerrado Mineiro” e não “Região do Cerrado Mineiro” como a IP anteriormente registrada. Requereu apresentação mista.

Estes, juntamente com os fatores naturais, são aqueles responsáveis pela relação entre produto e meio geográfico que caracterizam uma DO. No entanto, de acordo com as entrevistas realizadas, a comprovação da influência destes fatores naturais e humanos foi realizada apenas em 3 (três) casos. Primeiro porque grande parte tem reconhecida, ou busca reconhecimento, da modalidade “indicação de procedência” que não requer este tipo de prova. Segundo porque como já foi discutido anteriormente, parece provável que o país carece ainda de pesquisas que comprovem cientificamente a relação produto e meio geográfico.

No caso da única região brasileira com denominação de origem reconhecida pelo INPI, o Litoral Norte gaúcho, a comprovação se deu através de um estudo realizado por uma equipe da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) liderado pelo professor Carlos Nabinger, que também foi responsável pela delimitação da área. Segundo Nabinger (2007 apud CERDAN, 2009), os estudos mostraram que condições climáticas específicas, ligadas à proximidade do Oceano Atlântico e de uma grande lagoa (Lagoa dos Patos), induzem o desenvolvimento de uma estrutura de grão de arroz bastante peculiar.

No caso do Vale dos Vinhedos, como o pedido está ainda tramitando no INPI, não há informações divulgadas sobre a comprovação do *terroir* nos vinhos e espumantes da região. No entanto, sabe-se que a comprovação se baseou em estudos realizados por equipes multidisciplinares de entidades parceiras, a saber: EMBRAPA Uva e Vinho, EMBRAPA Clima Temperado, UFRGS e UCS (Universidade de Caxias do Sul).

Quanto à terceira entidade que revelou ter feito a comprovação da relação entre o produto e o meio geográfico, a região da Canastra, esta foi feita através de artigos científicos e dissertações, frutos de trabalhos desenvolvidos pela equipe da professora e pesquisadora Célia Lúcia Fernandes (UFV), e estudos realizados pela EMATER. Deve-se ressaltar que, neste caso, a solicitação feita junto ao INPI é de indicação de procedência, o que desobriga o requerente de apresentar tais provas.

Nota-se, desta forma, a importância de instituições de pesquisa para o desenvolvimento das denominações de origem no Brasil.

As principais dificuldades apontadas na comprovação da relação produto-meio geográfico foram os custos elevados, o tempo despendido na realização das pesquisas (que pode chegar a vários anos), a necessidade da formação de equipe multidisciplinar e ao desconhecimento inicial dos fatores responsáveis pelas características especiais do produto daquela região.

3.7 Controle de uso da indicação geográfica

É uma exigência do INPI, formalizada na resolução nº 75/00, que o pedido de registro da IG contenha elementos que comprovem a existência de uma estrutura de controle sobre os produtores ou prestadores de serviços que tenham o direito ao uso exclusivo da IG, bem como sobre o produto ou a prestação do serviço distinguido com a indicação de procedência.

No entanto, o que se observa é que nos pedidos encaminhados no INPI nem sempre é estabelecido como será realizado esse controle. Apenas é mencionado que os produtos e seu processo de elaboração sofrerão controles ou fiscalização determinados pelo Conselho Regulador. Uma entidade requerente, por esse motivo, não respondeu as questões relacionadas à forma de controle dos produtos e produtores.

Como ilustra a Figura 37, o conselho regulador de 83,3% das entidades titulares da IG é composto por representantes de elaboradores e/ou beneficiadores do produto. No caso dos produtos processados, como cachaça e vinhos, os produtores são os próprios titulares da IG. Já no caso do arroz e da carne, os beneficiadores não são legalmente os titulares da IG, mas participam do conselho regulador.

É notável também a participação das instituições de ensino e pesquisa (universidades) na composição dos conselhos reguladores das entidades pesquisadas. As instituições de apoio, aqui compreendidas as empresas de assistência técnica e extensão rural (como a EMATER), empresas de pesquisa (EMBRAPA, por exemplo), além de instituições como o SEBRAE, o próprio INPI e fundações de maneira geral. A presença destas instituições é de suma importância pelo conhecimento técnico e científico que possuem e por sua imparcialidade.

Em 50% dos casos, produtores de matéria-prima fazem parte do Conselho Regulador. Cabe ressaltar que somente nos casos em que produtores de matéria-prima são os titulares da IG ou quando a matéria-prima é o próprio produto protegido pela IG (como o café da Região do Cerrado Mineiro), a categoria é representada no Conselho Regulador, o que revela o papel secundário relegado a estas classes na gestão das IGs. Cabe ressaltar, porém, que existem casos em que a matéria-prima é proveniente das próprias unidades produtivas do produto final. Nestas situações, os processadores do produto são também os produtores de matéria-prima.

Instituições ligadas ao produto, como as associações de raças (*Angus* e *Hereford*) e o Instituto Rio-Grandense do Arroz (IRGA) possuem membros no conselho

regulador das IGs do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional e do Litoral Norte Gaúcho, respectivamente.

Por último, 33% dos conselhos reguladores das IGs já registradas possuem representantes de consumidores e 17% têm membros ligados ao setor varejista (comerciantes) e profissionais liberais.

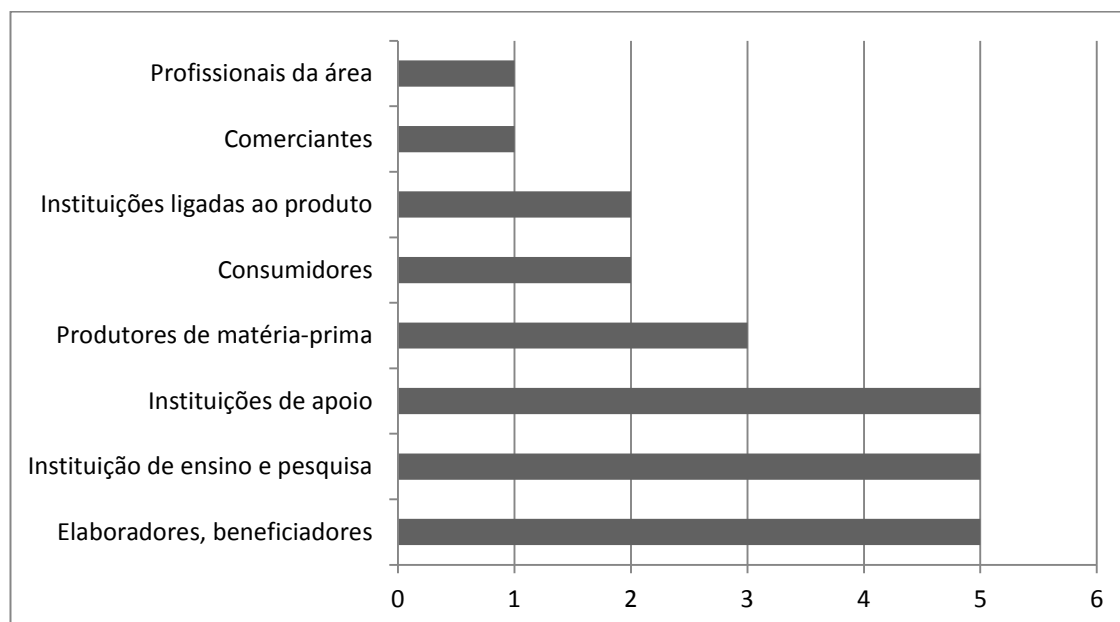


Figura 37- Constituição do conselho regulador das indicações geográficas concedidas pelo INPI.

De acordo com as entidades requerentes entrevistadas, ainda não está decidido quais categorias participarão do conselho regulador. No entanto, estima-se que o conselho será composto de representantes de processadores do produto, comerciantes, consumidores e instituições de apoio.

Três entidades, que representam 37,5% do total, afirmam que pelo menos parte da matéria-prima poderá ser proveniente de áreas externas à delimitada pela IG. Destas, 1 (uma) afirmou que estas matérias-primas estarão sujeitas a um auto-controle, uma (1) declarou que não há nenhum controle e a outra nada informou a respeito deste item.

Como pode-se visualizar pela Figura 38, a declaração da quantidade de produto é a principal forma de controle de produção, tendo sido mencionada por 87,5% das entidades pesquisadas. A declaração da colheita da matéria-prima como forma de controlar a quantidade produzida foi citada por metade dos entrevistados e o registro documentado das áreas destinadas à produção de matéria-prima foi mencionado por 37,5% das entidades. O controle visual é realizado por 25% das entidades pesquisadas e a mesma porcentagem utiliza outros meios como, por exemplo, o controle dos

estabelecimentos processadores e controles entre elos da cadeia (controle de entrega, de recebimento, de beneficiamento). A declaração de resíduos produzidos foi citada por 12,5% das entidades como uma das formas de controlar a quantidade produzida e 12,5% afirmaram não realizarem nenhum tipo de controle relacionado à quantidade de produto final elaborado.

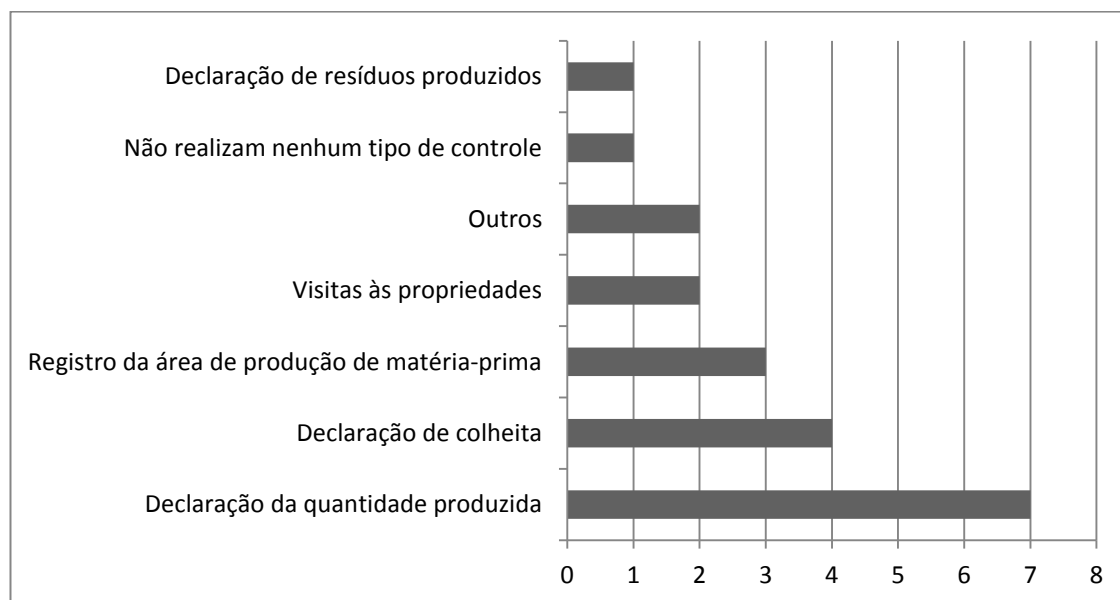


Figura 38- Formas de controle das quantidades produzidas nas regiões com indicação geográfica.

Quanto aos controles operacionais no processo produtivo, 62,5% das entidades declararam realizar algum tipo de controle do processo de elaboração do produto; 37,5% realizam algum controle de qualidade na matéria-prima; a mesma porcentagem declarou controlar etapas posteriores à elaboração propriamente dita, como maturação (em queijos, por exemplo), envelhecimento (no caso de bebidas) ou secagem (caso de matérias-primas como arroz ou café); 37,5% afirmaram controlar o manejo de pragas ou a sanidade dos animais; a mesma porcentagem declarou controlar a comercialização dos produtos (Figura 39).

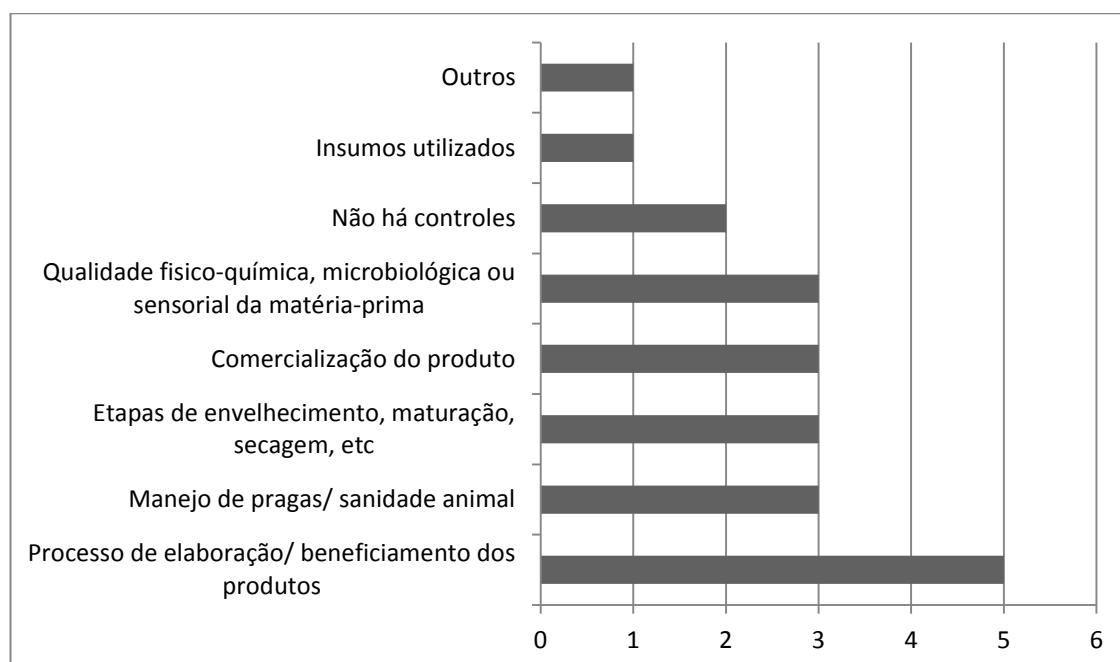


Figura 39- Controles operacionais no processo produtivo.

Vale ressaltar que devido a dificuldades operacionais, alguns itens, embora previstos no regulamento como passíveis de controle, na prática este não é realizado, como é o caso do manejo alimentar de animais, principalmente no caso de estes serem criados de forma extensiva.

Visando garantir a qualidade de seus produtos, todas as entidades pesquisadas declararam realizar (no momento ou futuramente) algum tipo de análise no produto final. Como o ilustrado pela Figura 40, as análises físicos, químicas e sensoriais são as mais comuns, tendo sido verificadas em 41% dos casos. Apenas a análise física ou química é realizada em 25% nos produtos com IG pesquisados e 17% realizam além das análises físicas ou químicas e sensoriais, também análises microbiológicas. Outras análises, como a de isótopos de carbono para detectar fraudes em vinhos, foram também citadas por 17% das entidades. No caso da carne, o produto também é submetido à inspeção no frigorífico por veterinários responsáveis, conforme estabelecido pela legislação brasileira.

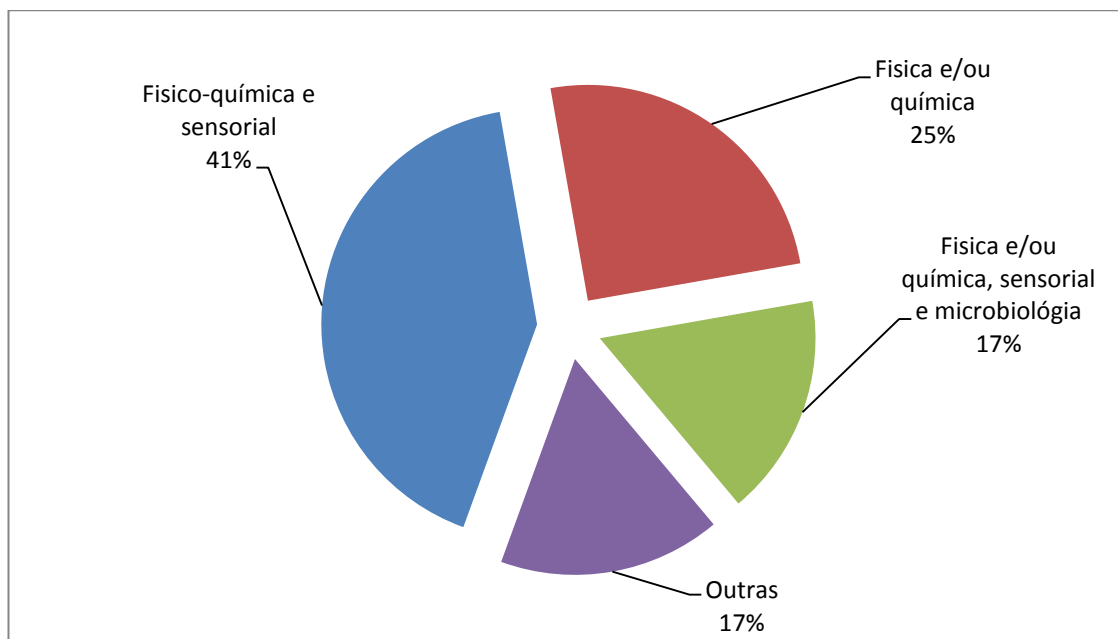


Figura 40- Análises realizadas nos produtos finais.

As análises são normalmente realizadas a cada lote produzido, no final da safra ou anualmente, mas em um dos casos são feitas diariamente. Também há um caso específico em que são realizadas análises também imediatamente antes do produto ser comercializado.

A maioria das análises é realizada por laboratórios autorizados pelo conselho regulador, mas universidades e instituições como a EMBRAPA são as responsáveis em alguns casos. Em uma das situações as análises são feitas em laboratórios da própria associação e em outra situação são realizadas na própria unidade beneficiadora dos produtos.

Grande parte das entidades (75%) afirma que os produtos protegidos seguem padrões de qualidade mais rígidos que a legislação brasileira, determinados pelo conselho regulador. Apenas 1 (uma) entidade declarou que segue a legislação brasileira e outra seguia as normas e padrões de certificação do Programa Mineiro de Incentivo à Certificação de Origem do Café – CERTICAFÉ. No entanto, como já foi mencionado, a entidade que têm a tutela da IP da região do Cerrado Mineiro atualmente segue outro programa de certificação para o uso da marca, estando o selo da IP em desuso no momento.

Na maioria dos casos, 71,4% do total, o controle de qualidade dos produtos é realizada mediante a coleta de determinado número de amostras do lote candidato ao selo da IG por uma comissão designada pelo conselho regulador para essa finalidade. No entanto, há situações específicas. Em uma destas, o produtor é responsável pelo

envio da amostra que será analisado nos laboratórios credenciados pela entidade titular que emitirá um laudo prévio sobre a qualidade do produto. No entanto, um técnico credenciado também coletará amostras destes lotes antes da lacração que serão novamente avaliados por laboratórios credenciados que emitirão, por fim, o laudo de classificação do produto, quanto aos padrões pré-determinados. Há outra situação em que a indústria beneficiadora é quem realiza os ensaios e efetua os devidos registros, mas o Conselho Regulador certificará se o número de amostras estabelecidas pela indústria beneficiadora, bem como o padrão de amostragem e os tipos de ensaios realizados são suficientes para garantir a conformidade do produto no mercado.

De acordo com o levantamento, não há certificação externa da qualidade dos produtos em 62,5% das situações. No restante dos casos, a certificação é realizada por programas estaduais a serem realizados pelo IMA. Nenhuma das entidades declarou haver controle externo do Regulamento de Uso.

No entanto, vale ressaltar que o café da Região do Cerrado Mineiro possui um sistema de certificação da marca coletiva “Café do Cerrado” que engloba não somente a certificação do produto, mas também a das propriedades cafeicultoras. Tal programa deverá ser seguido no caso da aprovação pelo INPI do pedido de DO solicitado pela Federação dos Cafeicultores do Cerrado.

Ainda no que diz respeito a certificações, a Cachaça de Paraty vem buscando adequar a produção aos padrões estabelecidos pelo INMETRO através Portaria nº 126/05 que aprova a regulamento de avaliação da conformidade da cachaça, para fins de certificação (INMETRO, 2005). Por último, a região do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional pode vir a conquistar, em médio prazo, um selo de qualidade ambiental, já que as práticas previstas no Regulamento de Uso da APROPAMPA vão de encontro àquelas de conservação da biodiversidade local.

Segundo o levantamento realizado, não há órgão no Brasil que verifica e controla a atuação do Conselho Regulador das indicações geográficas. Este resultado já era esperado, uma vez que não é previsto pela Resolução nº 75/00 do INPI este tipo de controle. Cabe a ressalva que ocorre isto com todos os outros ativos intangíveis concedidos pelo INPI.

Na Europa, como já foi mencionado no estudo comparativo da legislação da UE e a brasileira, a responsabilidade da verificação do cumprimento do caderno de especificações, denominado Regulamento de Uso pelo INPI, é de autoridades

competentes e/ou de organismos de certificação autorizados por tais autoridades e que cumpram as exigências determinadas pela UE ou pela ISO⁷.

Por exemplo, na Itália a autoridade competente para verificar o cumprimento das normas estabelecidas no caderno de especificações é o Ministério de Políticas Agrícola, Alimentar e Florestal, através do Departamento de políticas para o desenvolvimento econômico e rural. Em Portugal a responsabilidade é do Gabinete de Planeamento e Políticas, dentro da estrutura do Ministério da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e das Pescas. Na Espanha a autoridade competente, em âmbito federal, é o Ministério da Agricultura, Pesca e Alimentação, na Diretoria Geral da Indústria Agroalimentar e Alimentação, mas em cada comunidade autônoma (semelhante aos estados no Brasil) existe o órgão responsável. Na França existe órgão específico responsável pela execução da política francesa relativa aos produtos com selos oficiais de identificação de origem e qualidade, dentre os quais o de AOC: o Instituto Nacional de Origem e Qualidade (INAO), órgão público integrante do Ministério da Agricultura e da Pesca. Além deste órgão, é também responsável o Ministério da Economia, Finanças e da Indústria através da Diretoria geral da concorrência, do consumo e da repressão as fraudes, que verifica a conformidade, lealdade e segurança dos selos de qualidade, dentre eles o de AOC, visando a proteção dos consumidores.

Ressalta-se que na Europa somente é possível o registro de indicações geográficas de produtos agropecuários.

O levantamento realizado junto às entidades titulares e requerentes das IGs revelou que em nenhum dos casos há limites de selos da indicação geográfica por produtor, sendo que número de selos corresponde a produção de cada associado. Em 75% dos casos o controle na distribuição de selos é realizado através da numeração impressa nestes. O código de barras é o meio utilizado por 12,5% das entidades e as 12,5% restantes ainda não determinaram como o controle será efetuado.

A maioria das entidades, 37,5% delas, afirmou que a rastreabilidade do produto no mercado consumidor é, ou será, realizada através de um código determinado, 12,5% por meio da nota fiscal, 25% por outros meios como número de lote ou numeração dos selos. Os 25% restantes não responderam a essa questão.

Somente a APROPAMPA afirmou que os consumidores têm acesso a rastreabilidade do produto através do site da associação (Figura 41). A marca Café do Cerrado, como ilustra a Figura 42, também permite essa opção para os consumidores,

⁷ A lista das autoridades competentes na UE é disponibilizada no seguinte endereço eletrônico: http://ec.europa.eu/agriculture/quality/schemes/compliance-authorities_en.pdf

no entanto, o sistema de controle adotado pela IP Região do Cerrado Mineiro, já ultrapassado, não previa esse tipo de informação. Duas entidades afirmaram que já se encontra em desenvolvimento um sistema de acesso à rastreabilidade através do site das respectivas associações.



Figura 41- Rastreabilidade do produto com IP acessível aos consumidores.
Fonte: APROPAMPA, 2011.



Figura 42- Rastreabilidade do produto da marca Café do Cerrado acessível aos consumidores.
Fonte: CAFÉ DO CERRADO, 2011.

Os registros relacionados ao sistema de controle das IGs ficam arquivados normalmente na sede da entidade titular da IG que também é, na maioria das vezes, a sede do conselho regulador. É importante ressaltar que nem todas as entidades possuem

espaço próprio e, por isso, há casos em que os documentos ficam arquivados nas residências dos próprios membros da associação. Mas em todos os casos, as entidades se prontificaram a disponibilizar os documentos para a consulta de consumidores de forma em geral.

A Figura 43 ilustra os tipos de sanções mais comumente propostas para fins de punição àqueles que adotam práticas não conformes àquelas estabelecidas.

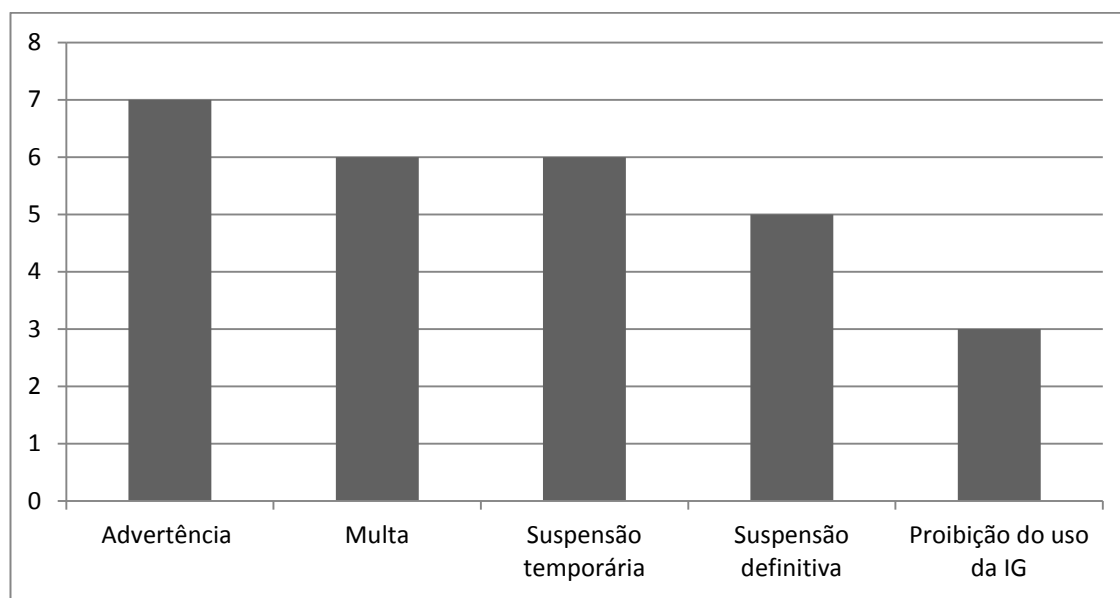


Figura 43- Penalidades para as possíveis infrações cometidas pelos associados.

Como podemos observar, a advertência por escrito é uma prática comum a todas as entidades que responderam a questão. Multa e suspensão temporária foram punições mencionadas por 86% destas, suspensão definitiva por 71% e proibição do uso da indicação geográfica por 42% das entidades.

3.8 Resultados observados pelas entidades titulares após o registro da indicação geográfica no INPI

Como ilustrado na Figura 44, das entidades titulares pesquisadas, 75% declararam que houve aumento do número de produtores (elaboradores do produto final) na região após o reconhecimento da indicação geográfica, sendo que 50% afirmaram que o aumento foi de até 25% e uma afirmou ter o número de produtores aumentado mais de 75%.

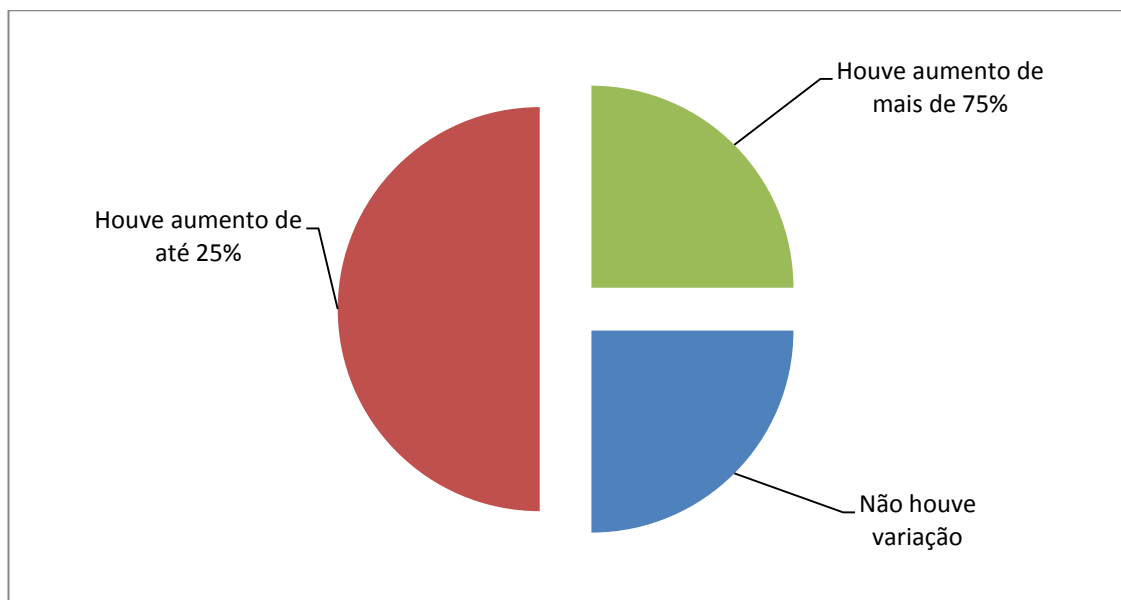


Figura 44- Variação do número de produtores da região após reconhecimento da IG.

Deve-se destacar, no entanto, que somente uma entidade acredita que esse aumento no número de produtores na região esteja intimamente relacionado ao reconhecimento da IG.

Não houve variação do número de produtores de matéria-prima em duas das três regiões pesquisadas; em uma delas houve aumento de até 25%, mas o entrevistado declarou não acreditar que este aumento esteja diretamente relacionado ao reconhecimento da IG. No caso da região do Cerrado Mineiro essa questão não se aplica, pois o grão de café já representa o produto final.

Na metade das entidades que responderam ao questionário houve aumento de até 25% no número de associados; um quarto delas declarou que houve aumento de mais de 75% ; uma entidade afirmou que não houve aumento no número de integrantes na associação (Figura 45). Apesar do aumento de associados observado em 75% das entidades, apenas 25% delas acredita que tal variação ocorreu devido ao reconhecimento da IG.

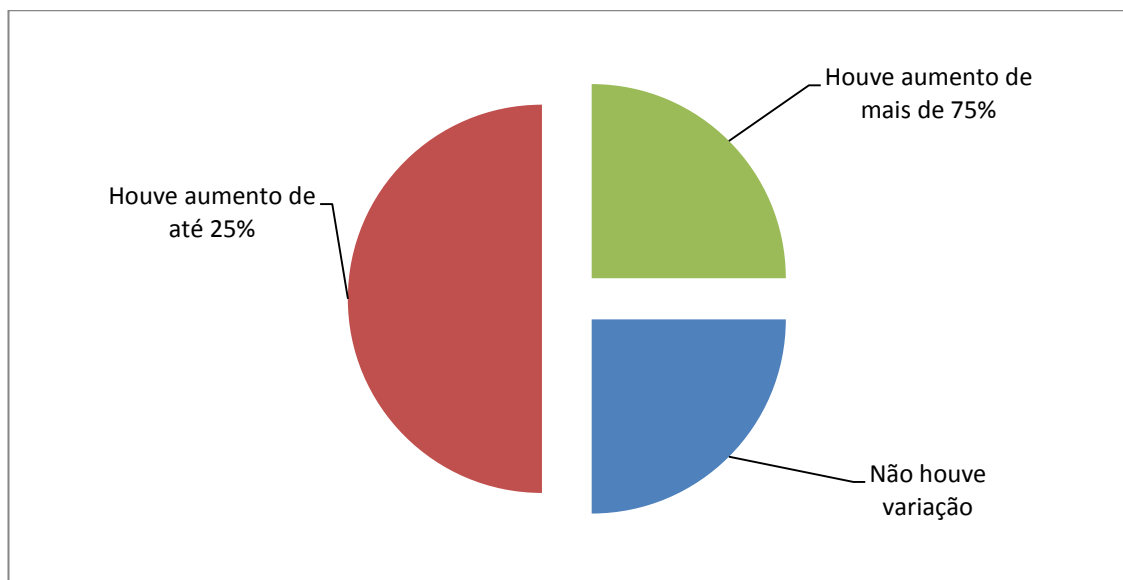


Figura 45- Variação no número de associados à entidade titular da indicação geográfica.

Com relação ao número de marcas com o selo da IG e à quantidade produzida, metade das associações declarou não ter havido variação com o tempo e outra metade afirmou ter havido um aumento de até 25% em ambos, na região protegida pela IG.

Como ilustra a Figura 46, metade das entidades declarou que houve aumento de até 25% na demanda do produto após o reconhecimento da IG e acreditam que essa variação positiva foi decorrida do registro da indicação no INPI; 25% afirmaram que não houve variação e 25% afirmaram que houve redução na demanda, mas que esta queda não se deveu ao reconhecimento da IG e sim ao cenário econômico do país.

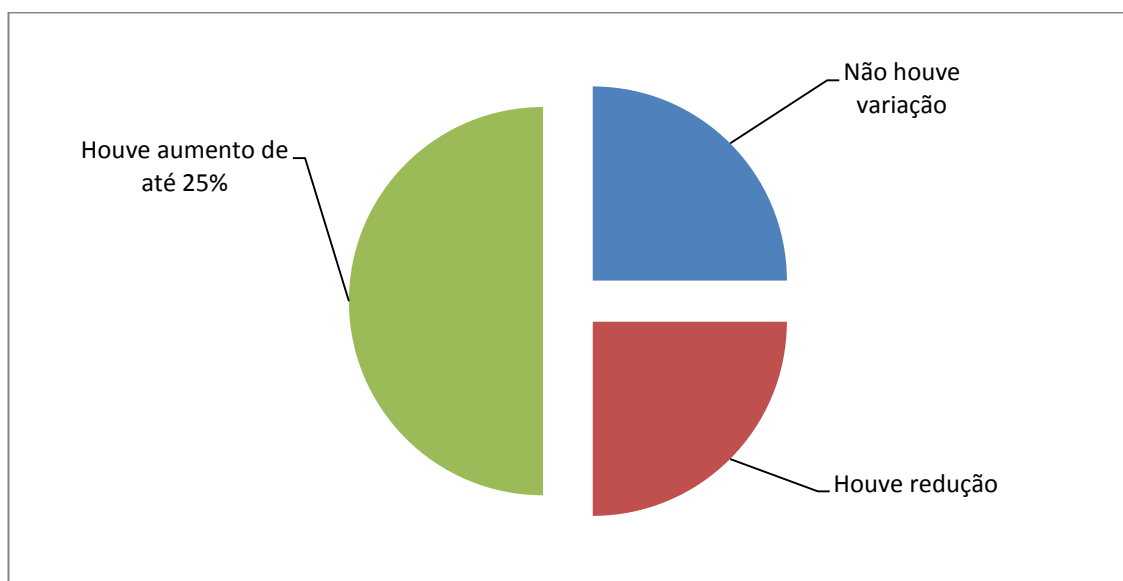


Figura 46- Variação na demanda do produto após o reconhecimento da indicação geográfica.

Todos os entrevistados responderam que os produtos com indicação geográfica possuem preços superiores no mercado se comparados àqueles similares, produzidos na região, mas sem o selo, ou àqueles produzidos em outras regiões. Essa diferença nos preços varia de 10 a 227% dependendo do caso. No entanto, somente 25% das entidades pesquisadas acreditam que o maior valor agregado se deva exclusivamente ao selo da IG. A maioria acredita que os produtos possuem preços mais elevados no mercado por apresentarem qualidade diferenciada e não porque possuem o selo. O representante de uma associação observou, no entanto, que pode ter sido o reconhecimento da IG que tenha motivado a melhoria qualitativa nos produtos, culminando na produção de bens diferenciados. Uma das entidades afirmou que apesar dos produtos da região protegida pela IG apresentar preços entre 18 e 32% superiores aos demais no mercado, os produtores de matéria-prima, titulares da IG, recebem somente 3% a mais que os demais, mas que essa diferença é, sim, devida ao produto ser proveniente da indicação geográfica. No entanto, no mercado, sempre foi observado preços superiores para produtos oriundos nessa região, devido à qualidade destes.

Todas as entidades afirmaram que houve melhoria na facilidade de comercialização dos produtos após o reconhecimento da indicação geográfica: 50% declarou que melhorou um pouco e o restante que melhorou bastante. A maioria (75%) declarou que acreditam que essa melhoria na comercialização de produtos esteja intimamente relacionada ao registro da IG no INPI. Das duas associações que exportam produtos, ambas declararam que houve aumento nas exportações: enquanto uma notou que o acréscimo foi pouco, a outra afirmou que as exportações aumentaram bastante. Esta última, inclusive, declarou que esse aumento considerável está intimamente relacionado a obtenção da indicação geográfica.

Apenas 25% das entidades observaram aumento, de até 25%, na geração de empregos diretos, apesar de não relacionarem este fato à obtenção do selo da IG. Os demais não verificaram aumento algum. No entanto, como o ilustrado na Figura 47, 75% notaram o incremento na criação de empregos indiretos: 50% observaram acréscimo de até 25% e 25% verificaram um aumento superior a 100%. Apesar desta constatação positiva, somente 25%, ou seja, uma única entidade, acredita que este aumento esteja intimamente relacionado com o reconhecimento da IG.

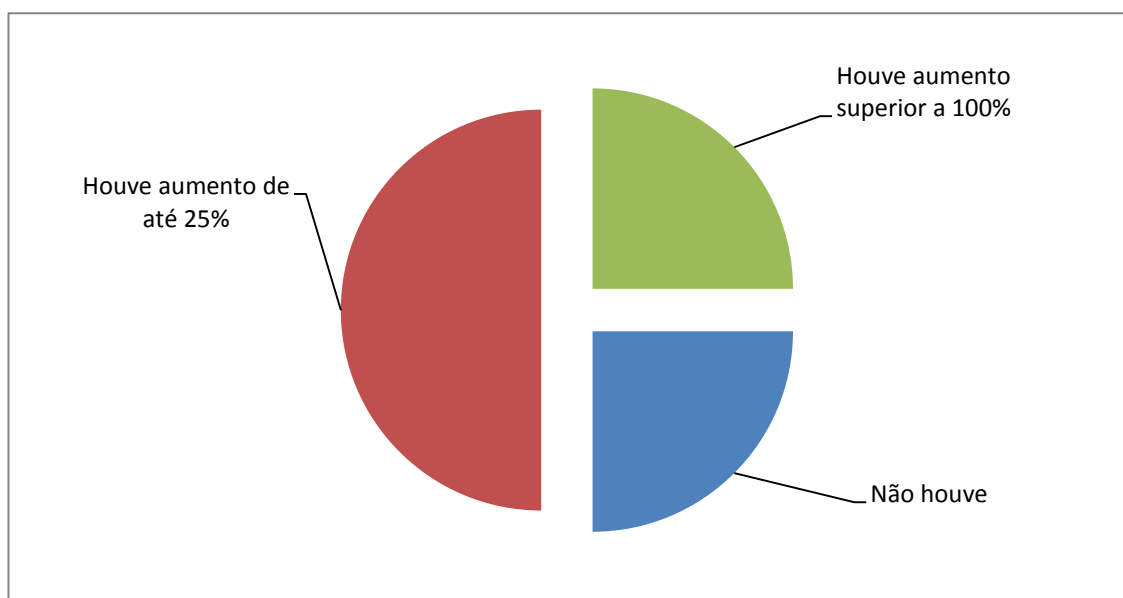


Figura 47- Variação da geração de empregos indiretos após o reconhecimento da indicação geográfica.

Grande parte das entidades (75%) verificou um aumento na renda de seus associados, de até 25%, no período que sucede a indicação geográfica, mas somente um terço deles acredita que o fato esteja intimamente relacionado ao reconhecimento da IG.

De acordo com a Figura 48, metade das associações afirmou ter havido um incremento nas atividades comerciais na região, como o surgimento de novos restaurantes, mercados, entre outros, no período pós-IG, apesar de apenas 25% acreditarem que foi devido ao reconhecimento junto ao INPI.

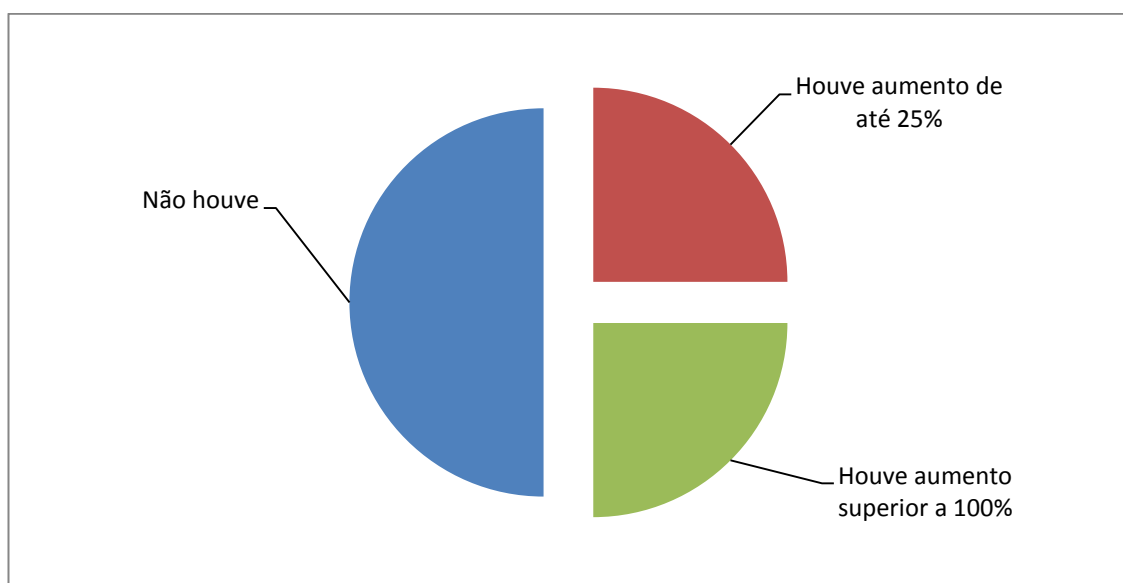


Figura 48- Incremento nas atividades comerciais da região após reconhecimento da indicação geográfica.

Todas as entidades pesquisadas acreditam que houve valorização dos terrenos na região no período que sucede o reconhecimento da IG, sendo que 75% (que corresponde a três associações) afirmam que o aumento foi inferior a 25% e uma declara que o aumento foi superior a 100%. Metade delas acredita que a valorização dos terrenos está intimamente relacionada à concessão do registro da IG pelo INPI.

Setenta e cinco por cento das associações consideram que o turismo foi, positivamente, um pouco afetado pelo reconhecimento da IG e 25% afirma que a atividade foi bastante e, positivamente, influenciada. Somente 25% dos entrevistados acreditam que não há relação forte entre o reconhecimento junto ao INPI e o incremento do turismo nas regiões de estudo.

De acordo com o apresentado na Figura 49, 75% das entidades acreditam que a qualidade dos produtos melhorou, sendo que 50% delas acreditam que esta melhoria foi pequena e 25% admitem que a qualidade melhorou bastante. Todas elas vêem este fato como fruto do reconhecimento da indicação geográfica. A APROVALE declarou, inclusive, que a melhoria da qualidade dos vinhos produzidos na região foi um dos maiores benefícios gerados pelo reconhecimento da IG. Por outro lado, uma associação declarou que a qualidade do produto permaneceu a mesma.

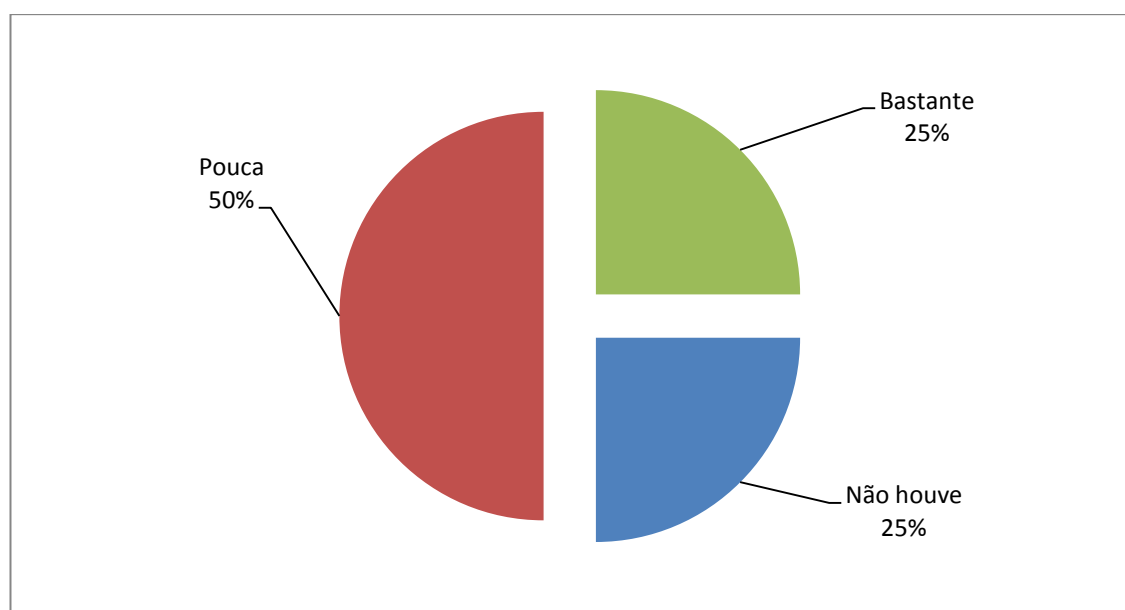


Figura 49- Melhoria na qualidade dos produtos após o reconhecimento da indicação geográfica.

A maioria das entidades afirma que o reconhecimento da IG contribuiu para o desenvolvimento regional de uma forma geral: duas delas (50% do total) acham que houve pouca e uma (25% do total) considera que houve muita contribuição (Figura 50).

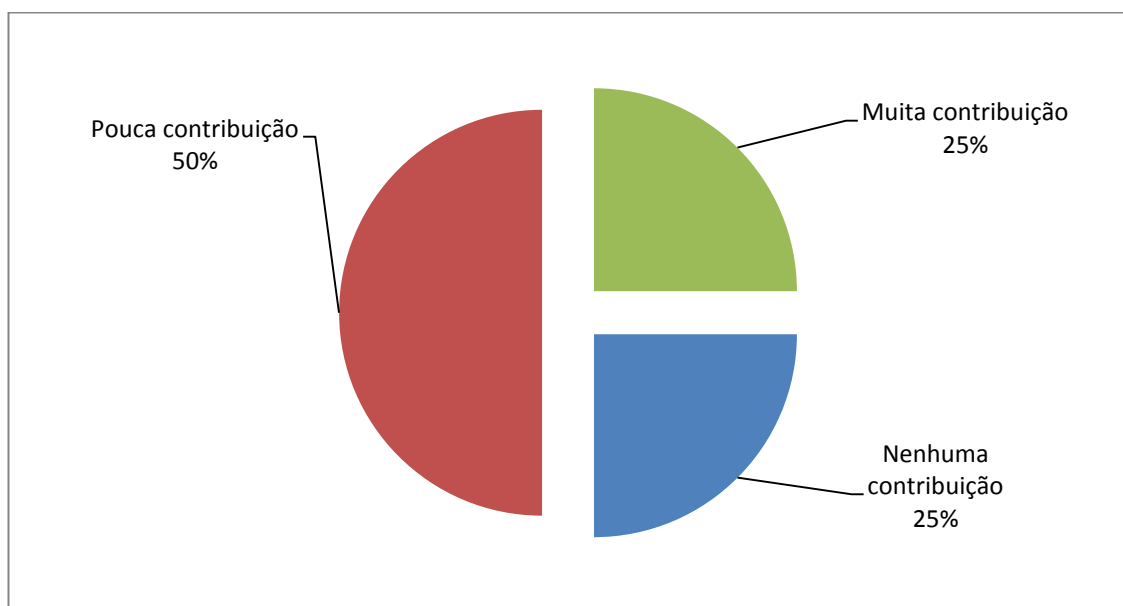


Figura 50- Contribuição do reconhecimento da indicação geográfica para o desenvolvimento regional.

Metade das entidades pesquisadas não acredita que o reconhecimento da indicação geográfica teve alguma implicação na biodiversidade das regiões protegidas, embora uma associação afirme que houve uma contribuição, ainda que pequena, nesse aspecto. O caso mais relevante, entretanto, é o da região do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional, cuja área delimitada, segundo Nabinger (1998 apud APROPAMPA, 2011), encontra-se dentro da área de maior proporção de campos naturais preservados do Brasil, um dos ecossistemas mais importantes do mundo. A APROPAMPA, entidade tutelar desta IG, afirma que o reconhecimento da IG não somente contribuiu bastante com a manutenção ou melhoria da biodiversidade regional, como este foi principal benefício alcançado com a concessão do registro pelo INPI. A região, inclusive, possui parceria com a ONG “Alianza del Pastizal”, que promove ações visando a conservação das pastagens nativas do Cone Sul da América do Sul.

O reconhecimento nacional da cadeia do café foi apontado pela Federação dos Cafeicultores do Cerrado como um benefício alcançado com a obtenção da indicação geográfica. A APROVALE também vê o reconhecimento da sociedade brasileira como um dos maiores ganhos do registro da IG no INPI. Neste mesmo sentido, a APACAP menciona a mídia espontânea gerada pelo reconhecimento da indicação geográfica “Paraty” como o segundo maior benefício gerado, atrás apenas do fortalecimento da organização dos produtores de aguardente de cana da região.

Todas as entidades afirmaram que os investimentos realizados em função da obtenção do registro da indicação geográfica junto ao INPI foram compensados pelos resultados obtidos e todas têm uma expectativa positiva a respeito do futuro das indicações geográficas no país.

3.9 Resultados esperados por entidades requerentes de registro de indicação geográfica no INPI

O principal benefício esperado diverge entre as entidades pesquisadas, como pode ser notado pela Figura 51, mas o aumento da demanda dos produtos prevalece neste contexto. Apesar da diversidade das respostas, nota-se um ponto de convergência entre elas: o fator econômico. Em 83% dos casos, o principal benefício esperado está diretamente relacionado aos possíveis ganhos financeiros com o reconhecimento da indicação geográfica: aumento na demanda, incremento do valor agregado, melhorias na comercialização dos produtos e aumento da renda dos associados.

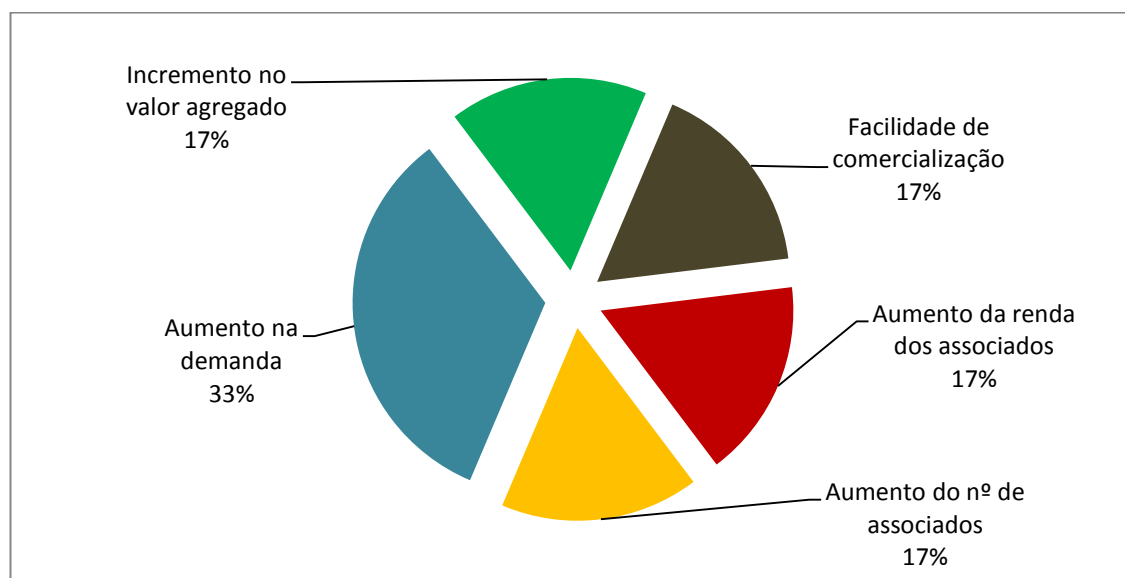


Figura 51- Principal benefício esperado pelas associações requerentes.

Em ordem prioritária, observa-se pela Figura 52 que os benefícios esperados em segundo lugar permanecem com um viés puramente econômico (incremento no valor agregado, aumento na produção e das exportações), mas já percebe-se a presença do fator sócio-econômico-cultural: o desenvolvimento sócio-econômico da região e a preservação das tradições.

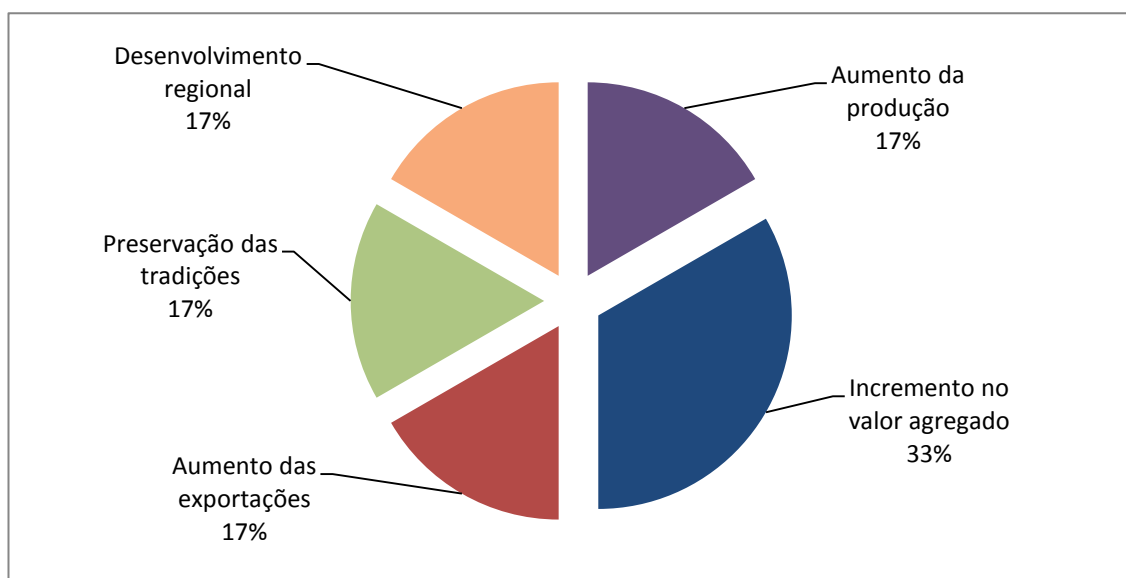


Figura 52- Segundo benefício mais esperado pelas associações requerentes.

Na sequência, observa-se que a expectativa de um desenvolvimento sócio-econômico permanece: são mencionados os itens valorização dos terrenos internos à região delimitada e o aumento do número de produtores, além dos outros já mencionados anteriormente (Figura 53).

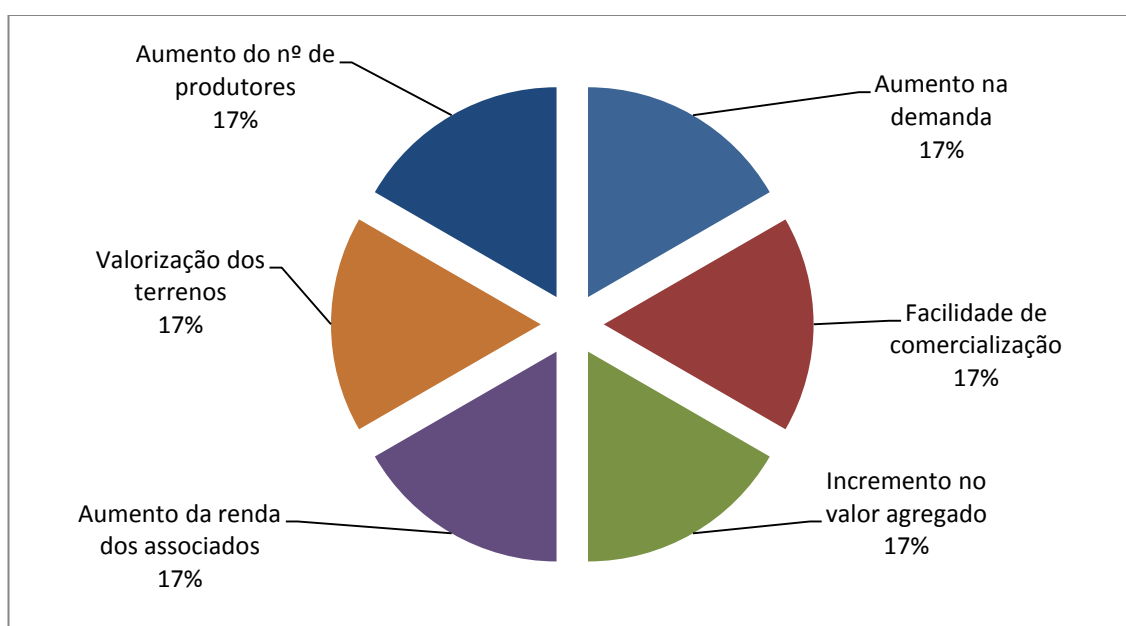


Figura 53- Terceiro benefício mais esperado pelas associações requerentes.

No entanto, de maneira geral, como pode ser observado na Figura 54, os benefícios mais comumente citados foram o aumento na demanda e melhoria na facilidade de comercialização dos produtos, ambos mencionados em 100% dos questionários respondidos. O aumento do valor agregado foi outro benefício esperado

por grande parte das entidades, 83% delas. A seguir, vem o aumento da renda dos associados, incremento no turismo regional, valorização dos terrenos no território das IGs e a preservação da tradição e cultura regionais, todos estes citados por 67% dos entrevistados. Metade das associações pesquisadas espera o aumento do número de associados, a melhoria da qualidade dos produtos e o incremento das atividades comerciais na região. Um terço tem expectativa de que haja aumento no número tanto de produtores quanto dos fornecedores de matérias-primas na região, aumento da produção e das exportações e preservação ou melhoria na biodiversidade da região. Por fim, 17% mencionaram a geração de empregos diretos e indiretos e o desenvolvimento sócio-econômico da região de uma forma em geral como resultados esperados com o reconhecimento de indicação geográfica nas regiões de estudo.

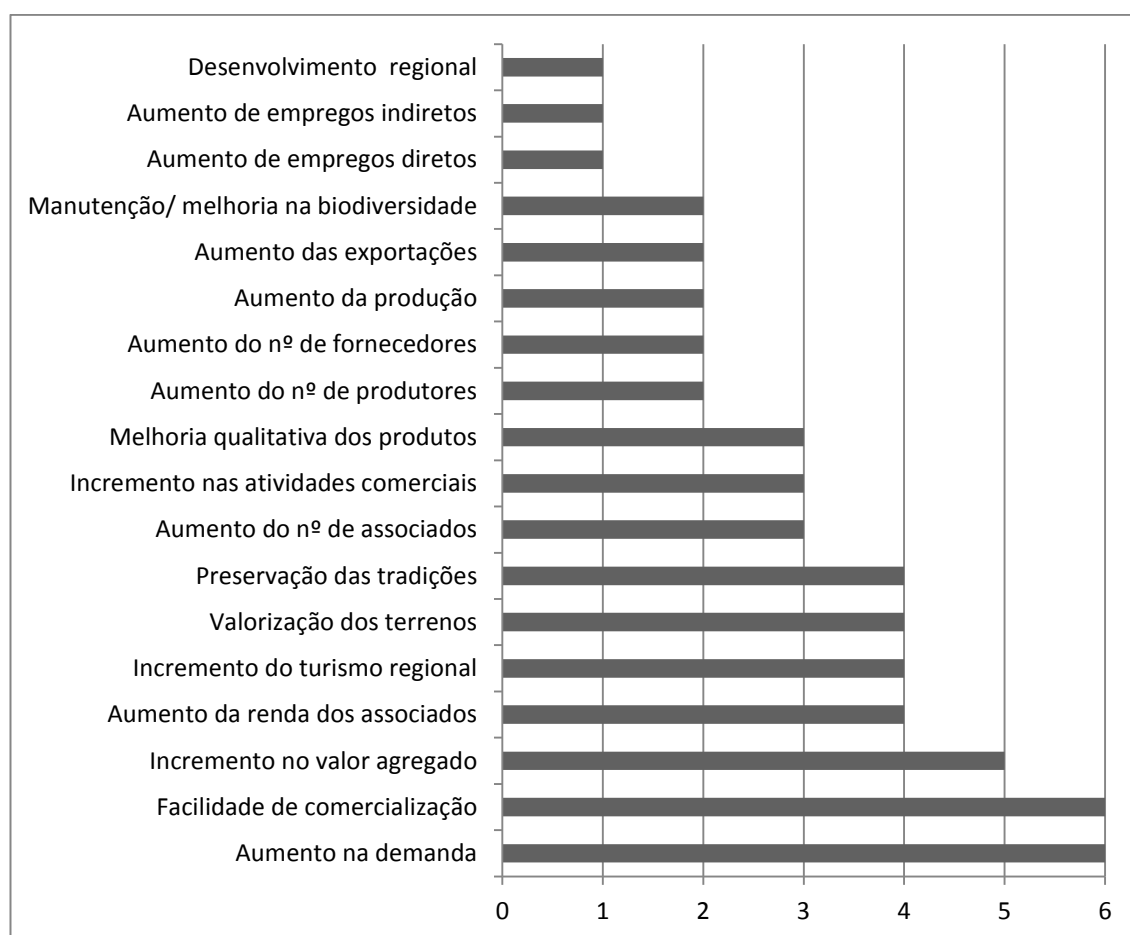


Figura 54- Benefícios esperados pelas entidades requerentes.

Todas as entidades manifestaram otimismo em relação ao futuro das indicações geográficas no Brasil.

3.10 Percepção das entidades requerentes e titulares de indicação geográfica em relação ao reconhecimento por parte dos consumidores

O fato de ter reconhecida e oficializada uma IG não é, automaticamente, garantia de que o “mercado” irá valorizar o produto. No entanto, essa valorização nem sempre diz respeito, necessariamente, ao preço; ela pode apresentar também características simbólicas (e subjacentes) que se expressam na valorização da imagem da região, no sentimento de orgulho de seus habitantes, entre outras expressões não econômicas (MAFRA, 2008).

Sessenta por cento das entidades requerentes acreditam que os consumidores brasileiros geralmente desconhecem o significado do termo “indicação geográfica”, mas 100% deles crêem que o mercado externo reconhece e valoriza produtos com indicação brasileira. A maioria dos titulares das IGs brasileiras (75%) acredita que menos de 10% dos consumidores brasileiros diferenciam os produtos com indicação geográfica no mercado. Uma associação é mais otimista ao pensar que de 10 a 25% dos consumidores do país percebem esta diferenciação.

Os dados da pesquisa realizada por Falcão (2008), com confrades de vinho, revelaram que o conhecimento auto-atribuído dos participantes sobre as indicações brasileiras e estrangeiras está entre um nível médio e alto. Além disso, os entrevistados consideram que a IG é um indicador de alta ou muito alta qualidade em vinhos e agrega confiança ao produto, devendo, portanto, ter preço diferenciado.

Uma pesquisa similar realizada por Brandão (2009), sobre as percepções do consumidor de carne com IG, apontou que 73,2% dos entrevistados não conheciam produto com IG, mas 43,8% declararam que comprariam carne com IG mesmo com preço maior. O estudo apontou que maioria dos consumidores de carne entrevistados associa produtos com IG a qualidade e consideram produtos com IG mais confiáveis.

Vale ressaltar, no entanto, o perfil dos entrevistados: em ambos os estudos, os consumidores têm alto nível de escolaridade e renda familiar elevada.

3.11 Dificuldades observadas pelas entidades titulares e requerentes durante o processo de reconhecimento

Como pode ser observado pela Figura 55, o excesso de burocracia no processo de reconhecimento foi apontado como a principal dificuldade encontrada por 37% dos entrevistados, a legalização dos produtores por 25%, a desorganização e a desmotivação dos produtores por 12,5%, cada um. A inexperiência e despreparo do órgão responsável pelo registro (INPI) foi outro entrave mencionado por 12,5% das entidades como o maior empecilho no processo de reconhecimento. Este parece ter se constituído um problema enfrentado especialmente pelas entidades pioneiras na busca pelo registro da IG.

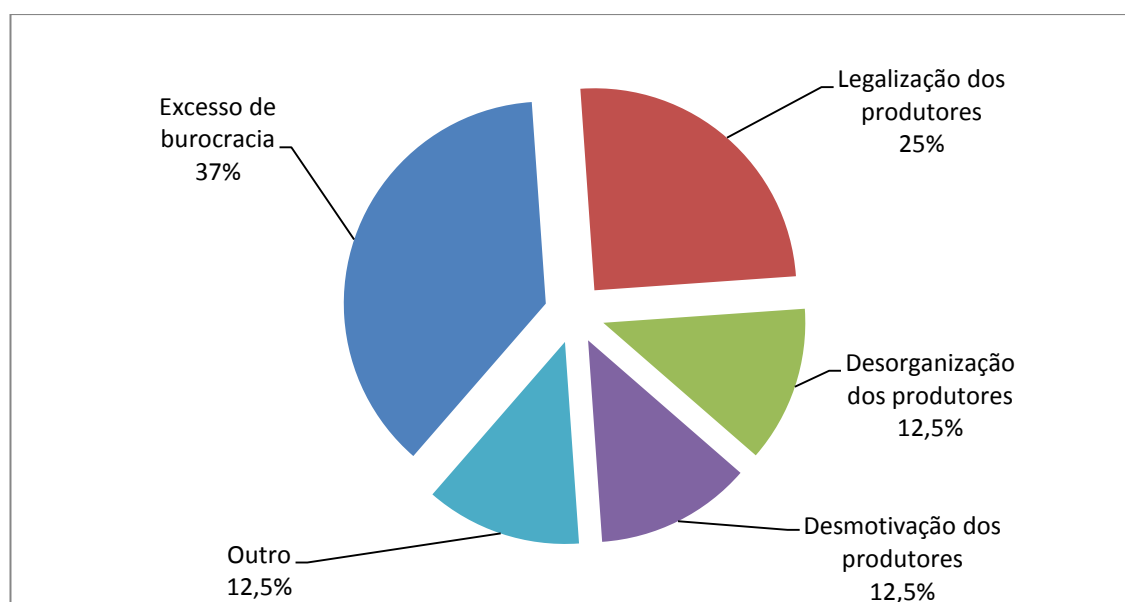


Figura 55- Principal dificuldade encontrada no processo de reconhecimento.

De maneira geral, as maiores dificuldades encontradas durante o processo de reconhecimento das indicações geográficas foram o excesso de burocracia, citado por 56% dos entrevistados, a legalização dos produtores, mencionado por 44% dos pesquisados, desorganização e desmotivação dos produtores, lembrados por 33% das entidades, falta de clareza na legislação sobre indicação geográfica e exigências consideradas desnecessárias, citadas por 22% dos respondentes e, por último, mencionadas por 11% dos entrevistados, os custos elevados e o despreparo do INPI (Figura 56).

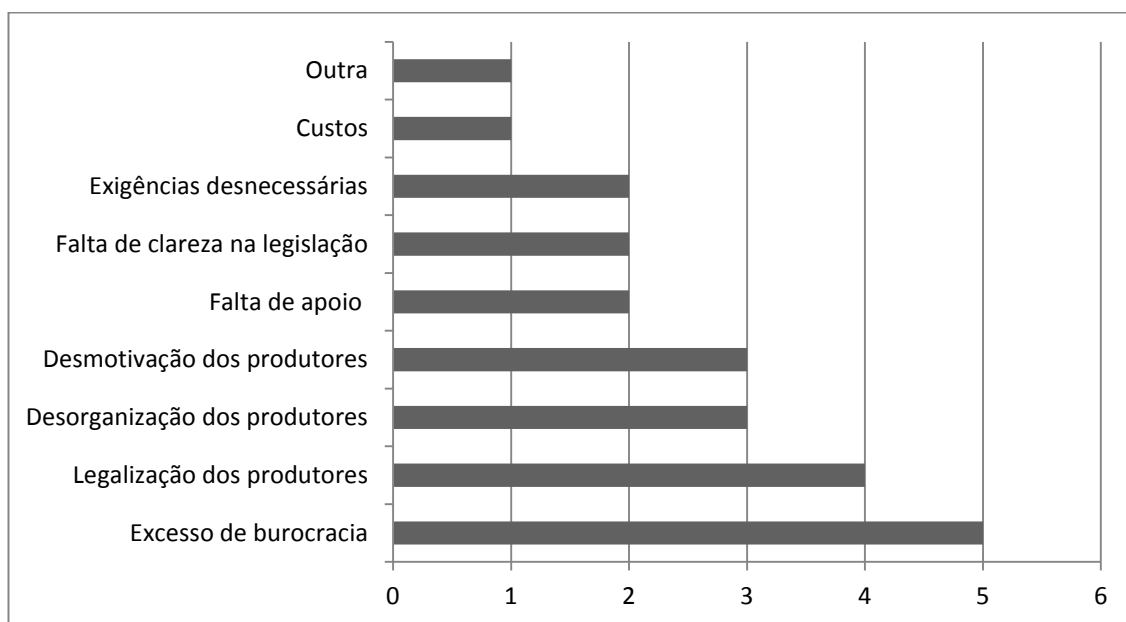


Figura 56- Dificuldades encontradas no processo de reconhecimento das indicações geográficas no Brasil.

A etapa mais crítica do processo de reconhecimento, citada como a mais difícil por 50% dos entrevistados, foi a organização dos produtores; a delimitação da área vem a seguir, mencionada por 20%; a descrição das características do produto, a elaboração do Regulamento de Uso e a definição dos métodos de controle foram citados, cada um, por 10% dos entrevistados (Figura 57).

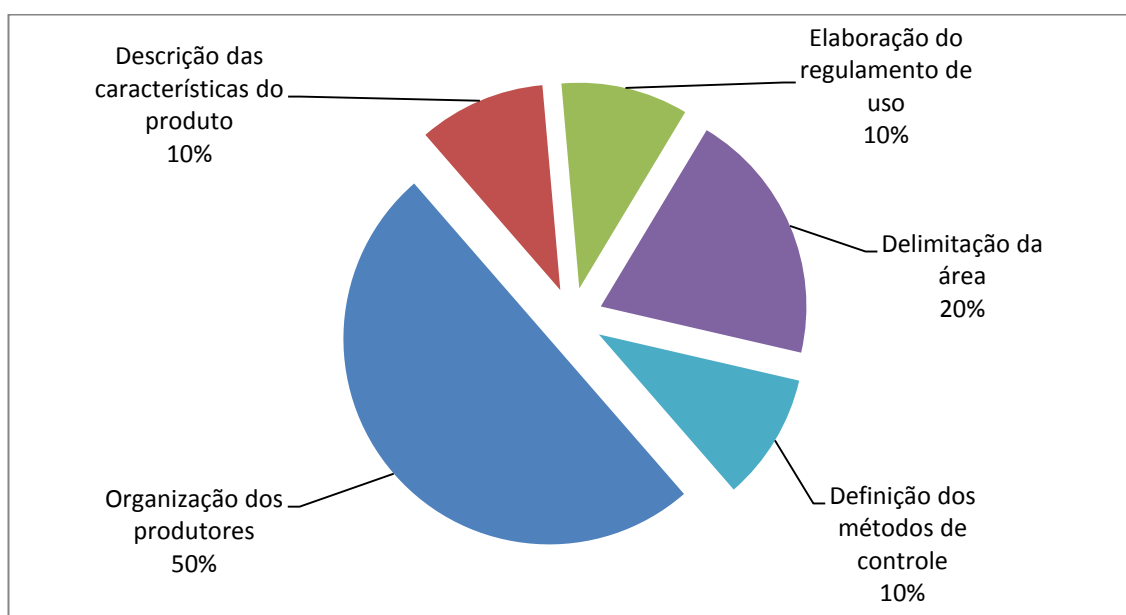


Figura 57- Etapa mais difícil do processo de reconhecimento da indicação geográfica.

De maneira geral, como pode ser visualizado pela Figura 58, a organização dos produtores é, de fato, a etapa causadora de dificuldade mais comumente observada, uma vez que foi mencionada por 90% das entidades pesquisadas. As etapas de definição dos métodos de controle e elaboração do Regulamento de Uso vêm a seguir, tendo causado algum tipo de dificuldade em 80% dos casos. A delimitação da área, o levantamento histórico e cultural e a descrição das características do produto causaram problemas em 70, 60 e 50% dos casos, respectivamente. A comprovação da influência do meio geográfico nas características do produto foi citada por 30% dos casos. Vale ressaltar que esta etapa é necessária apenas para os pedidos de denominação de origem.

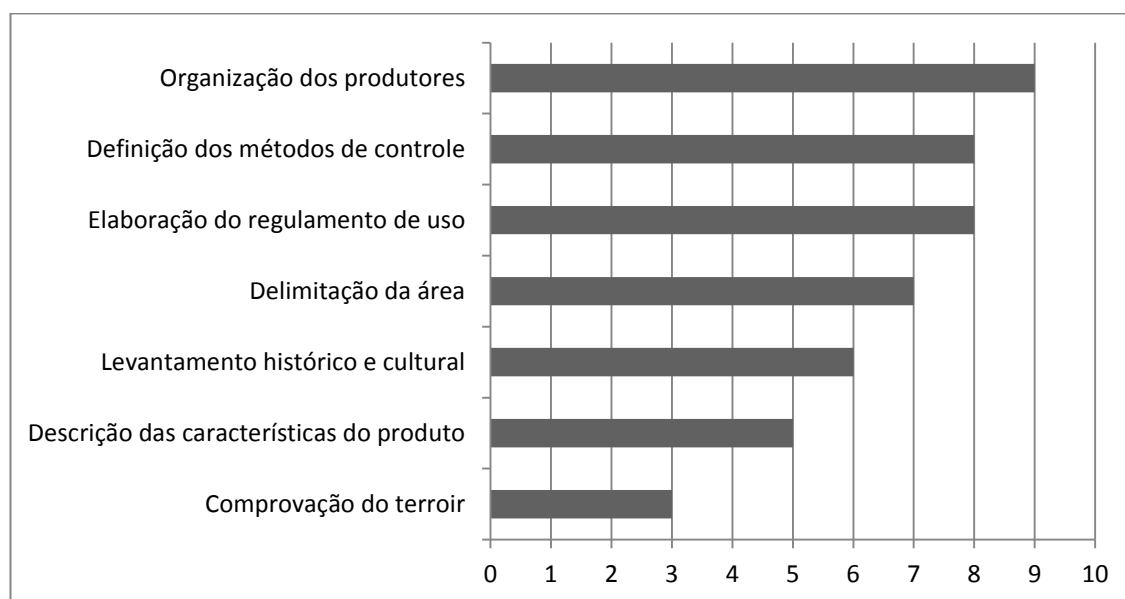


Figura 58- Etapas do processo de reconhecimento de indicação geográfica causadoras de dificuldades.

A Figura 59 ilustra a opinião dos entrevistados sobre a legislação brasileira referente às indicações geográficas. Metade dos entrevistados considera a legislação muito incompleta ou incompleta; 20% consideram completa; 20% afirmam que a legislação é atípica, diferentes das demais encontradas em outros países, sendo completa em alguns aspectos e incompleta em outros; 10% afirmaram não ter condições de responder a pergunta, por desconhecimento do assunto.

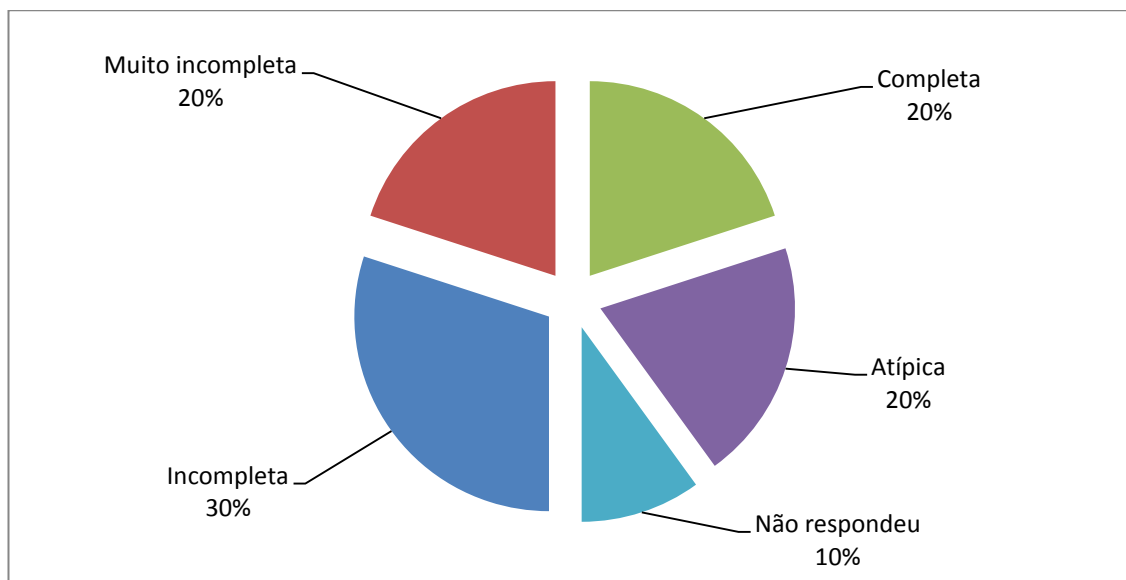


Figura 59- Opinião dos entrevistados sobre a legislação brasileira sobre indicação geográfica.

Quanto às informações disponibilizadas pelo INPI, órgão responsável pelo registro das indicações geográficas, grande parte dos entrevistados, 70%, acreditam que estas são completas (Figura 60). A possibilidade de obtenção de fotocópias das indicações concedidas pode ter sido um fator que contribui para esta resposta favorável. No entanto, 20% dos entrevistados ainda consideram as informações disponibilizadas incompletas; 10% declararam que não têm condições de responder.

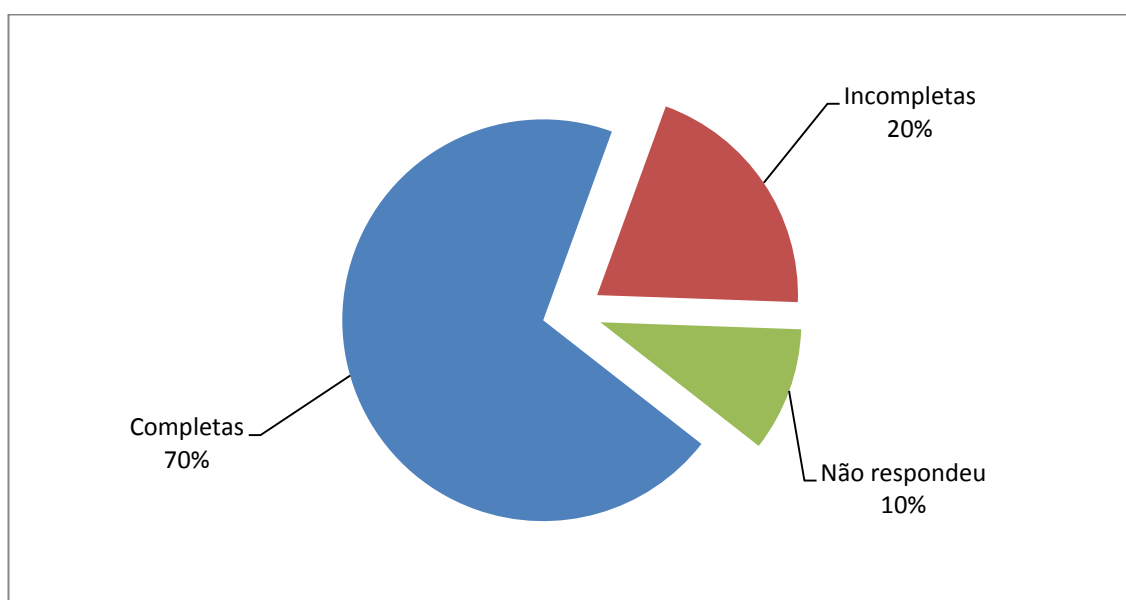


Figura 60- Opinião dos entrevistados sobre as informações disponibilizadas pelo INPI.

Conforme ilustrado na Figura 61, metade dos entrevistados declarou que consideram completas as informações disponibilizadas por entidades governamentais que atuam no fomento das IGs no Brasil - SEBRAE, MAPA, entre outras. Dez por cento dos entrevistados consideram as informações muito completas, 10% incompletas e 30% afirmaram que não têm condições de responder a pergunta.

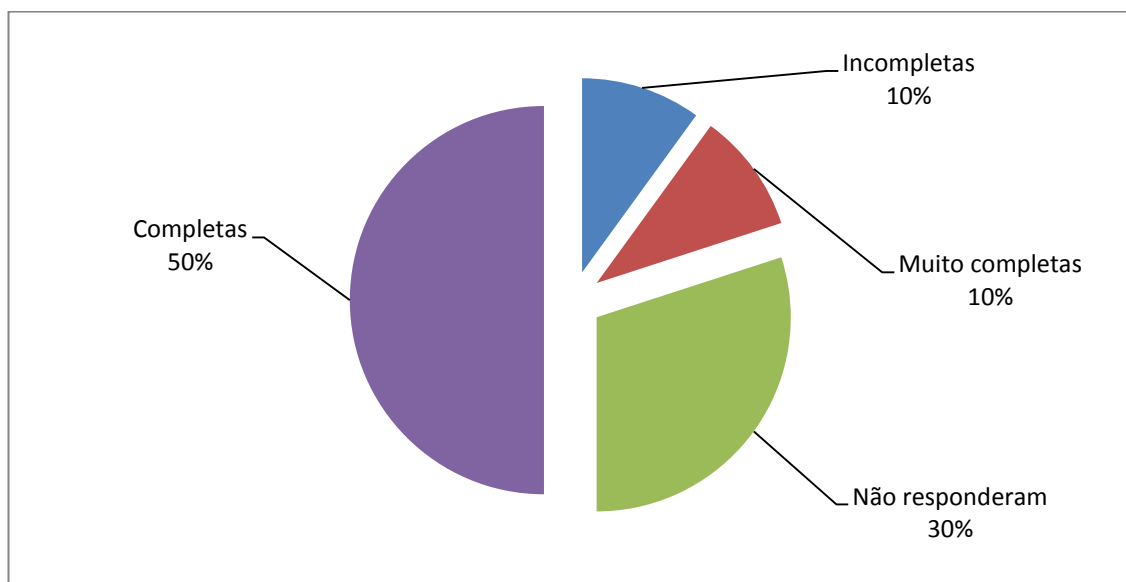


Figura 61- Opinião dos entrevistados sobre as informações disponibilizadas pelos órgãos governamentais fomentadores das indicações geográficas no Brasil.

4 CONCLUSÕES

O perfil das indicações geográficas registradas no Brasil revelou-se bastante heterogêneo, tanto no aspecto organizacional das entidades e porte dos produtores envolvidos, quanto nas dimensões das áreas delimitadas, na tradição do produto e nas restrições técnicas exigidas.

Verificou-se também que os principais benefícios gerados pelo reconhecimento das IGs variaram bastante entre as entidades pesquisadas: melhoria da biodiversidade regional, reconhecimento nacional, mídia espontânea, organização dos produtores. No entanto houve associação direta por boa parte das entidades entre a melhoria da facilidade de comercialização e o incremento na qualidade do produto com o registro da IG no INPI. Vale ressaltar, porém, que a implantação das IGs brasileiras é muito recente e é possível que não tenha havido tempo suficiente para que todos os benefícios proporcionados por estas indicações se manifestassem.

O excesso de burocracia do INPI e questões relacionadas aos produtores (legalização, desorganização e motivação) foram considerados os principais entraves encontrados no processo de reconhecimento. A pesquisa apontou que a maioria dos entrevistados considera a legislação brasileira referente às indicações geográficas incompleta ou muito incompleta, embora considerem completas as informações disponibilizadas pelo INPI e pelos órgãos que vem atuando no fomento das IGs (MAPA, SEBRAE, por exemplo).

Também cabe destacar que ausência, na prática, de organismos, públicos ou privados, responsáveis pela verificação do cumprimento das normas estabelecidas poderá se constituir um sério entrave para a conquista da confiança das IGs perante os consumidores brasileiros.

Por fim, pôde-se constatar através das informações levantadas que, por diferentes motivos, as entidades titulares nem sempre têm se valido da proteção e *marketing* conferidos pela IG na comercialização dos produtos no mercado. A falta de integração e harmonia entre elos da cadeia é a causa da ausência no mercado de carnes com selo da IP do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional há aproximadamente 1 (um) ano. A estratégia de *marketing* voltada para a divulgação e promoção da marca Café do Cerrado, ao invés da IG, também é outro fator que vem contribuindo para a ausência de produtos com o selo da IG no mercado. Por fim, acredita-se que nem sempre os produtores estejam dispostos a pagar a mais por um selo pouco conhecido e

valorizado pelos consumidores. Porém, ainda sim, observa-se um otimismo por parte dos entrevistados em relação ao futuro das indicações geográficas no Brasil.

5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

APROPAMPA- Associação dos Produtores de Carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional. **Pampa Gaúcho da Campanha Meridional- Uma região única no mundo.** Disponível em: <<http://www.carnedopampagaucho.com.br/index.php?secao=secao&mostraconteudo=>>. Acesso em: 17 jan. 2011.

BRANDÃO, F. S. **Percepções do consumidor de carne com indicações geográficas.** 2008. 75 f. Dissertação (Mestrado em Agronegócios) - Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre.

CAFÉ DO CERRADO. **Portal do Café do Cerrado- Brasil.** Disponível em: < <http://www.cafedocerrado.org/?>>. Acesso em: 17 jan. 2011.

CERDAN, C. Valorização dos produtos de origem e do patrimônio dos territórios rurais no sul do Brasil: Contribuição para o desenvolvimento territorial sustentável. **Política & Sociedade**, n. 14, abr. 2009. Disponível em < <http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/viewFile/11626/10961> >. Acesso em 09 set. 2010.

DULLIUS, P. R.; FROEHLICH, J. M.; VENDRUSCOLO, R. Identidade e desenvolvimento territorial- estudo das experiências de indicações geográficas no estado do RS. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 46., 2008, Rio Branco. **Anais eletrônicos...** Rio Branco: SOBER, 2008. Apresentação oral. Disponível em: < <http://www.sober.org.br/palestra/9/524.pdf> >. Acesso em 07 dez. 2010.

FALCÃO, T. F. **A indicação geográfica de vinhos finos segundo a percepção de confrades brasileiros.** 2008. 106 f. Dissertação (Mestrado em Agronegócios) - Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre.

INMETRO. Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial. Portaria nº 126 de 24 de junho de 2005. Aprova o Regulamento de Avaliação da Conformidade da Cachaça. **Diário Oficial da União.** Brasília DF, 28 jun. 2005. Disponível em <<http://www.inmetro.gov.br/legislacao/rtac/pdf/RTAC000955.pdf>>. Acesso em 17 fev. 2011.

INPI. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. **IG's registradas no Brasil.** 2010a. Disponível em: < <http://www.inpi.gov.br/menu-esquerdo/indicacao/igs-registradas>>. Acesso em: 15 de dezembro de 2010.

INPI. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. **Listagem dos pedidos de registro em tramitação e dos registros concedidos de Indicação Geográfica.** 2010b. Disponível em: < <http://www.inpi.gov.br/menu-esquerdo/indicacao/pedidos-de-ig>>. Acesso em: 15 de dezembro de 2010.

MAFRA, L. A. S. **Indicação Geográfica e construção do mercado: a valorização da origem no cerrado mineiro.** 2008. 123 f. Tese (Doutorado em Ciências) - Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro.

CAPÍTULO 4- PROPOSIÇÃO DE UM MODELO PARA O REGISTRO DE INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS NO BRASIL E ESTUDO DE CASO

1 INTRODUÇÃO

Embora desde o ano 2000, com a promulgação da resolução nº 75/00 do INPI, já se tenha estabelecido as condições para o registro das indicações geográficas no país, há, ainda um grande desconhecimento por parte dos interessados sobre como realizá-lo, fato este comprovado pelo grande número de pedidos dependentes de cumprimento de exigências ou arquivados no INPI.

Este desconhecimento é, em parte, justificado, primeiro, pela falta de tradição das IGs no país, sendo este um tema pouco difundido na comunidade brasileira de maneira geral; segundo, pelas escassas informações contidas na legislação brasileira quanto à construção de cada item exigido para o registro.

No intuito de suprir essa carência de informações que ronda as indicações geográficas no país, várias instituições já vêm se mobilizando para divulgar o tema no país e auxiliar os interessados no registro da IG junto ao INPI.

Com vistas a contribuir para o esclarecimento de como deve ser preparado o processo encaminhado ao INPI, este trabalho tem por objetivo a proposição de um modelo que possa ser seguido por entidades interessadas em dar entrada com um pedido de reconhecimento de uma IG de alimentos ou bebidas no Brasil.

Para avaliar etapas do modelo do processo de registro proposto, foi realizado um estudo de caso com os produtores de cachaça da região de Ouro Preto, Minas Gerais. A cachaça desta região tem conquistado seu espaço comercial e, devido a sua alta qualidade e aceitação, merece estudos profundos sobre o seu reconhecimento oficial com a Indicação Geográfica.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

2.1 Proposição do modelo para o preparo do processo de registro de indicação geográfica no Brasil

Para a elaboração do modelo proposto foram reunidas informações disponibilizadas na legislação brasileira (Resolução nº 75/00 do INPI), na legislação da União Européia (Regulamentos CE nº 510/06, CE nº 110/08 e CE nº 479/08), bem como na literatura nacional e internacional referente às indicações geográficas.

Além disso, informações obtidas a partir do levantamento realizado junto às entidades requerentes e titulares de IGs brasileiras, e parceiros destas, foram também consideradas.

2.2 Avaliação do modelo proposto: Estudo de caso com os produtores de Cachaça de alambique da região de Ouro Preto - MG

O estudo de caso foi desenvolvido com os produtores de Cachaça da região de Ouro Preto, Minas Gerais, selecionados a partir da relação de associados da Cooperativa dos Produtores de Cachaça de Alambique e Derivados de Cana-de-Açúcar da Região de Ouro Preto (COOPCOP) e a partir da relação dos estabelecimentos registrados no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) fornecida por esta entidade.

Foram visitadas, no período compreendido entre os meses de agosto e setembro de 2010, 27 (vinte e sete) unidades produtivas de cachaça da Região de Ouro Preto, dos quais 15 (quinze) se localizavam no município de Ouro Preto, 11 (dez) no município de Itabirito e 1 (um) no município de Mariana.

Das 27 (vinte e sete) propriedades visitadas, 2 (duas) estavam disponíveis para a venda, estando as respectivas unidades produtivas de cachaça desativadas, de modo que os proprietários não pretendem mais produzir cachaça. Um dos produtores visitados se recusou a responder o questionário, e, portanto, foram respondidos apenas 24 (vinte e quatro) questionários.

Com exceção destas, em todas as propriedades foram aplicados questionários visando a caracterização dos produtores e do processo produtivo da cachaça, bem como o levantamento de informações referentes à tradição produtiva da região e ao entendimento dos produtores sobre indicações geográficas. As propriedades foram também georreferenciadas através de um GPS (Sistema de Posicionamento Global por Satélites) com o intuito de se obter um mapeamento das unidades produtivas inseridas na região.

Os dados obtidos por meio dos questionários foram tabulados e analisados mediante o uso de técnicas de estatística descritiva com o auxílio do *softwares SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)* versão 13.0 for Windows e Microsoft Excel 2007.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

3.1 Proposição do modelo para o preparo do processo de registro de indicação geográfica no Brasil

Com base nas informações obtidas na legislação, literatura e no levantamento realizado com os titulares e requerentes de IGs no Brasil, foi proposto um modelo detalhado, composto por dez passos, para o preparo do processo de reconhecimento de indicações geográficas de alimentos ou bebidas no Brasil.

2.1.1 Modelo proposto

Passo 1- Disseminação do conhecimento: O que é IG?

Antes de identificar quais regiões tem possibilidades de serem reconhecidas como indicação geográfica é necessário que se saiba o que são indicações geográficas.

A grande maioria dos produtores, consumidores e outros agentes locais desconhece a possibilidade de proteção legal da região valendo-se da propriedade intelectual como meio de preservar as tradições locais, agregar valor ao produto e evitar usurpações indevidas.

Sendo assim, é clara a importância de instituições, que têm o desenvolvimento agropecuário ou empresarial como foco, na disseminação do tema no país, para que os agentes locais se conscientizem do potencial de suas respectivas regiões de se tornarem indicações geográficas reconhecidas. Por isso, é fundamental a atuação do estado, através de seus órgãos e ministérios, na promoção de seminários, cursos e eventos em todo o país, para que cada vez mais pessoas conheçam o tema e o divulgue.

Embora sejam recentes, já existem iniciativas neste sentido. O MAPA, por exemplo, oferece cursos, seminários, reuniões e *workshops* além de distribui material de divulgação, a fim de incrementar as atividades que visam a ampliação da lista de produtos protegidos por indicação geográfica no Brasil e em outros mercados de interesse (BRASIL, 2011a).

Além do MAPA, outras instituições como o SEBRAE, a EMBRAPA, o próprio INPI, universidades, entre outros também participam da disseminação do conhecimento relativos a indicações geográficas, produzindo e disponibilizando materiais

bibliográficos de qualidade e realizando ou apoiando iniciativas (seminários, cursos, etc) com o objetivo de informar, discutir e esclarecer sobre o tema no país.

No entanto, como a indicação geográfica é assunto novo no Brasil, é preciso que estas ações sejam intensificadas, para que em um menor período de tempo possível, cada vez mais pessoas tenham conhecimento sobre o assunto e possam atuar no desenvolvimento e consolidação das IGs no país.

Passo 2- Identificação de regiões potenciais

A tipicidade (tradição, história do produto) e a qualidade diferenciada (fatores naturais ou humanos) de um produto são os primeiros aspectos que devem ser notados quando se pensa em indicação geográfica.

Dessa forma, quando se depara com um produto que há muito é produzido em determinada região, que com o passar do tempo se tornou conhecida pela produção deste bem e cujo “saber-fazer” foi passado através das gerações, ou quando há elementos naturais no ambiente (fatores edafoclimáticos, relevo, vegetação) que conferem ao produto características distintas, temos aí uma região com potencial para o reconhecimento de uma indicação geográfica.

A tipicidade e a qualidade diferenciada acabam, com o passar dos anos, sendo reconhecidas pelo público e, desta forma, o produto passa a gozar de notoriedade perante o mercado consumidor, seja este local, regional, nacional ou, até mesmo, internacional (Figura 62). De acordo com Velloso et al. (2010), notoriedade é a fama que um produto ou serviço tem em função de suas qualidades (ou renome) reconhecidas pelos consumidores. Ela pode estar ligada, por exemplo, a uma marca, a um produtor, ou uma região, como é o caso das IG, que sempre se reportam a uma região ou localidade.

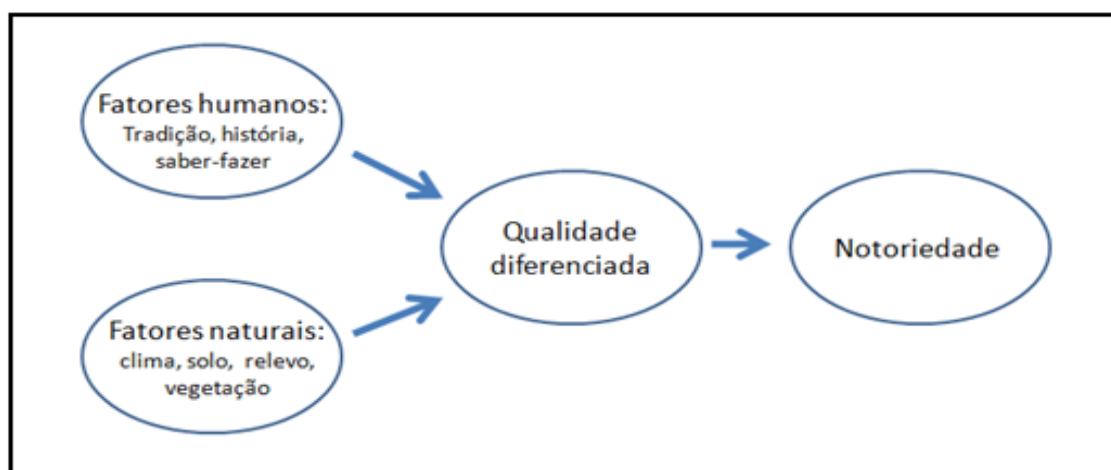


Figura 62- Relação entre indicação geográfica e notoriedade.

No caso das denominações de origem a reputação se deve às características específicas do produto que são inerentes ao local onde são produzidos. De acordo com Vandecandelaere et al. (2009) estas características específicas podem estar relacionadas à qualidade intrínseca do produto -como sabor, textura, aroma, formato, coloração- ou à qualidade extrínseca, relacionada ao modo de produção, preparo e consumo do produto.

Mas quem são os responsáveis pela identificação das regiões com potencial para o reconhecimento legal como indicação geográfica? Em tese, qualquer pessoa – produtor, consumidor, comerciante, agente de turismo, líder comunitário, municipal ou regional- que tenha conhecimento do assunto pode vir a identificar uma região potencial, ao perceber a tradição ou a qualidade diferenciada do bem produzido naquele lugar e a importância econômica ou imaterial que este produto representa para comunidade local.

No entanto, como há, ainda, um desconhecimento geral da população brasileira sobre as indicações geográficas, a participação de órgãos públicos ou privados nessa tarefa vem se fazendo imprescindível.

De acordo com Niederle (2009), o MAPA e o SEBRAE vêm desenvolvendo trabalhos com vistas a mapear produtos potenciais para a obtenção do selo nos diferentes contextos brasileiros, abarcando desde os produtos de transformação agroindustrial mais tradicionais, como as aguardentes de cana-de-açúcar e os vinhos, até novas experiências inovadoras como os produtos artesanais, agroflorestais e de extrativismo.

De fato, o MAPA foi o responsável pela realização de um diagnóstico nacional nas cinco regiões brasileiras, com a finalidade de proteger produtos e serviços típicos de determinado local ou região, possibilitando a agregação de valor, a preservação das

diferentes tradições e a valorização da cultura local. Os produtos agropecuários foram destacados principalmente pela importância social, cultural e econômica para suas regiões (BRASIL, 2011b).

No entanto deve-se chamar atenção para o fato da banalização das indicações geográficas. De acordo com Dias (2005), a utilização de uma IG só é vantajosa se o consumidor a reconhecer e a associar à qualidade e às características específicas do produto. Dessa forma, os ganhos obtidos pelos produtores só são sustentáveis se for garantida ao longo do tempo a correspondência entre a qualidade fornecida e a qualidade procurada.

Passo 3- Resgate de regiões tradicionais

Existem regiões que no passado foram conhecidas pela produção de determinados bens, mas com o passar dos anos, devido a fatores diversos, foram perdendo a tradição na elaboração destes produtos, embora conservem ainda algumas unidades produtivas históricas.

Sendo assim, é necessário, em alguns casos, o resgate da tradição nessas regiões, como ocorreu em Paraty, cidade cujo nome era sinônimo de cachaça há tempos atrás, mas que com o declínio da economia local, dos mais de 150 engenhos existentes no século XIX, apenas 3 permaneceram ativos ao final do século XX.

Com o objetivo global de recuperar a qualidade da tradicional aguardente de Paraty, capacitando produtores, sem interferir no processo tradicional de produção, foi realizado um trabalho de organização da cadeia produtiva da Cachaça de Paraty, fruto de parceria do MAPA, EMATER, SEBRAE/ RJ, EMBRAPA, UFRJ, Fundação Bio-Rio e o INT (BRUCH et al., 2010).

O trabalho de melhoria da qualidade da Cachaça na região de Paraty começou nos anos 96/97, 10 anos antes do reconhecimento da IG pelo INPI. As referidas instituições ofereceram apoio técnico aos produtores que continuavam produzindo a aguardente (BRUCH et al., 2010).

Assim como Paraty, há no Brasil outras regiões em situação semelhante, em que a tradição antiga pode estar sendo ameaçada pela deterioração do saber-fazer regional e, nestes casos, o resgate é imprescindível na proteção do patrimônio nacional, materializado na forma do reconhecimento das indicações geográficas pelo INPI.

Passo 4- Mobilização dos atores locais

O fato de o produto apresentar características peculiares associadas à origem geográfica (fatores naturais e humanos) que lhe confirmam qualidade especial e reputação no mercado não é, isoladamente, a garantia do reconhecimento de uma IG junto ao INPI. É de suma importância que os produtores locais, que possuem tradição e saber-fazer, junto com os demais atores locais envolvidos, sejam motivados a se engajar na valorização e preservação das tradições.

A integração destes três vértices, ilustrada na Figura 63, é que torna possível a reconhecimento e a consolidação de uma indicação geográfica.

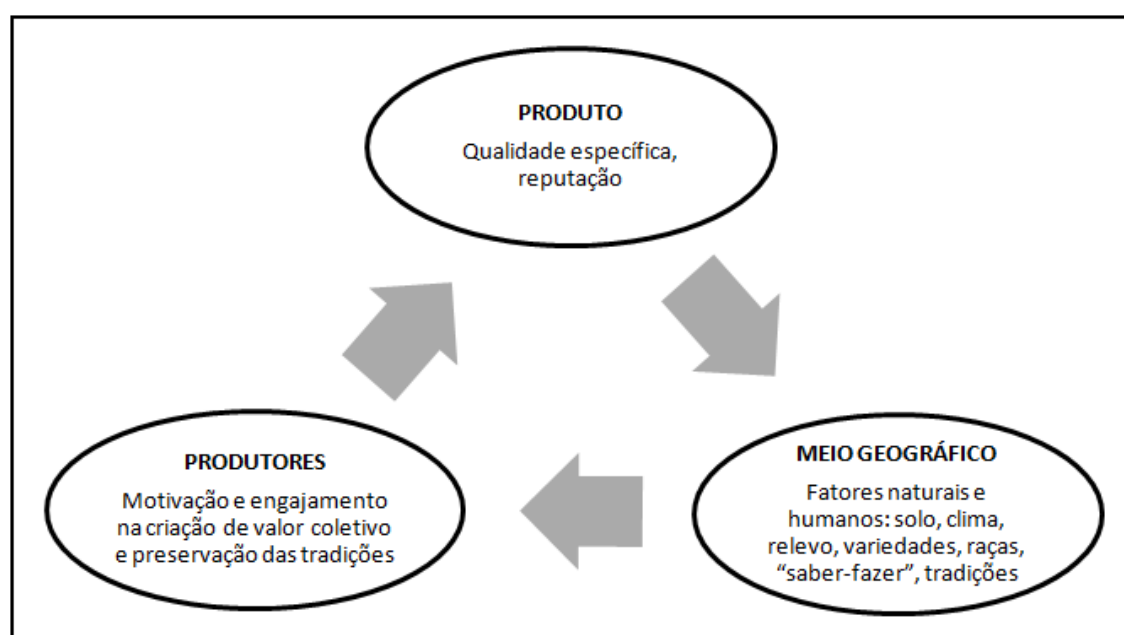


Figura 63- Integração entre produto, meio geográfico e produtores.

Fonte: (VANDECANDELAERE et al., 2009), adaptado pela autora.

Dessa forma, a integração coletiva é um dos requisitos para assegurar o funcionamento do ciclo como forma de promover e preservar os produtos com IG e os recursos locais. O potencial de assegurar o processo de criação de valor depende da vontade, motivação e capacidade da comunidade local e especialmente do sistema de produção local, para coordenar suas ações e promover o produto de maneira coletiva (VANDECANDELAERE et al., 2009).

De acordo com Velloso et al. (2010), a implementação de uma IG trata-se de um processo coletivo e participativo, no qual os atores locais (produtores, transformadores da matéria prima, pessoas ligadas ao comércio, ao turismo etc) precisam ser

protagonistas. Nesse sentido, Paula (2004) assinala que o ideal no processo de desenvolvimento de um território é que ele seja endógeno e de baixo para cima. Ele depende dos atores do território, de suas vontades e escolhas, mesmo que seja induzido de modo exógeno.

Nem sempre, na maioria dos casos brasileiros e países em vias de desenvolvimento, ele ocorre deste modo. Os atores territoriais não se veem como protagonistas desse processo e nem os agentes externos, os tomadores de decisões, reconhecem sua capacidade para tal (PAULA, 2004).

No Brasil, de acordo com o presente estudo, realizado junto às entidades, titulares e requerentes, verificou-se que em 50% dos casos a iniciativa de buscar o reconhecimento da IG partiu exclusivamente de agentes externos (SEBRAE, MAPA, EMBRAPA e ONGs), embora 70% das entidades pesquisadas tenham afirmado que todos os produtores estavam bastante motivados.

Na França, segundo Letablier e Delfosse (1995 apud DIAS, 2005), a iniciativa parte mais frequentemente de produtores, ou suas organizações, que procuram desta forma valorizar as suas produções e alargar os seus mercados. Contudo, de acordo com Dias (2005), esta não é uma realidade igualmente verificada em toda a Europa. Em Portugal, por exemplo, embora tenha havido em alguns casos uma forte intervenção dos produtores, o primeiro impulso para a criação de denominações de origem tem partido geralmente dos serviços do Estado.

A APROVALE afirma que na fase inicial de desenvolvimento de uma indicação geográfica, é muito importante que todas as pessoas envolvidas no processo sejam conhecedoras dos aspectos básicos das indicações geográficas, envolvendo os conceitos, benefícios, a história, a importância da proteção, os exemplos. Para isso é de suma importância a organização de seminários, palestras, cursos, entre outros, com o objetivo de levar o assunto ao conhecimento de todos, para que os envolvidos se interessem, percebam a importância da indicação geográfica na região, se conscientizem que são protagonistas do processo e, enfim, passem a se engajar de forma ativa na busca pelo reconhecimento da IG.

Mas nem sempre somente a promoção destas atividades motivadoras é suficiente. No caso da uva e vinho Goethe, Velloso et al. (2010) afirmam que produtores, assim como os transformadores, em geral, querem resultados em curto prazo e têm dificuldade em visualizar e se empenhar em projetos que tragam resultados em longo prazo.

De acordo com Paula (2004), é preciso uma mudança no sentido de “estimular o protagonismo local”. Isso implica em gerar auto-estima, em proporcionar liberdades e equidade social. Isso requer mudanças políticas, sociais e econômicas. Requer reconstrução de políticas públicas (VELLOSO, 2008).

Passo 5- Mobilização de entidades parceiras

Após a mobilização dos atores locais, devem ser iniciados esforços no sentido de captar parceiros que possam atuar de forma conjunta no processo de reconhecimento da IG. São várias as instituições que podem colaborar com o processo de diversas formas: financeira, técnica, científica, organizacional, entre outras.

Portanto, o agrupamento inicial (atores locais e parceiros, se for o caso) deve entrar em contato com entidades que possam prestar algum tipo de apoio, a começar por aquelas que tenham unidades regionais próximas. Assim, Ministérios (MAPA, MDA, por exemplo), Instituições de Ensino - Universidades, Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia (IFETs) -, Empresas de Pesquisa (EMBRAPA, EPAMIG, etc) e de Assistência Técnica (EMATER, por exemplo), SEBRAE, além de SEAPA, Prefeituras, Fundações, ONGs e INPI, além de outros, podem ser considerados parceiros em potencial para o processo de reconhecimento da IG.

Algumas destas entidades já possuem programas de incentivo às indicações geográficas, como o MAPA, que através da criação da Coordenação de Incentivo à Indicação Geográfica, vinculada à Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo, objetiva a organização do setor produtivo para subsidiar e auxiliar no registro e reconhecimento das indicações geográficas dos produtos do agronegócio brasileiro.

Mas, mesmo que não tenham programas específicos para o fomento de IGs, entidades podem colaborar prestando assistência técnica aos produtores no sentido de melhorar a cadeia produtiva e a qualidade dos produtos, realizando pesquisas visando a caracterização dos produtos, a caracterização geográfica, histórica e cultural da região, a comprovação da relação da tipicidade do produto e meio geográfico, entre outros.

O SEBRAE, por exemplo, vem atuando no auxílio da preparação do dossiê e na parte organizacional no sentido de melhorar a gestão do agrupamento.

Passo 6- Formalização do grupo requerente

A criação de uma denominação de origem é um processo sequencial que exige desde logo a criação de uma estrutura de cooperação que proceda à organização de um dossiê de pedido de registro da denominação e construa a argumentação justificativa desse pedido (DIAS, 2005). Sendo assim, após a etapa de mobilização dos atores envolvidos, a próxima etapa é a articulação e formalização da organização por meio de uma entidade defensora da IG, ou seja, uma pessoa jurídica que represente a coletividade estabelecida.

Segundo a Resolução nº 75/00 do INPI, podem requerer registro de indicações geográficas, na qualidade de substitutos processuais, as associações, os institutos e as pessoas jurídicas representativas da coletividade legitimada ao uso exclusivo do nome geográfico e estabelecidas no respectivo território.

Todas as entidades brasileiras titulares e requerentes pesquisadas encontram-se organizadas na forma de associação ou, no caso da Região do Cerrado Mineiro e do Vale do Submédio do São Francisco, através de uma federação ou conselho que representam os interesses de um conjunto de associações e cooperativas organizadas. Mas há outros casos, como as regiões Pedra Madeira Paduana, Pedra Carijó Paduana e Pedra Cinza Paduana, em que as entidades requerentes são sindicatos e outros organizados na forma de cooperativas, como, por exemplo, a região da Paraíba, produtora de têxteis de algodão naturalmente colorido.

De qualquer forma, dentre os objetivos da instituição formal requente, deve constar o trabalho para o reconhecimento e a gestão da IG, de forma clara e precisa e a criação de um órgão específico para Gestão e Controle da IG (VELLOSO et al., 2010). Por exemplo, no artigo 4º do estatuto social da Associação dos Produtores e Amigos da Cachaça Artesanal de Paraty é listado como um dos objetivos da referida entidade a promoção, preservação e gestão da indicação geográfica da região de Paraty para a cachaça (APACAP, 2006a).

Passo 7- Legalização das unidades produtivas

A tipicidade do produto que caracteriza uma IG não desobriga os produtores a respeitarem as legislações e regulamentações em vigor. Pelo contrário, a legalização dos estabelecimentos é um pré-requisito para a obtenção do reconhecimento da IG pelo INPI.

Isso quer dizer que os regulamentos relacionados à produção, circulação e comercialização dos produtos (MAPA), qualidade sanitária (ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária - Ministério da Saúde), exigências ambientais e exigências trabalhistas devem ser respeitadas pelo requerente da IG (CERDAN et al., 2010).

Em muitas das vezes, como apontou os resultados obtidos por esta pesquisa, a ilegalidade de boa parte dos produtores torna-se um empecilho na busca pelo reconhecimento da IG. Um trabalho árduo de regularização das unidades produtivas tem então de ser realizado.

O apoio das entidades parceiras normalmente se faz necessário, já que, em muitas das vezes, há necessidade de assistência técnica e investimentos, pois, mudanças na estrutura física da unidade produtiva, troca de equipamentos e alterações no processo produtivo podem ser necessários.

Passo 8- Formação do grupo de trabalho de coordenação das atividades relacionadas ao reconhecimento da indicação geográfica

Após as etapas de mobilização dos agentes locais, em especial os produtores, e das entidades parceiras, é necessário a formação de uma equipe que coordene todo o projeto de busca pelo reconhecimento da indicação geográfica. Esta equipe pode ser composta por membros da entidade representante da coletividade (associação, cooperativa, sindicato) e por membros das entidades parceiras (Universidades, SEBRAE, EMBRAPA, MAPA, entre outros) que deverão demonstrar comprometimento e empenho para o sucesso desta proposta. Nesta etapa se define a sistemática de reuniões, coordenação dos trabalhos (atribuição de responsabilidades) e meios de registro de decisões.

Passo 9- Preparo do dossiê a ser encaminhado ao INPI para fins de registro da indicação geográfica

a) Levantamento histórico e cultural da região

De acordo com a Resolução nº 75/00 do INPI, para o pedido de indicação de procedência é necessário a comprovação de que o nome geográfico em questão já é reconhecido pelos consumidores, ou seja, possui reputação, devido à sua qualidade ou por acontecimentos ligados a história, cultura e costumes da região. Nesse sentido, o

levantamento histórico e cultural da região é uma etapa fundamental do processo que permite a comprovação da notoriedade e sua legitimidade a se tornar uma IG, além de auxiliar outras etapas do processo, como a delimitação geográfica da área e a elaboração do Regulamento de Uso.

De acordo com Vandercandelaere et al. (2009), a história também reforça a relação do produto com o território e a sua identidade local, e justifica seu reconhecimento externo, na medida em que fornece provas que comprovam o elo entre produto e território.

O levantamento histórico e cultural pode ser realizado tanto por intermédio da contratação de profissionais (historiadores, por exemplo) quanto pelos próprios atores locais, como o verificado em algumas das regiões envolvidas no presente estudo. Este último caso é visto por Da Silva et al. (2010) como uma oportunidade para uma melhor aproximação dos agentes locais e construção de uma visão coletiva do projeto de IG.

Cabe destacar que, de fato, as indicações geográficas possibilitam o surgimento de um novo campo de trabalho para historiadores, geógrafos, antropólogos e outros profissionais relacionados a estas áreas.

Não é estabelecido pela legislação brasileira um limite de tempo para se considerar que um produto tenha ou não reputação, isto é, a história do produto pode ser antiga ou recente na área considerada. A região do Cerrado Mineiro, por exemplo, possui uma história recente na cafeicultura. Esta se desenvolveu somente na década de 1970 e o reconhecimento da qualidade se deu apenas da década de 90, quando os cafés da região começaram a ser sucessivamente premiados no concurso anual “Prêmio Brasil de Qualidade do Café para Espresso”, organizado pela torrefadora italiana *Illycafé*. Além disso, a qualidade do café dessa região se deu através de inovações tecnológicas, como, por exemplo, o uso de irrigação, e não por meio da utilização das técnicas tradicionalmente utilizadas na cafeicultura.

O levantamento histórico e cultural se dá pela reunião de fontes escritas - documentos antigos e atuais, dados sócio-econômicos, leis, receitas, registros de eventos, certificados, livros, reportagens em jornais e revistas, publicações em geral, fotografias- bem como através de fontes orais como histórias e narrações de produtores, comerciantes, moradores locais, entre outros. Segundo Da Silva et al (2010), esta etapa não consiste em reunir somente materiais científicos, mas também a história transmitida no tempo no qual podem se misturar relatos, lendas e fatos curiosos.

A Tabela 4 menciona alguns exemplos de fontes (documentos) escritas que podem contribuir para o levantamento histórico e cultural.

Tabela 4- Principais fontes escritas para a elaboração do levantamento histórico.

Dados estatísticos	Documentos	Trabalhos acadêmicos
- Estatísticas antigas; - A enciclopédia dos municípios mostra inúmeros dados, tipo de atividades da região, data de colheita, número e tipo de empresas.	- Relatórios administrativos, de obras, técnicos; - Atos de associações agrícolas, associação de raças; - Obras técnicas, livros locais; - Jornais especializados; - Relatos de aventureiros, romances, biografias; - Relatos de eventos folclóricos, danças; - Obras Artísticas (fotografias, músicas, pinturas, poesias,...).	- Estudos de historiadores, geógrafos, antropólogos, economistas, agrônomos; - Teses e dissertações.

Fonte: CERDAN e SILVA (2009 apud DA SILVA et al., 2010).

Desta forma, serviços estatísticos, bibliotecas (municipais, universitárias), museus, o IPHAN e outros institutos históricos estaduais ou municipais devem ser consultados, assim como produtores, moradores locais, comerciantes entre outros, uma vez que constituem em importantes fontes de informação para o levantamento histórico e cultural do produto na respectiva região.

b) Comprovação da relação entre o meio geográfico e o produto – “Efeito terroir”

O produto com denominação de origem é, por definição, um produto com forte tipicidade, a qual repousa na sua origem geográfica. O território, entendido num sentido lato, que integra componentes geológicos, pedológicos, climáticos, técnicos e humanos, confere ao produto a sua especificidade, a sua personalidade, o seu caráter único (DIAS, 2005).

Cerdan (2009) afirma que as pesquisas científicas aprofundadas realizadas a fim de se comprovar as inter-relações produto-meio têm lugar central no dossiê de pedido de registro. Dessa forma, na solicitação da DO, a comprovação da influência dos fatores naturais e humanos na qualidade do produto, ou seja, a relação entre as características do meio geográfico e àquelas dos produtos em questão são fundamentais. Deve-se provar que o produto é único, isto é, que ele nunca será igual se produzido fora da sua região de origem.

Conforme apontado pelo presente trabalho e confirmado por Cerdan (2009), a ausência de programas de pesquisa e de resultados científicos sobre a tipicidade dos produtos e sua ligação com o meio parece ser uma realidade no Brasil. Por este motivo, pesquisas climáticas, geológicas, biológicas e agronômicas em torno do território, na maioria das vezes, devem ser desenvolvidas por entidades parceiras, a exemplo de universidades e de empresas voltadas para a pesquisa, como a EMBRAPA e a EPAMIG.

No caso do arroz do Litoral Norte Gaúcho, por exemplo, estudos demonstraram que o clima é o principal responsável por um produto mais solto, translúcido e de maior rendimento. O vento constante e a presença de grande quantidade de água na região, devido à proximidade com a Lagoa dos Patos e o Oceano Atlântico, são os fatores que criam um clima com temperaturas estáveis e ideais para o cultivo do arroz, ou seja, entre 20 e 25°C no verão (NABINGER, 2008 apud DA SILVA et al., 2010)

Estudos voltados para o fator humano - o *saber-fazer* da região (variedades, práticas agronômicas, colheita, modo de elaboração), as tradições, também devem ser empreendidos, já que são igualmente importantes para o *terroir* do produto.

c) Elaboração do Regulamento de Uso

O Regulamento de Uso, caderno de especificações ou ficha técnica de uma indicação geográfica consiste em uma série de regras ou normas técnicas e de controle construídas e aprovadas pelos agentes locais e que devem ser seguidas pelas partes interessadas a fim de preservar a tipicidade do produto e sua ligação com o território, assegurando, dessa forma, a credibilidade do produto junto ao mercado consumidor.

A definição dessas normas, limites e controles durante o processo de construção do Regulamento de Uso é uma questão complexa, uma vez que cada regra estabelecida implica um risco de exclusão, seja por requisitos geográficos, seja pelas exigências técnicas que podem implicar em custos adicionais e investimentos para parte dos

produtores. Por isso, é necessário reconhecer e gerenciar esses riscos, o que demanda tempo e amplas discussões entre todos os agentes interessados na indicação geográfica.

A legislação brasileira não estabelece os requisitos mínimos ou o conteúdo que deve possuir um Regulamento de Uso. Vandercandelaere et al. (2009) defendem, contudo, que as regras não devem ser muito complicadas ou numerosas, mas extremamente focadas nos elementos que conferem ao produto sua originalidade e tipicidade. Cerdan et al. (2010) acrescenta ainda que as normas devem ser claramente descritas e passíveis de ser objeto de controle. Elas são o resultado de acordos coletivos entre os membros da região e da cadeia produtiva – representado pela entidade requerente - e devem ser aprovadas em assembléia.

São basicamente três as etapas de construção do Regulamento de Uso. A primeira consiste em definir a qualidade específica do produto, a segunda em elaborar as regras de produção e estabelecer os limites e a terceira – e última - está relacionada à elaboração de um plano de controle. Estas etapas são descritas a seguir.

Etapa 1: Definição das características específicas do produto

O levantamento das práticas tradicionais utilizada ao longo dos anos, décadas ou séculos por todos os envolvidos na cadeia produtiva (fornecedores de matérias-primas, transformadores do produto, etc) é fundamental para a caracterização do produto e, conseqüentemente, para a construção do Regulamento de Uso. Cerdan et al. (2010) afirmam que o ideal é reunir as diversas visões e compor o Regulamento de Uso de forma que este possa descrever os processos e o produto que mais se aproxima da realidade tradicional da região.

A Tabela 5 enumera algumas perguntas que devem ser feitas e citam exemplos de dados obtidos das respostas encontradas, durante o levantamento das práticas tradicionais.

Tabela 5- Questões que devem ser consideradas no levantamento das características específicas.

Questões	Exemplos de dados
Quais as características qualitativas que diferenciam o produto dos demais?	Formato, tamanho, sabor, cor, etc
Quais os métodos, técnicas de produção ou elaboração responsáveis pela qualidade diferencial do produto?	Fatores biológicos, diferentes tipos de solo e de micro-climas, ingredientes, tempo de maturação, ferramentas tecnológicas, etc
Quais são os diferentes produtores ou atores da cadeia de suprimentos?	Produtos processados na fazenda (produtores familiares) e unidades produtivas industriais; Produtores de matérias-primas, transformadores e demais atores que integram a cadeia produtiva
De onde são provenientes as matérias-primas?	Para produtos vegetais: sementes e plantações; Para produtos animais: origem dos animais, alimentação dos animais
Quais são os elementos ao longo da cadeia de suprimentos que fazem parte do saber-fazer?	Habilidades na seleção, nas práticas agrícolas, colheita, processo de fabricação, etc
Quais os estágios do processo de produção ou elaboração fazem parte das especificações da IG?	Não processado; processado; Apresentação e embalagem; etc.

Fonte: VANDECANDELAERE et al. (2009), adaptado pela autora.

Etapa 2: Definição de regras

As informações coletadas durante o levantamento normalmente revelam um grau de heterogeneidade nas características específicas do produto final e no modo de produção, fruto do conflito de interesses dos diferentes atores envolvidos. Geralmente o desafio, segundo Vandecandelaere et al. (2009), é escolher quais produtos serão

abrangidos pela IG e então determinar as regras adequadas no sentido de reduzir a heterogeneidade ou definir possíveis subtipos de produtos futuramente.

A seguir são apresentados vários exemplos de regras estabelecidas no Regulamento de Uso de diferentes indicações geográficas.

i) Áreas de produção autorizadas

Em alguns casos, a área de produção autorizada de matérias-primas e do produto final coincide com a delimitada. No entanto, há casos em que pode haver restrições no território destinado à produção de matéria-prima e, ou produto devido à presença de unidades de conservação no interior do território demarcado, devido à determinação de altitudes mínima ou máxima para o cultivo de matérias-primas, dentre outras possibilidades. O exemplo a seguir ilustra uma situação em que a área autorizada para a produção diverge da área delimitada (APACAP, 2006b):

Dentro da área delimitada no Município de Paraty, ficam autorizadas para produção as áreas que estejam fora das áreas de reserva e parque. Nas áreas compreendidas pelo Parque Nacional da Serra da Bocaina e pela Reserva Ecológica da Joatinga o cultivo e produção de cana e cachaça é proibido pela IPPC e, na área compreendida pela A.P.A. do Cairuçú é permitida desde que sejam respeitadas as normas da APA.

Em outras situações, é possível permitir que alguma(s) etapa(s) do processo (acondicionamento, envelhecimento, beneficiamento ou maturação, por exemplo) seja realizada fora dos limites estabelecidos, como no exemplo a seguir (ASPROVINHO, 2008).:

“Os produtos da I.P. Pinto Bandeira serão obrigatoriamente elaborados, envelhecidos e engarrafados na Área Geográfica Delimitada, conforme definido no Art. 1º. Especificamente para o Vinho Moscatel Espumante será autorizada a tomada de espuma” e engarrafamento dentro da área político-administrativa compreendida pelos municípios da Serra Gaúcha, procedimento que estará sujeito ao controle do Conselho Regulador.”

ii) Descrição do produto

Na descrição do produto podem ser levadas em conta: tipos de produtos permitidos, variedades/ raças de matérias-primas autorizadas, características físico-

químicas, características microbiológicas, características sensoriais, etc. A seguir são citados alguns exemplos.

- Tipo de produto:

São protegidos pela I.P. Pinto Bandeira os seguintes produtos vitivinícolas, segundo definição estabelecida na legislação brasileira de vinhos: Vinho Tinto Seco, Vinho Branco Seco, Vinho Rosado Seco, Vinho Leve, Vinho Espumante Natural, Vinho Moscatel Espumante, Vinho Licoroso (APROVALE, 2008).

- Características do produto:

Azeite virgem extra obtido do fruto da oliveira (Olea Europaea L.) das seguintes variedades: Nevadillo Negro, Picual, Lechín de Sevilla, Picudo e Carrasqueño de la Sierra. A variedade autóctone Nevadillo Negro, quando superior a 10 %, e a variedade Picual são consideradas as variedades principais, representando em conjunto mais de 98 % da mistura de azeite (REGULAMENTO DE USO DO AZEITE MONTORO-ADAMUZ⁸).

As características da carne depois do abate são: Animais até 24 meses: Cor vermelha rosada com gordura branca, textura fina; Animais de 24 a 42 meses: Cor vermelha rosada com gordura de coloração cremosa e textura fina. A carne com acabamento recomendado possui moderado marmoreio intramuscular (APROPAMPA, 2005).

Requisitos mínimos do produto final: Quebrados: até 4 %; Defeitos Gerais Agregados: até 1,50 %; Umidade: Até 12,5 %; Brancura: > 38 (base medidor de brancura MBZ1); Polimento: > 90 %; Impureza: zero (APROARROZ, 2008).

iii) Métodos de processamento

De acordo com Cerdan et al. (2010), o regulamento técnico não considera o conjunto das operações e as práticas estabelecidas pelos agentes para obter o produto.

⁸ Disponível em:

< <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2010:125:0019:0022:PT:PDF> >

Ela descreve unicamente as etapas ou as práticas que são essenciais para a manutenção das características do produto, como por exemplo, tempo de envelhecimento, agentes fermentativos utilizados. Estas etapas devem ser coerentes com as partes do Regulamento de Uso que comprovam a relação da ligação com a origem.

A Tabela 6 apresenta alguns exemplos de definições técnicas estabelecidas pelas indicações geográficas brasileiras.

Tabela 6- Exemplos de especificações técnicas adotadas por indicações geográficas brasileiras.

Especificação	Exemplo
Origem da matéria-prima	1- “Os produtos da I.P. Vale dos Vinhedos deverão ser elaborados com um mínimo 85% de uvas produzidas na área geográfica delimitada, conforme Art. 1º” (APROVALE, 2001). 2- “[...] é permitida a entrada de animais para fazerem parte da Indicação de Procedência de fora da região, sendo para isto exigida a permanência por no mínimo 12 meses na área delimitada” (APROPAMPA, 2005).
Raças ou variedades	1- “Todas as cultivares de cana-de-açúcar poderão ser utilizadas na produção da cachaça de Paraty” (APACAP, 2006b). 2- “O gado apto para fornecer a carne com destino a Indicação de Procedência “Carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional [...] procede único e exclusivamente das raças Angus e Hereford ou cruzas entre elas” (APROPAMPA, 2005).
Insumos (produtos de origem vegetal), alimentação (produtos de origem animal), controle de pragas e doenças	“A alimentação dos animais amparados por esta indicação geográfica se realiza basicamente em pastagens nativas e pastagens nativas melhoradas, podendo também ser terminados em pastagens cultivadas de inverno, nativas ou exóticas, em regime extensivo”. Não são permitidos o uso de pastagens cultivadas de verão e suplementação alimentar com grãos no último ano antes do abate do animal”. (APROPAMPA, 2005).

Tabela 6- Continuação...

Sistemas de produção/ Manejo dos animais	1- “Os animais devem permanecer livres todo o ano” (APROPAMPA, 2005). 2- “São autorizados sistemas de condução horizontais e verticais devendo ser conduzidos de forma a buscar o aprimoramento qualitativo da uva e dos produtos elaborados. O sistema latada, somente é autorizado se for aberto, excluindo-se as latadas fechadas, segundo critérios de enquadramento a serem definidos em norma interna do Conselho Regulador” (ASPROVINHO, 2008).
Características das matérias-primas	1- “São exigidas as respectivas características nos animais para originarem o produto final que dará origem à carne do pampa gaúcho da campanha meridional (APROPAMPA, 2005): - Idade dos animais: Machos castrados e fêmeas, até 42 meses comprovados pelo sistema de rastreabilidade, que corresponde à arcada dentária com 6 dentes sem queda dos cantos; - Acabamento de gordura: Mínimo de 3 mm para machos e fêmeas; [...] - Peso mínimo das carcaças: machos, 2, 4 e 6 dentes: 210 Kg, 220 Kg e 230 Kg, respectivamente ; fêmeas, 2,4 e 6 dentes:180 Kg.” 2- “Os padrões de qualidade mínimos das uvas autorizadas para vinificação são: para vinhos tintos 18º Babo; para vinhos brancos e espumante natural 16º Babo; para moscatel espumante 14º Babo” (ASPROVINHO, 2008).

Tabela 6- Continuação...

Produtividade das áreas de cultivo de matéria-prima	1- “No sistema em latada, a produtividade máxima será de até 12 t/ha (toneladas por hectare) para uvas destinadas à elaboração de vinhos tintos, de vinhos brancos e de espumante natural; a produtividade máxima será de 14 t/ha para uvas destinadas à elaboração de moscatel espumante. Para vinhedos em espaldeira e em Y, a produtividade máxima será de 9 t/ha, independentemente do produto a ser elaborado” (ASPROVINHO, 2008).
Processamento	“Na chegada ao frigorífico, os animais destinados ao programa serão relacionados em separado. Os animais deverão permanecer em dieta hídrica 24 horas antes ao abate” (APROPAMPA, 2005).
Equipamentos	“Padrões para materiais: Alambiques totalmente em Cobre ou Mistos. Para o caso dos Alambiques Mistos, estes poderão ser fabricados somente em Aço-Inoxidável AISI-304 (ou Aço de Qualidade Superior), entretanto, com colunas interna e /ou externa em Cobre” (APACAP, 2006b).

Fonte: Elaborado pela autora.

iv) Apresentação do produto

Normas de rotulagem estão comumente presentes nos regulamentos de uso das indicações geográficas brasileiras, provavelmente com o objetivo de padronizar os produtos comercializados de modo a facilitar a distinção pelos consumidores no mercado. Por exemplo, foi estabelecido pela APROARROZ que os produtos embalados da DO Litoral Norte Gaúcho terão identificação na embalagem, conforme norma que segue: identificação do nome geográfico, seguido da expressão Denominação de Origem (APROARROZ, 2008):

LITORAL NORTE GAÚCHO

Denominação de Origem

A ASPROVINHO, visando diferenciar a apresentação dos vinhos junto ao mercado consumidor, estabeleceu no Regulamento de Uso desta IG que os vinhos com direito à Indicação de Procedência de cada vinícola deverão utilizar, nas garrafas, rótulos e/ou padrões de rotulagem distintos daqueles utilizados nos vinhos sem direito à Indicação de Procedência. De preferência os vinhos utilizarão marcas exclusivas para os produtos qualificados com IP (ASPROVINHO, 2008).

Em geral, as normas de rotulagem também definem as regras de colocação dos selos de controle nos produtos, estabelecendo a quantidade a ser recebida pelo produtor, as condições de recebimento, o local que deve ser posto na embalagem do produto, entre outras regras. Alguns exemplos são apresentados a seguir:

Receberão o selo de controle, os produtos que tiverem sido aprovados pelo Conselho Regulador da Denominação de Origem, após efetuados os controles estabelecidos pelo mesmo. [...] Os produtos não protegidos pela D.O. Litoral Norte Gaúcho não poderão utilizar as identificações especificadas neste artigo. Quando procedentes do Litoral Norte Gaúcho tais produtos poderão apenas conter o endereço no rótulo, conforme normas fixadas pela Legislação Brasileira, sem ressaltar o apelo geográfico (APROARROZ, 2008).

[...] o selo de controle será colocado na embalagem dos produtos. O referido selo conterá os seguintes dizeres: “Conselho Regulador da Indicação de Procedência Pampa gaúcho da Campanha Meridional”, bem como o número de controle. O selo será fornecido pelo Conselho Regulador mediante o pagamento de um valor a ser definido por seus membros. A quantidade de selos deverá obedecer a produção correspondente a cada associado inscrito na I.P. Pampa Gaúcho da Campanha Meridional (APROPAMPA, 2005).

[...] o selo de controle será colocado no bico dos produtos engarrafados, junto à rolha. O referido selo de controle, de cor e formato padronizado para a Indicação de Procedência, conterá os seguintes dizeres: “Pinto Bandeira, Indicação de Procedência PB, Conselho Regulador nº”, seguido no número de controle (ASPROVINHO, 2008).

Etapa 3: Controles e métodos de controle

A definição da estrutura de controle não é só uma condição imprescindível para o pedido de registro ao INPI, mas também uma estratégia coletiva para garantir o bom desempenho da IG e também evitar conflitos e desvios que podem aparecer no futuro (CERDAN et al., 2010).

A verificação da qualidade do produto é baseada no controle documentado da matéria-prima, dos processos e do produto final a fim de se ter garantida a rastreabilidade. O controle pode ser realizado pelos próprios produtores (autocontrole), pelo conselho regulador (controle interno) ou por certificadoras (controle externo).

A APROARROZ (2008), por exemplo, estabelece que:

A indústria beneficiadora deverá manter controles através de ensaios dos produtos certificáveis e certificados, bem como um sistema de registro destes controles, a fim de garantir o atendimento dos requisitos do produto estabelecidos neste regulamento. O Conselho Regulador da APROARROZ deve verificar se o número de amostras estabelecidas pela indústria beneficiadora, bem como o padrão de amostragem e os tipos de ensaios realizados são suficientes para garantir a conformidade do produto no mercado, de acordo com o presente regulamento. Os ensaios de controle de produção poderão ser realizados em laboratórios da indústria beneficiadora podendo esporadicamente receber controle externo, solicitado e indicado pelo Conselho Regulador da APROARROZ.

Esta ação de controle é importante, pois, segundo Cerdan et al. (2010), uma atuação não firme e precisa do Conselho Regulador poderá levar uma perda de credibilidade da IG assim como a um enfraquecimento desse importante instrumento de valorização e promoção do produto.

É interessante acrescentar no Regulamento de Uso os direitos e obrigações dos inscritos na IG, bem como descrever as infrações e as penalidades (advertência, multa, suspensão) a que estão sujeitos os integrantes, caso descumpram alguma regra estabelecida.

Ressalta-se ainda que a elaboração deve ser realizada pelos próprios produtores, embora geralmente seja necessária a presença terceiros neste processo. De acordo com Cerdan et al. (2010), numerosos técnicos, pesquisadores, representantes administrativos participam da redação do regulamento técnico, sendo que as suas contribuições (estudos técnicos) ajudam na decisão coletiva. Entretanto, segundo os autores, na Europa e em

outros países, vem se constatando uma tendência desses técnicos quererem impor sua visão de como fazer e definir todas as regras, inclusive privilegiando a qualidade sanitária dos produtos, buscando o defeito “zero”, e esquecendo-se de outros elementos importantes.

d) Delimitação da área da indicação geográfica

A Resolução nº 75/00 do INPI estabelece que o pedido de registro de uma IG deve conter um instrumento oficial que delimite a área geográfica e que deve ser expedido pelo órgão competente de cada Estado, sendo competentes, no Brasil, no âmbito específico de suas competências, a União Federal, representada pelos Ministérios afins ao produto ou serviço distinguido com o nome geográfico, e os Estados, representados pelas Secretarias afins ao produto ou serviço distinguido com o nome geográfico (INPI, 2000).

No entanto tem-se verificado que, além dos Ministérios e Secretarias, outras entidades vêm se responsabilizando por esta etapa do processo, como é o caso do Vale dos Vinhedos, cuja delimitação foi realizada pela parceria entre a UCS e a EMBRAPA Uva e Vinho, e do Café da Região do Cerrado Mineiro, cuja área foi delimitada através de uma Portaria do IMA, baseada em estudos realizados pela EPAMIG.

Em consonância com o observado, Da Silva et al. (2010) defendem que a condução de pesquisas e estudos científicos justifica a participação de professores universitários, pesquisadores e estudantes que realizam teses, dissertações e trabalhos científicos relacionados com o tema.

Não há um padrão ou modelo geral para a realização da demarcação da área de uma indicação geográfica, isto é, a delimitação pode se distinguir de um caso para o outro, dependendo de fatores como a espécie de IG pretendida (IP ou DO), do grau de transformação e dos fatores que conferem o diferencial ao produto.

Por exemplo, para um produto como o café, é importante que se leve em consideração a área onde as plantações estão localizadas e não as áreas beneficiadoras do produto, desde que as etapas posteriores à colheita não se constituam em um diferencial do produto. Já em um caso hipotético em que a região tenha se tornado conhecida pela qualidade da cachaça produzida é interessante fazer a demarcação da área da IG baseado na localização dos alambiques e não dos canaviais, desde que a matéria-prima, neste caso, não se constitua no diferencial do produto. Esta é a realidade

de algumas IGs brasileiras que permitem a utilização de matéria-prima de áreas externas à região delimitada.

No caso das denominações de origem, o fator território surtirá efeito somente se a delimitação for realizada com precisão, resultando em um território físico homogêneo, do ponto de vista das suas características naturais, das variedades ou raças locais adaptadas e do ponto de vista cultural, de *saber-fazer* local, transmitido de geração para geração. Presume-se, dessa forma, que a delimitação deve ser feita de forma mais cuidadosa, já que a influência do meio geográfico é grande. Dessa forma, estudos criteriosos devem ser realizados, de forma a incluir toda área que possua as características que conferem o diferencial do produto e excluir todas as regiões que não possuam tais qualidades.

Já no caso da IP, outros elementos podem ser utilizados na delimitação da região, como características sócio-econômicas, localização das propriedades, o levantamento histórico e cultural, entre outros. Mas é comum a caracterização ambiental (solo, clima e vegetação predominantes) da área demarcada, mesmo que sejam outros os fatores determinantes para o estabelecimento das fronteiras.

É importante ressaltar que a região delimitada de uma IG não precisa ser contínua, como é o caso da região do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional (Figura 64). Além disso, não há restrições para as dimensões da área demarcada, basta que a região tenha homogeneidade nos itens relevantes que caracterizam o produto da IG.



Figura 64- Localização da área delimitada da IP do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional.

Fonte: (VITROLLES, 2007).

Os limites da área geográfica não precisam ser, necessariamente, divisas administrativas (município, distritos, estados, regiões, microrregiões). Em muitos dos casos, apenas parte de municípios são incluídas na região delimitada e pode haver situações em que a área demarcada abrange mais de uma Unidade Federativa, como a vivenciada pela região do Vale do Submédio do São Francisco, cuja área abrange parte dos estados da Bahia e Pernambuco. Podem ser usados elementos do relevo (montanhas, vales, planaltos, planícies), altitude, hidrografia (rios, riachos, lagoas), vegetação, entre outros.

Zoneamentos anteriores também podem ser utilizados no auxílio da delimitação da área da IG, como o caso da região cafeeira do Cerrado Mineiro e aquelas produtoras do queijo do Serro e do Canastra. A presença de áreas de preservação ambiental – unidades de conservação, parques nacionais e estaduais-, irrigadas ou urbanas pode contribuir para a definição das fronteiras de uma IG.

A Tabela 7 sintetiza alguns critérios que podem ser utilizados simultaneamente para a delimitação de regiões com IG.

Tabela 7- Critérios utilizados na delimitação das indicações geográficas.

Critério	O que é?	Que meios utilizar?
1- Fatores ambientais e ecológicos	Elementos naturais - físicos químicos e biológicos - relacionados ao <i>terroir</i> do produto.	- Mapas de composição de solo e composição florística, de relevo, climáticos e meteorológicos; - Pesquisas <i>in loco</i> .
2- Fatores humanos	Técnicas de elaboração tradicionais que influem e diferenciam a qualidade do produto.	- Levantamento do “saber-fazer” por meio de entrevistas aos produtores, pesquisa em livros e documentos de produtores, etc.
3- Realidade econômica histórica	Localização dos primeiros produtores, estatísticas de produção antigas	- Investigação por meio de entrevistas e coleta de documentos (referências do nome geográfico em livros, enciclopédias, romances, estatísticas oficiais, etc).

Tabela 7- Continuação...

4- Realidade econômica atual	Localização dos produtores atuais, quantidades de produto elaborado e comercializado, etc	- Investigação através de entrevistas a produtores, comerciantes e exportadores, entidades de assistência municipais, estaduais ou nacionais, e documentos oficiais
5- Origem das matérias-primas	Definição das áreas destinadas à produção das matérias-primas, levando-se em conta fatores ecológicos, influência nas características diferenciais do produto final, volumes de produção atual e potencial de expansão futura.	- Estudos científicos sobre a influência da matéria-prima no <i>terroir</i> do produto. - Entrevistas e discussões coletivas entre fornecedores de matérias-primas e elaboradores do produto final.
6- Estágios de produção	Definição das etapas que devem ser realizadas totalmente dentro da área a ser delimitada: matéria beneficiamento, operações posteriores à elaboração (maturação, envelhecimento), condicionamento, estocagem.	- Discussões técnicas a respeito da influência de cada etapa na qualidade do produto. - Entrevistas e discussões coletivas com as partes interessadas.

Tabela 7- Continuação...

7- Divisão em áreas	Divisão em três áreas entremeadas: - “área coração”: 100% dos produtos apresentam características homogêneas específicas; - “fora da área”: região onde não se encontra mais a características específica do produto; - “área intermediária”: foco de estudos e pesquisas complementares	- Pesquisas científicas <i>in loco</i>; - Entrevistas com produtores, comerciantes, consumidores
8- Zoneamentos existentes	Áreas de proteção ambiental, zonas urbanas, delimitação administrativa e zoneamentos anteriores realizados por instituições de pesquisa	- Lista de unidades administrativas locais, comunidades, microrregiões; - Pesquisas bibliográficas; - Consultas às legislações federal, estadual e municipal

Em resumo, é fundamental que a delimitação da área seja justificada de forma clara e plausível, devendo ser evitadas as influências políticas que podem resultar na exclusão de produtores legítimos e a inclusão daqueles que por razões geográficas, históricas ou culturais não deveriam fazer parte da IG. De acordo com Da Silva et al. (2010) a demarcação deve ser realizada e respaldada por argumentos técnicos oficiais (como resultados de estudos e pesquisas), constando em relatório os fatores naturais (clima, solo, relevo, vegetação, paisagem, etc).

Passo 10- Encaminhamento do processo ao INPI

A Resolução INPI nº 75/00 estabelece as condições para o registro das Indicações Geográficas, as quais deverão ser requeridas em formulário próprio, integralmente preenchido, constando (INPI, 2011):

- Dados do Requerente;
- Espécie de indicação geográfica pretendida: deverá optar entre a Indicação de Procedência e a Denominação de Origem;
- Nome da área Geográfica, Apresentação e Natureza: informar qual será o nome geográfico que busca proteger, como é apresentado e qual a natureza do objeto da proteção, se é produto ou serviço;
- Delimitação da Área Geográfica: conforme o definido no instrumento oficial de delimitação da área geográfica, definindo os limites físicos da indicação geográfica;
- O produto ou serviço produzido na área delimitada: qual é o objeto da proteção.

Todos os pedidos deverão conter os seguintes documentos instrutores, anexados ao pedido de registro:

- Instrumento comprobatório da legitimidade requerente;
- Cópia dos atos constitutivos (ex.: estatuto social) do requerente e da última ata de eleição;
- Cópias do documento de identidade e de inscrição no CPF do representante legal da entidade requerente;
- Regulamento de Uso do nome geográfico;
- Instrumento oficial que delimita a área geográfica;
- Descrição do produto ou serviço;
- Características do produto ou serviço;
- Comprovante do recolhimento da retribuição devida ao INPI;
- Procuração, no caso de existir procurador;
- Etiquetas, quando se tratar de representação gráfica ou figurativa da indicação geográfica ou representação geográfica de país, cidade, região ou localidade do território;
- Comprovação de estarem os produtores ou prestadores de serviços estabelecidos na área geográfica objeto do pedido e exercendo efetivamente a atividade econômica que buscam proteger;

- Existência de uma estrutura de controle sobre os produtores ou prestadores que tenham o direito ao uso exclusivo da Indicação Geográfica bem como sobre o produto ou o serviço por ela distinguida.

Além dos documentos e informações supracitados, o pedido deverá apresentar informações e provas específicas, de acordo com a espécie de indicação geográfica pleiteada, a saber:

1- Para Indicação de Procedência:

- Comprovações de que a localidade tornou-se conhecida como centro de extração, produção ou fabricação do produto ou como centro de prestação do serviço, como por exemplo, reportagens de jornais e revistas, artigos científicos, livros, músicas entre outros;

2- Para Denominação de Origem:

- Descrição das qualidades e características do produto ou serviço que se devam exclusiva ou essencialmente, ao meio geográfico, incluindo fatores naturais e humanos;
- Descrição do processo ou método de obtenção do produto ou serviço que devem ser locais, leais e constantes.

Preenchido o formulário, que está disponível Portal do INPI na internet, efetuado o pagamento das taxas estabelecidas⁹ e reunidas as comprovações adequadas, conforme o caso, o requerente deverá submeter toda a documentação ao INPI, através de sua sede, delegacias regionais ou ainda por via postal, com aviso de recebimento (AR), para o endereço: Praça Mauá nº 7, Cidade do Rio de Janeiro/RJ - CEP 20081-240. A/C sala 905, DIRTEC/CGREG.

3.1.2 Considerações sobre o modelo proposto

O modelo proposto baseou-se em uma seqüência lógica de etapas genéricas que devem ser seguidas no intuito de alcançar o reconhecimento de uma indicação geográfica. No entanto, algumas etapas podem ser realizadas de forma simultânea, a exemplo da legalização dos produtores e levantamento histórico ou regulamento de uso.

⁹ Tabela de retribuições por serviços prestados pelo INPI disponível no seguinte endereço eletrônico: <<http://www.inpi.gov.br/menu-esquerdo/indicacao/como-registar/tabela-de-retribuicoes-new-version>>

O que não se pode deixar que se perca é a unidade do processo, pois em muitas das vezes as etapas são executadas de forma esparsa e desorganizada prejudicando a compreensão global do procedimento de reconhecimento e gestão de uma IG pelos produtores. Além disso, a descontinuidade das ações poderá trazer consequências negativas para a mobilização desses agentes, e a credibilidade quanto ao reconhecimento da IG poderá ficar, dessa forma, seriamente abalada.

3.2 Avaliação do modelo proposto: Estudo de caso com os produtores de Cachaça de alambique da região de Ouro Preto - MG

3.3.1 Caracterização geográfica da região delimitada

A área geográfica da cachaça de alambique da região de Ouro Preto possui 2.425,075 km² e abrange parte dos municípios de Ouro Preto, Mariana, Itabirito, Ouro Branco, Rio Acima e Itaverava como pode ser observado pela Figura 65.



Figura 65- Projeção da delimitação da área geográfica sobre a distribuição política da região.

Fonte: UFV, 2010.

No entanto, os municípios de Ouro Preto, Mariana e Itabirito, como ressalta a Tabela 8, correspondem por mais de 90% da área delimitada.

Tabela 8- Área delimitada por município.

Município	Área da IG no município (km ²)	Porcentagem
Ouro Preto	993,24	40,90%
Mariana	880,61	36,30%
Itabirito	398,02	16,40%
Ouro Branco	107,74	4,50%
Rio Acima	36,49	1,50%
Itaverava	8,98	0,40%

Fonte: UFV (2010).

Cerca de 81% da região delimitada apresenta relevo ondulado, sendo que aproximadamente 39% é forte ondulado. As altitudes variam entre 300 e 1800 metros, no entanto, quase 80% situa-se na faixa que vai de 700 a 1300 metros acima do nível do mar (UFV, 2010).

3.3.2 Caracterização dos produtores

Como ilustrado na Figura 66, dentre os 24 (vinte e quatro) produtores que responderam o questionário, 62,% estão produzindo cachaça atualmente, 12,5% já produziram, mas no momento estão fora de operação, e 8,3% sequer possuem unidade produtiva, mas pretendem investir na atividade futuramente e 16,7%, embora não produzam cachaça, envelhecem, padronizam, acondicionam e comercializam o produto.

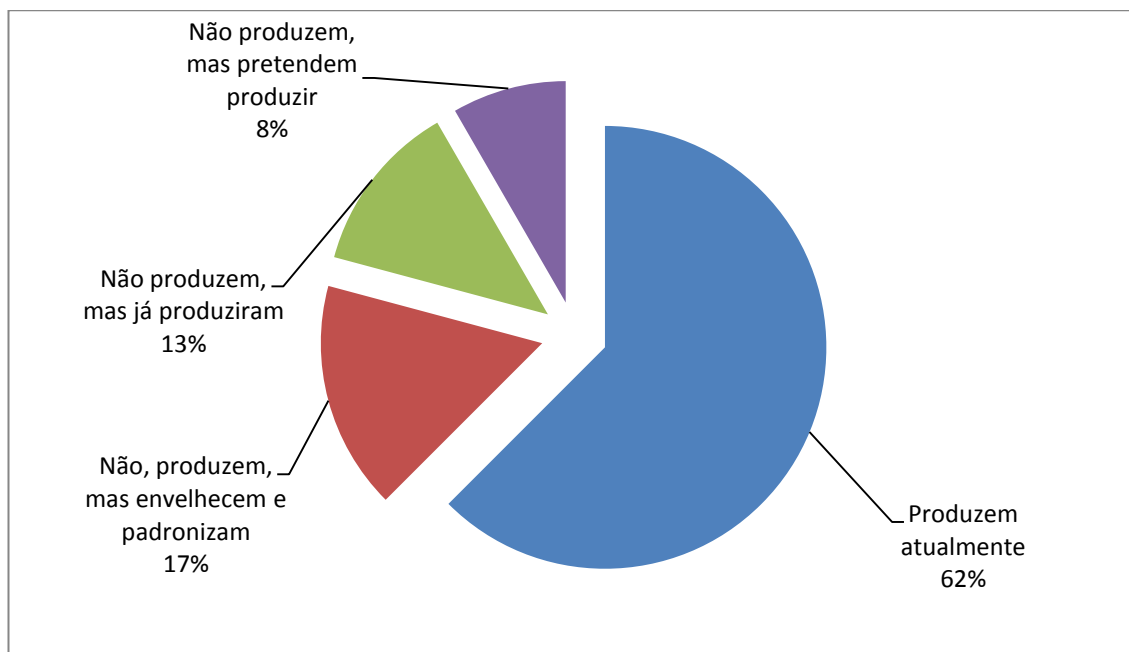


Figura 66- Situação produtiva das propriedades visitadas.

Dentre os 22 (vinte e dois) produtores que produzem ou já produziram cachaça, ou que padronizam e comercializam o produto, 54,5% declararam possuir registro do estabelecimento, 45,5% registro do produto no MAPA e 50% registro da marca no INPI.

Sabe-se que o índice de informalidade do setor da cachaça é bastante elevado no País. De acordo com Araújo (2006), no Brasil ultrapassa os 98% e em Minas Gerais, segundo a AMPAQ, citada pelo Jornal Correio de Uberlândia, é de 90% (SOARES, 2009). Os dados sobre legalização da atividade na região de Ouro Preto são, dessa forma, positivos, se comparados ao restante das regiões de Minas Gerais e do Brasil como um todo. No entanto, para a obtenção de selo de indicação geográfica, torna-se necessária a formalização da atividade, pois é o registro do produto e do estabelecimento no MAPA que permite a comercialização do produto. A legalização é, portanto, necessária para que um produtor tenha direito de usar o selo em seu produto.

A idade média dos proprietários é de 57 anos e 88% possuem ensino superior completo ou pós-graduação (Figura 67). Verifica-se, dessa forma, que os produtores de cachaça entrevistados possuem um alto grau de escolaridade.

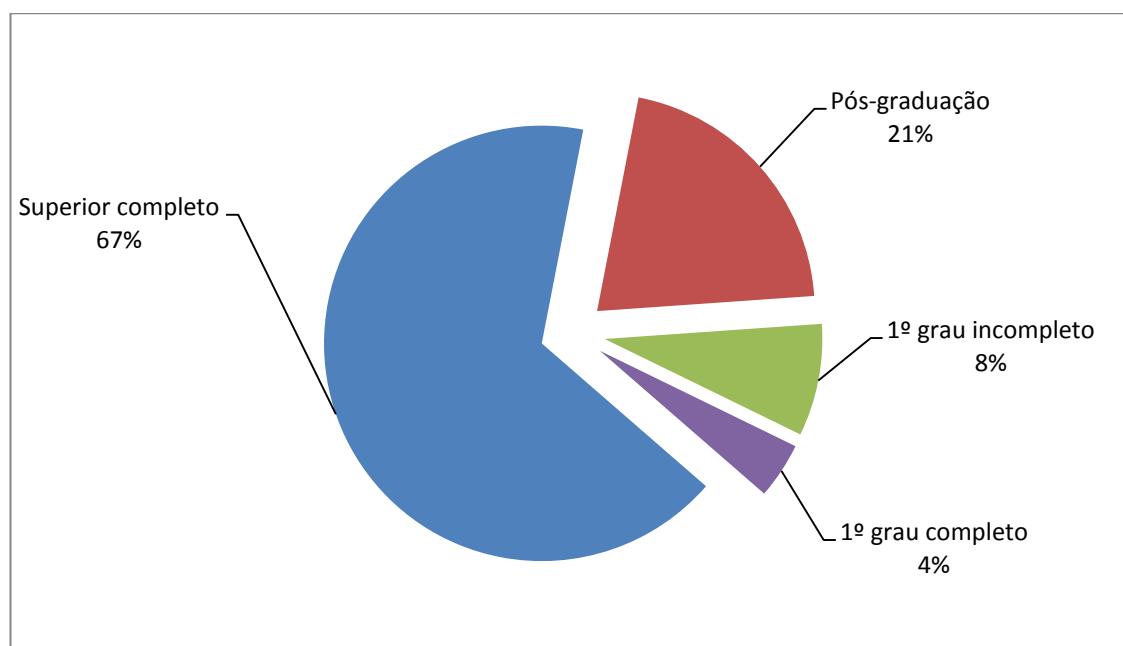


Figura 67- Grau de escolaridade dos produtores entrevistados.

Como ilustrado na Figura 68, apenas 9,1% dos proprietários não realizam outra atividade além da produção de cachaça; 22,7% executam outras atividades agropecuárias; 31,8% atuam também como profissionais autônomos; 13,7% são comerciantes; 4,6% são industriais e 50% realizam outras atividades, como, por exemplo, funcionalismo público, ou são aposentados.

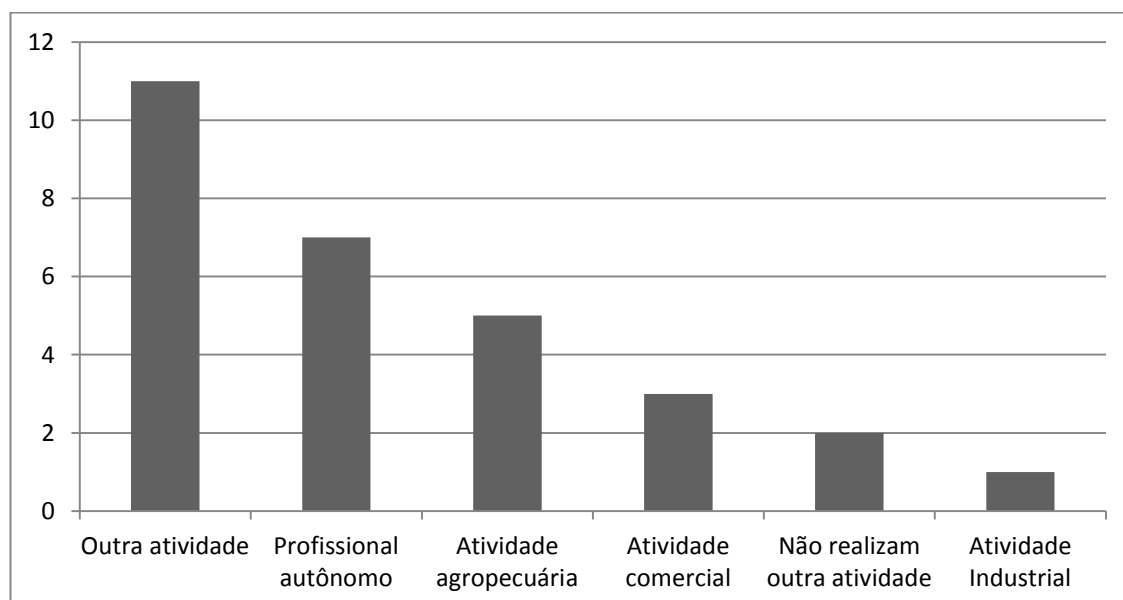


Figura 68- Atividades exercidas pelos produtores, além da produção de cachaça.

A cachaça não representa a principal fonte de renda de 91% dos entrevistados. Em 86% dos casos, o produto não representa sequer 25% da renda total dos

proprietários, sendo que em muitos desses casos, a renda gerada pela atividade é praticamente nula, pois muitos dos produtores ainda não comercializam seus produtos (Figura 69).

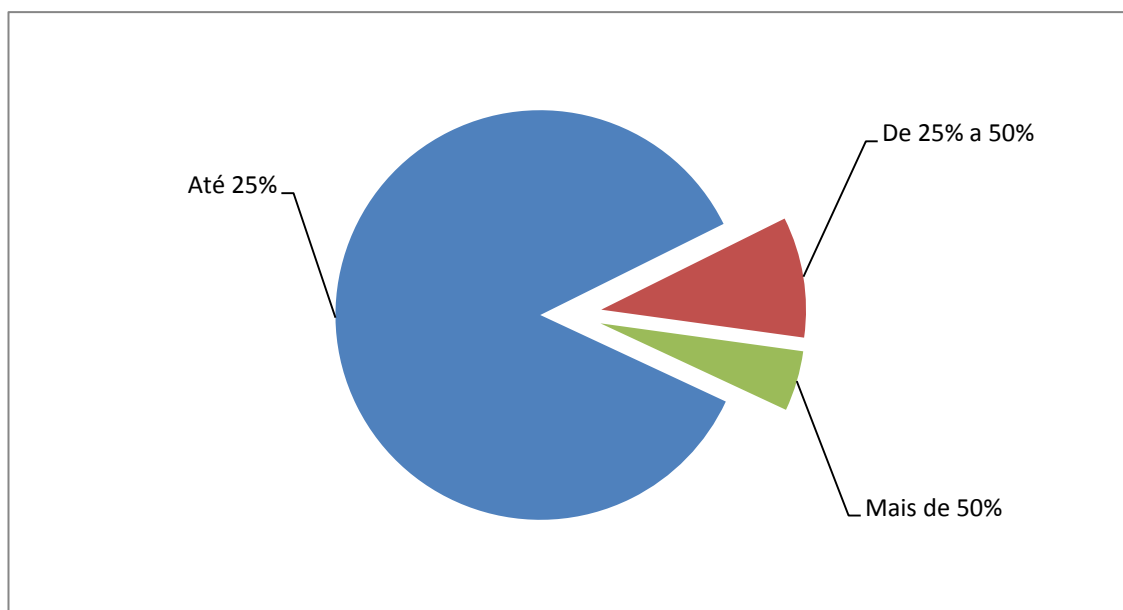


Figura 69- Porcentagem que comércio de cachaça representa na renda total do produtor.

Dentre os motivos que levaram os produtores a investir na produção de cachaça, como ilustrado na Figura 70, a crença no setor foi o principal, sendo citado por 63,64% dos entrevistados. A tradição na família foi mencionada por 36,36% dos entrevistados, 18,18% foram motivados pela diversificação da atividade rural, 9,09% iniciaram na atividade porque compraram fazenda com alambique e 22,73% dos entrevistados citaram outros motivos, como, por exemplo, o prazer de produzir (*hobby*) ou porque trabalhavam no setor sucroalcooleiro.

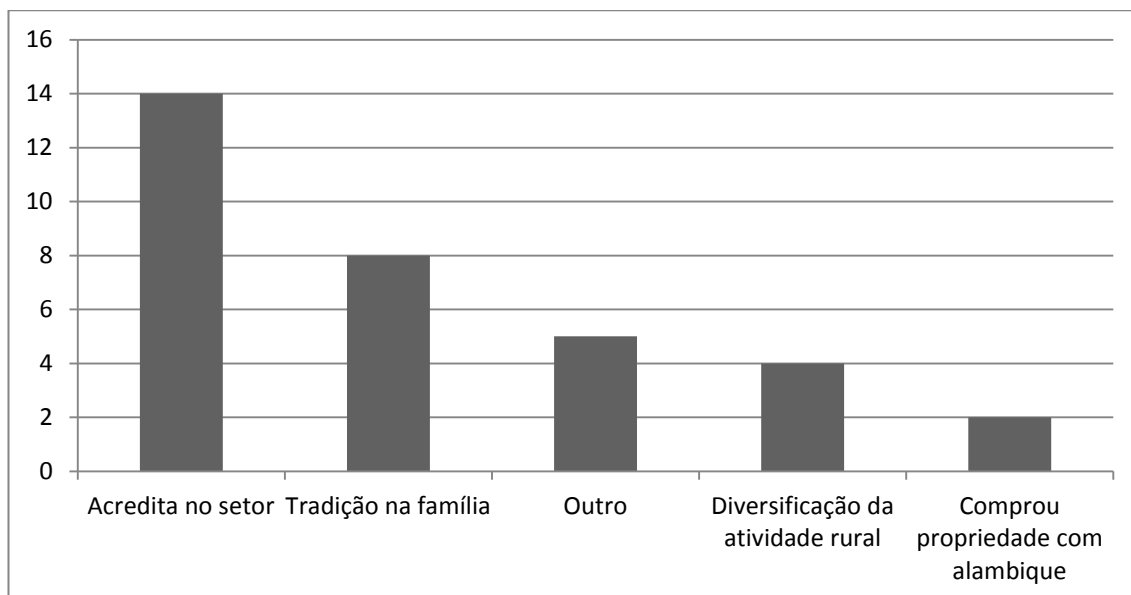


Figura 70- Motivos que levaram os entrevistados a produzirem cachaça.

A Figura 71 apresenta a distribuição do tempo de atividade dos produtores de cachaça entrevistados. Como podemos observar, a maioria dos pesquisados estão entre 5 e 20 anos no setor, sendo que o tempo médio ultrapassa 13 anos. O tempo mínimo na atividade observado é de 2 (dois) anos e o máximo, 35 (trinta e cinco) anos. Pode-se inferir, desta forma, que os produtores pesquisados são, de maneira geral, novatos no setor.

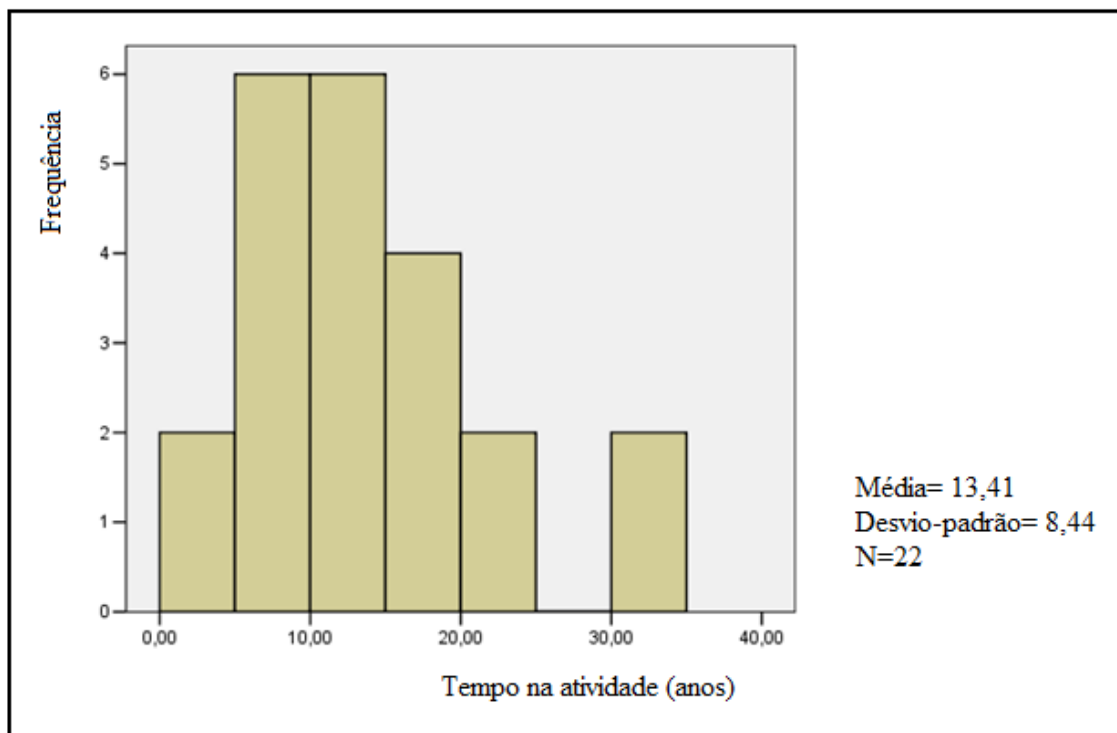


Figura 71- Distribuição dos produtores de acordo com o tempo de atividade no setor de cachaça.

A Tabela 9 apresenta a estatística descritiva das variáveis relacionadas ao porte das unidades produtivas das propriedades visitadas.

Tabela 9- Características das unidades produtivas visitadas.

	Média	Desvio-padrão	Mínimo	Máximo
Número de empregados familiares	0,2	0,9	0	4
Número de empregados permanentes	2,1	2,1	0	8
Número de empregados temporários	2,7	3,8	0	15
Capacidade produtiva (litros por safra)	42833,30	68277,33	1000	300000
Estoque atual (litros)	37366,70	68788,60	400	300000
Área do canavial (ha)	10	13,6	1	50

A capacidade produtiva média das unidades produtivas pesquisadas é de 68277,33 litros por safra. No entanto, observa-se grande discrepância entre as propriedades visitadas, uma vez que tem-se, por um lado, unidades com capacidade produtiva de 1000 litros por safra e, por outro, aquelas que produzem até 300000 litros por safra (Figura 72).



(a)



(b)

Figura 72- Unidades produtivas de cachaça de alambique com diferentes capacidades: a) grande porte; b) pequeno porte

No entanto, pode-se perceber, pela Figura 73, que a grande maioria das unidades produtivas é de pequeno porte, com produção máxima de 50000 litros por safra.

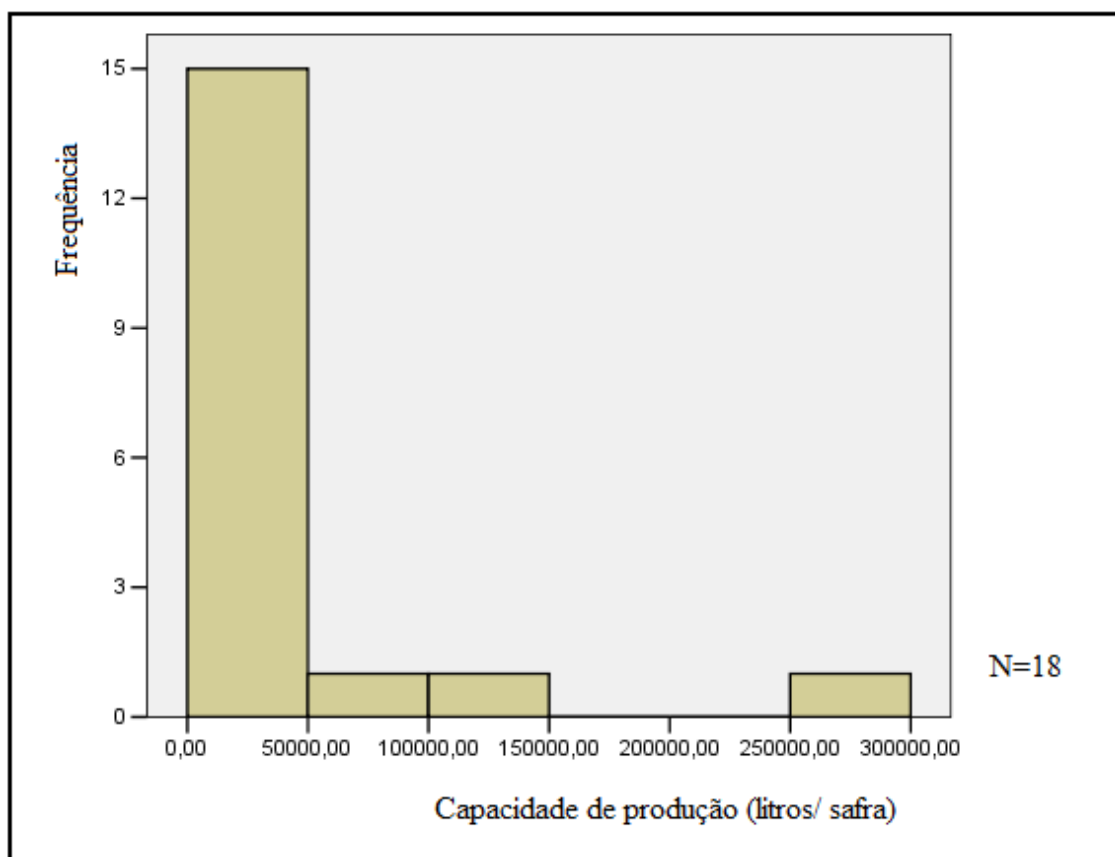


Figura 73- Distribuição dos alambiques de acordo com a capacidade produtiva.

O estoque de cachaça nas propriedades é também bastante heterogêneo: há produtor que tem estocado apenas 400 litros e produtor com estoque de 300000 litros. A média de quantidade de produto estocado é de 37366 litros. A Figura 74 ilustra a sala de envelhecimento de alguns dos produtores.



(a)



(b)

Figura 74- Adeegas: a) barris de carvalho; b) tonéis de jequitibá.

Dos proprietários que estão produzindo cachaça atualmente, 60% utilizam cana-de-açúcar proveniente exclusivamente da propriedade, 26,7% compram parte da

matéria-prima de terceiros e 13,3% utilizam somente aquela proveniente de outras propriedades. A região de Ponte Nova, Minas Gerais, foi a mais citada como fornecedora de cana-de-açúcar, embora a própria região de Ouro Preto também tenha sido mencionada. A área média dos canaviais das propriedades visitadas é de 10 hectares e as Figuras 75a e 75b ilustram canaviais de propriedades visitadas.



(a)



(b)

Figura 75- Canaviais em diferentes estágios de desenvolvimento: a) estágio inicial; b) estágio final.

Apenas 5% dos produtores utilizam mão-de-obra familiar, 80% possuem empregados permanentes e 45% possuem empregados temporários, contratados especialmente para a colheita da cana-de-açúcar, que é feita manualmente por todos os produtores que possuem canaviais.

3.3.3 Visão dos produtores sobre a cachaça produzida na região

Dos produtores pesquisados, 91,7% consideram a cachaça um produto tradicional na região de Ouro Preto, 62,5% acreditam que o produto da região possui reputação. A Figura 76 ilustra as causas dessa reputação na visão dos produtores

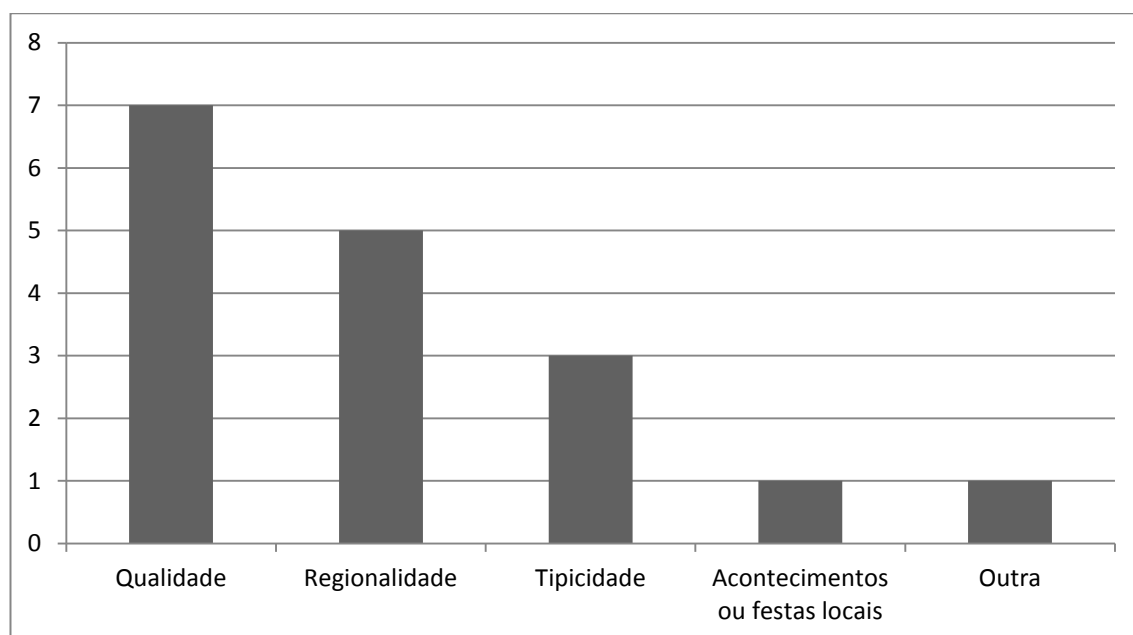


Figura 76- Causas da reputação da cachaça da região de Ouro Preto apontadas pelos produtores.

Como podemos observar, a qualidade diferenciada das cachaças foi citada como a principal causa da reputação adquirida pela cachaça da região. Fatores como a região produtora e a tipicidade foram também mencionados como responsáveis por essa notoriedade.

Cerca de 76% dos entrevistados afirmam que produzem cachaça de um modo específico e destes, aproximadamente 89% afirmam que utilizam esse “saber-fazer” ainda hoje na produção de cachaça. Todos os produtores afirmaram que os consumidores têm uma imagem positiva do seu produto e 86% dos entrevistados afirmam que a cachaça produzida por eles possui diferencial em relação ao produto dos demais proprietários de alambiques. A produção orgânica, a fabricação artesanal e em pequena escala, o uso de boas práticas de fabricação, o controle do processo produtivo, a tecnologia empregada, a madeira de envelhecimento, a adição de frutos e ervas aromáticas e características sensoriais (cor, leveza, maciez) foram alguns fatores mencionados como responsáveis pelo diferencial dos produtos.

Aproximadamente 91% dos entrevistados afirmaram que produzem cachaça de maneira homogênea, ou seja, respeitam sempre os mesmos padrões de produção, e apenas 52% dos pesquisados acreditam haver equidade entre os produtores da região, ou seja, nem todos produzem cachaça da mesma forma e com a mesma qualidade. Segundo alguns produtores, a discrepância é verificada entre produtores informais e os legalizados.

Mais da metade (55%) dos proprietários afirmam receber, ou já terem recebido em alguma ocasião, turistas interessados na produção de cachaça.

Apenas 30% dos entrevistados acreditam que a qualidade do produto esteja relacionada ao meio geográfico em questão. Dentre os fatores preponderantes foram mencionados o clima peculiar, o solo ácido, a matéria-prima utilizada e os agentes fermentativos.

3.3.4 Conhecimento dos produtores em relação às indicações geográficas

Dentre os 24 produtores que responderam o questionário, 91,7% afirmaram conhecer, ou já terem ouvido falar, o termo “indicação geográfica”, embora apenas 41,7% tenham declarado ter conhecimento sobre o caderno de normas ou Regulamento de Uso. Ou seja, o tema não é completamente novo para grande parte dos entrevistados, mas o conhecimento sobre o assunto parece ser bastante superficial.

A Figura 77 apresenta os principais benefícios esperados com o possível reconhecimento da IG na região. O reconhecimento por parte dos consumidores foi o item mais citado (28%), seguido pelo estímulo à melhoria qualitativa dos produtos (22%) e orgulho da relação produto e produtor (17%). É interessante notar, que os benefícios esperados mais citados não estão associados diretamente com aspectos econômicos, e, sim com aspectos humanos: satisfação e reconhecimento. O aumento do turismo, a facilidade de acesso a mercados e o aumento no preço do produto foram também citados, porém em menor proporção - 11% para cada um.

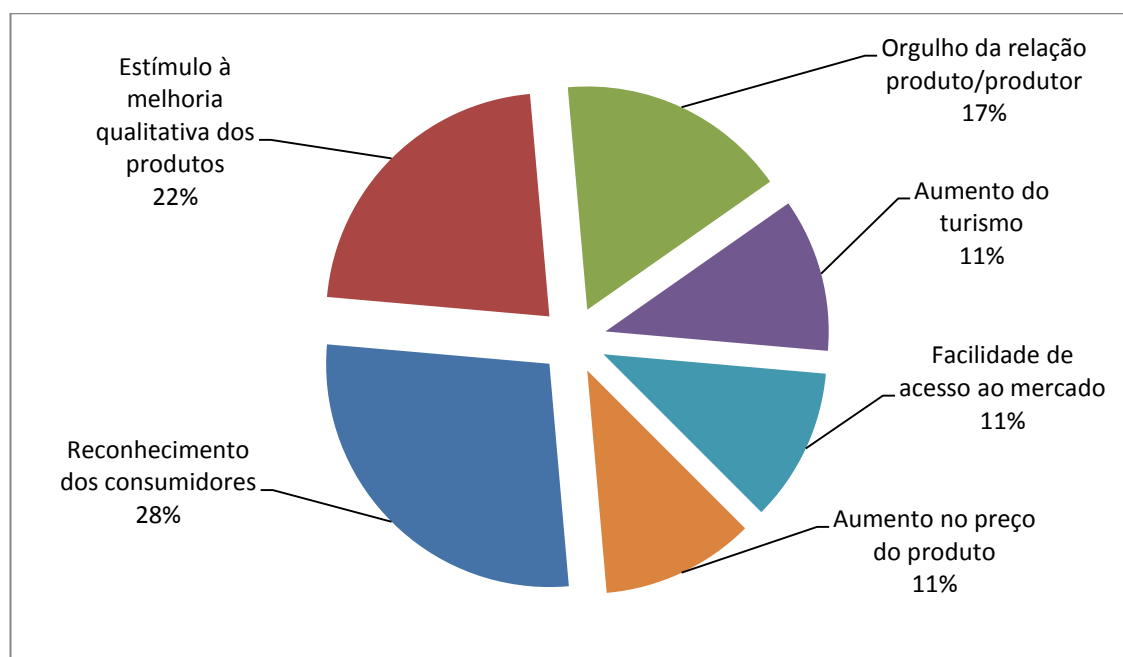


Figura 77- Principais benefícios esperados com o possível reconhecimento da indicação geográfica na região.

Todos os produtores entrevistados estariam dispostos a realizarem adequações a fim de obterem o reconhecimento da indicação geográfica.

3.3.5 Considerações sobre o processo de reconhecimento da região como IG

A concepção da idéia de buscar o reconhecimento da indicação geográfica parece ter partido da COOPCOP, no ano de 2008, possivelmente motivada pela conquista de Paraty, em 2007, da indicação de procedência da aguardente produzida na região. A partir de então, começaram-se os esforços para a concretização do projeto.

A mobilização dos produtores de cachaça locais parece não ter sido realizada de forma muito eficaz, pois, embora a maioria dos entrevistados, membros da cooperativa, tenha afirmado conhecer o termo “indicação geográfica”, percebe-se que o entendimento é, ainda, superficial, já que alguns declararam simplesmente que “já ouviram falar” em IG. É necessário, pois, um extenso trabalho de esclarecimento visando familiarizar os produtores com os conceitos relacionados à indicação geográfica, seu processo de reconhecimento, de gestão e controle. Há que se esclarecer aos produtores sobre o fato de que os resultados de uma IG nem sempre aparecem em curto prazo e há que se mobilizar aqueles que não são cooperados ou que não participam ativamente das atividades da cooperativa, já que a união entre eles é imprescindível para o sucesso da IG.

Por isso, a necessidade de mais eventos (seminários, *workshops*, cursos), visando o esclarecimento dos conceitos relacionados ao assunto e das dificuldades presentes em todo o processo, já que a construção de uma IG, normalmente, exige tempo e trabalho sério, até mesmo depois do reconhecimento, na gestão da IG.

A mobilização de parceiros foi concretizada na reunião realizada em outubro de 2008 com a finalidade de se discutir a implementação da IG da cachaça de alambique da região de Ouro Preto, que contou com a participação de representantes do SEBRAE, MAPA, EMATER, UFV, Prefeitura de Ouro Preto/Secretaria de Agricultura, COOCEM/MG, AMPAQ, FENACA, Câmara Técnica da Cachaça de Alambique do SEAPA, entre outros.

Praticamente metade das unidades produtivas está operando na clandestinidade, o que requer esforços no sentido de formalizá-las. Entidades, como a EMATER, o MAPA, a AMPAQ e universidades poderão auxiliar o processo legalização, apontando as mudanças necessárias (trocas de equipamentos, reformas estruturais, etc) e realizando cursos de capacitação para os produtores. Muito parece ter sido feito neste último quesito, pois, expressiva maioria dos entrevistados (aproximadamente 80%) declarou já ter participado de cursos sobre produção de cachaça realizados por entidades parceiras. Ressalta-se que alguns alambiques já estão se preparando para a formalização da atividade e já estão realizando obras estruturais e trocando equipamentos (Figura 78).



Figura 78- Reformas estruturais nas unidades produtivas para fins de atendimento à legislação.

Embora nem todos os produtores de cachaça abrangidos pela presente pesquisa façam parte da COOPCOP, a instituição já existe formalmente desde 2003 e poderá ser o agrupamento requerente da IG junto ao INPI. Ressalta-se a necessidade de possíveis adequações no estatuto, a fim de incluir o conselho regulador da IG como órgão social

da entidade. Também é interessante realçar a importância na melhoria da gestão do grupo, o que pode ser realizado com o auxílio do SEBRAE.

Pode-se presumir que uma espécie de grupo de trabalho foi formada durante a reunião realizada em outubro 2008, pois, de acordo com a ata, ficou determinado pelo MAPA e COOPCOP que a UFV iria apresentar a proposta técnica ao MAPA para realizar a etapa de “Delimitação da Área Geográfica” (recursos destinados do MAPA) e que a COOPCOP ficaria responsável pelo “Levantamento Histórico” (financiado pela COOPCOP).

Desta forma, o levantamento histórico foi feito pela Cooperativa, e, por decisão própria, foi complementada com documentos obtidos no Arquivo Público Mineiro em Belo Horizonte/MG pela equipe técnica da Delimitação Geográfica. Esta também reuniu documentos e reportagens de cachaças da região, a fim de comprovar a notoriedade destas.

Embora existam produtores que acreditam na relação entre as características naturais da região e a cachaça produzida, parece não haver, ainda, estudos que comprovem essa relação. Destaca-se a posição estratégica da região de Ouro Preto, próxima a três grandes universidades (UFOP, UFMG e UFV) que poderiam desenvolver pesquisas nesse sentido, de maneira a possibilitar o reconhecimento de uma DO para a região.

Não há, ainda, nenhuma iniciativa de elaboração do Regulamento de Uso, mas o levantamento realizado no presente estudo permitiu que fossem notadas similaridades no modo de produção de cachaça entre as diversas unidades produtivas visitadas, como, por exemplo, a unanimidade na utilização de alambiques de cobre e a utilização de fermento natural na etapa de fermentação. No entanto há questões polêmicas, como a definição da procedência da matéria-prima, a inclusão dos estandarizadores na IG, a adição de ervas, frutos, etc na cachaça, os padrões para o produto final, entre outros. Portanto, muito trabalho deve ser realizado no sentido de definir as regras de produção e estabelecer os controles necessários.

De acordo com a equipe técnica que realizou a delimitação da área geográfica, esta foi baseada no levantamento histórico realizado pela COOPCOP, complementado com reportagens e documentos históricos com relação à cachaça da região de Ouro Preto coletados pela equipe do projeto. Verifica-se claramente pela Figura 79, que elementos hidrográficos (bacias) foram também utilizados na definição das fronteiras.

ser concretizada. Neste período de tempo, ao que parece, não foi realizada nenhuma ação, que não o levantamento histórico, de responsabilidade da COOPCOP. A propósito, este parece ter sido elaborado sem nenhum tipo de auxílio profissional e as informações a respeito da produção de cachaça na região são praticamente inexistentes. Recomenda-se, portanto, que um levantamento histórico mais abrangente e rico seja realizado, a fim de tornar possível o reconhecimento da região pelo INPI como produtora de Cachaça de alambique.

Recentemente, a julgar pelas matérias envolvendo produtos da região publicadas em jornais, parece que a região começa a adquirir notoriedade. A presença de novos produtores, que, sem perder as características de produção artesanal da cachaça, vêm investindo bastante em tecnologia e qualidade, poderá vir a consolidar e ampliar tal reputação da região como produtora de cachaça de alambique de qualidade. Têm-se aí uma região com grande potencial de ser reconhecida como indicação de procedência.

4 CONCLUSÕES

O modelo proposto aplicado aos produtores de cachaça da região de Ouro Preto mostrou-se adequado para o preparo do processo de pedido de registro de uma indicação geográfica no Brasil.

O estudo de caso revelou que, embora a iniciativa já tenha sido tomada e alguns passos já terem sido dados no sentido de alcançar o reconhecimento da IG, há, ainda, muito a ser feito.

A intensificação de trabalhos de disseminação de informações e mobilização de produtores e parceiros, a formalização de um documento contendo o levantamento histórico e a comprovação de notoriedade e a elaboração do Regulamento de Uso da denominação “Região de Ouro Preto” são etapas que precisam ser concretizadas.

A união entre os próprios produtores e entre os produtores e as entidades parceiras é a peça-chave na conquista de uma indicação de procedência para a região de Ouro Preto.

Para o reconhecimento de uma denominação de origem, pesquisas aprofundadas têm ainda de ser realizadas e, portanto, a cooperação com instituições acadêmicas é fundamental. No presente momento a busca por uma IP seria mais adequada, embora não se descarte uma futura DO para a região.

5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

APACAP. Associação dos Produtores e Amigos da Cachaça Artesanal de Paraty. **Ata da Assembléia Geral** do dia 10 de outubro de 2006- Estatuto Social. Paraty, 2006a.

APACAP. Associação dos Produtores e Amigos da Cachaça Artesanal de Paraty. **Ata da Assembléia Geral** do dia 17 de outubro de 2006- Regulamento da Indicação Geográfica de Procedência da cachaça de Paraty. Paraty, 2006b.

APROARROZ. Associação de produtores de Arroz do Litoral Norte Gaúcho. **Regulamento de produção do arroz da denominação de origem “Litoral Norte Gaúcho”**. [2008?].

APROPAMPA. Associação dos Produtores de Carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional. **Regulamento técnico de qualidade da indicação de procedência da carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional**. [2005?]. Disponível em <<http://www.carnedopampagauchocom.br/index.php?secao=secao&mostraconteudo=5>>. Acesso em: 17 fev. 2011.

APROVALE. Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos. **Regulamento**. Bento Gonçalves, 2001.

ASPROVINHO. Associação dos Produtores de Vinho de Pinto Bandeira. **Regulamento de Uso do Nome Geográfico- Indicação de Procedência Pinto Bandeira**. [2008?].

ARAÚJO, B. S. **Causas e conseqüências da informalidade na cadeia produtiva da cachaça na microrregião de Itanhém- Bahia**. (2006). Monografia (Especialização). Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2006.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Indicação geográfica - Programas**. 2011a. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/portal/page/portal/InternetMAPA/paginainicial/desenvolvimento-sustentavel/indicacaogeografica/programas>>. Acesso em: 08 fev. 2011.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Indicação geográfica - Produtos potenciais**. 2011b. Disponível em <<http://www.agricultura.gov.br/portal/page/portal/Internet-MAPA/pagina-inicial/desenvolvimentosustentavel/indicacao-geografica/produtos-potenciais>>. Acesso em: 08 fev. 2011.

BRUCH, K. L.; VITROLLES, D; LOCATELLI, L. Estudo de caso: IP Vale dos Vinhedos, IP Paraty e IP Vale do Submédio São Francisco. In: CERDAN, C. M.; BRUCH, K. L.; DA SILVA, A. L. (Org). **Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio: Módulo II, indicação geográfica**. 2. ed. Brasília: MAPA, Florianópolis: SEaD/ UFSC/ FAPEU, 2010. p. 259- 297.

CERDAN, C. Valorização dos produtos de origem e do patrimônio dos territórios rurais no sul do Brasil: Contribuição para o desenvolvimento territorial sustentável. **Política & Sociedade**, n. 14, abr. 2009.

CERDAN, C.; DA SILVA, A. L.; VELLOSO, C. Q.; VITROLLES, D. Elaboração de Regulamento de Uso, Conselho Regulador e Definição do Controle. In: CERDAN, C. M.; BRUCH, K. L.; DA SILVA, A. L. (Org). **Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio: Módulo II, indicação geográfica**. 2. ed. Brasília: MAPA, Florianópolis: SEaD/ UFSC/ FAPEU, 2010. p. 159- 189.

CONSELHO DA UNIÃO EUROPÉIA. Regulamento (CE) nº 510 de 20 de março de 2006. Relativo à protecção das indicações geográficas e denominações de origem dos produtos agrícolas e dos gêneros alimentícios. **Jornal Oficial da União Européia**, n. L 093, p.12-25, 31 mar. 2006. Disponível em < <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:093:0012:0025:PT:PDF> >. Acesso em: 17 fev. 2011.

CONSELHO DA UNIÃO EUROPÉIA. Regulamento (CE) nº 110 de 15 de janeiro de 2008. Relativo à definição, designação, apresentação, rotulagem e protecção das indicações geográficas das bebidas espirituosas e que revoga o Regulamento (CEE) nº 1576/89 do Conselho. **Jornal Oficial da União Européia**, n. L 039, p.16-54, 13 fev. 2008. Disponível em < <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:039:0016:0054:PT:PDF> >. Acesso em: 17 fev. 2011.

CONSELHO DA UNIÃO EUROPÉIA. Regulamento (CE) nº 479/2008 de 29 de abril de 2008. Estabelece a organização comum do mercado vitivinícola e altera os Regulamentos (CE) nº 1493/1999, (CE) nº 1782/2003, (CE) nº 1290/2005 e (CE) nº 3/2008 e que revoga os Regulamentos (CEE) nº 2392/86 e (CE) nº 1493/1999. **Jornal Oficial da União Européia**, n. L 148, p.1-61, 06 jun. 2008. Disponível em < <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:148:0001:0061:PT:PDF> >. Acesso em: 17 fev. 2011.

DA SILVA, A. L.; CERDAN, C.; VELLOSO, C. Q.; VITROLLES, D. Delimitação Geográfica da Área: Homem, História e Natureza. In: CERDAN, C. M.; BRUCH, K. L.; DA SILVA, A. L. (Org). **Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio: Módulo II, indicação geográfica**. 2. ed. Brasília: MAPA, Florianópolis: SEaD/ UFSC/ FAPEU, 2010. p. 129- 158.

DIAS, J. F. D. V. R. **A Construção Institucional da Qualidade em Produtos Tradicionais**. 2005. 145 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade) - Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro.

INPI. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Resolução nº 75 INPI de 28 de novembro de 2000. Estabelece as condições para o registro das indicações geográficas. Disponível em < <http://www.inpi.gov.br/menu-esquerdo/indicacao/legislacao/resolucao-inpi-075-de-28-de-novembro-de-2000>>. Acesso em 17 fev. 2011.

INPI. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. **Indicação Geográfica - Como registrar**. Disponível em: < <http://www.inpi.gov.br/menu-esquerdo/indicacao/como-registar>>. Acesso em 08 fev. 2011.

NIEDERLE, P. A. Controvérsias sobre a noção de Indicações Geográficas enquanto instrumento de desenvolvimento territorial: a experiência do Vale dos Vinhedos em questão. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 47., 2009, Porto Alegre. **Anais eletrônicos...** Rio Branco: SOBER, 2009. Apresentação oral. Disponível em: <<http://www.sober.org.br/palestra/13/35.pdf>>. Acesso em: 31 mai. 2010.

PAULA, J. Territórios, redes e desenvolvimento. In: LAGES, V.; BRAGA, C; MORELLI, G (Org.). **Territórios em movimento: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva**. Rio de Janeiro: Relume Dumará; Brasília, DF: SEBRAE, 2004. p.73-84.

SOARES, E. Informalidade prejudica produção de cachaça. **Jornal Correio de Uberlândia**, Uberlândia, 21 mai. 2009. Disponível em: <http://www.correiodeuberlandia.com.br/texto/2009/05/21/37506/informalidade_prejudica_producao_de.html>. Acesso em: 01 fev. 2011.

VANDECANDELAERE, E. FILIPPO, A. BELLETTI, G, MARESCOTTI, A. **Linking people, places and products** - A guide for promoting quality linked to geographical origin and sustainable geographical indications. [S. L]:. FAO, 2009. 194 p. ISBN 978-92-5-106374-3.

VELLOSO, C.Q. **Indicação geográfica e desenvolvimento territorial sustentável: a atuação dos atores sociais nas dinâmicas de desenvolvimento territorial a partir da ligação do produto ao território (um estudo de caso em Urussanga, SC)**. 2008. 166 f. Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas) - Centro de Ciências Agrárias, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis.

VELLOSO, C. Q.; BRUCH, K.; CADORI, A. A.; LOCATELLI, L. Identificação dos produtos potenciais e organização dos produtores. In: CERDAN, C. M.; BRUCH, K. L.; DA SILVA, A. L. (Org). **Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio: Módulo II, indicação geográfica**. 2, Ed. Brasília: MAPA, Florianópolis: SEaD/ UFSC/ FAPEU, 2010. p.94-129.

VITROLLES, D. **Construction sociale et institutionnelle du lien à l'origine dans le cadre de l'émergence des Indications Géographiques au Brésil. Le cas de La viande do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional**. 2007. 144 f. Dissertação (Mémoire de Master 2 Recherche Etudes Rurales) - Faculté GHHAT, Département de Géographie, Université Lumière Lyon. Lyon (França).

UFV. Universidade Federal de Viçosa. **Delimitação da Área Geográfica da Cachaça de Alambique da Região de Ouro Preto e Modelagem de um Banco de Dados Geográfico**. LISBOA FILHO, J. (Coord). Departamento de Informática, Universidade Federal de Viçosa. Viçosa, 2010. Não publicado.

CONCLUSÃO GERAL

Com base no estudo realizado, pode-se concluir que as indicações geográficas brasileiras se encontram na fase embrionária de um desenvolvimento iniciado a partir da promulgação, no país, da Lei nº 9279, em 1996. A partir de então o país começou, efetivamente, a registrar IGs no INPI - Instituto designado pela referida Lei para esta finalidade.

Hoje, o reduzido número de IGs registradas, principalmente se comparado ao da União Européia, comprova a pouca experiência brasileira no assunto. Entretanto, o crescimento considerável do número de depósitos de pedidos de registro no INPI, em especial a partir de 2008, sugere o início de um desenvolvimento mais consistente das indicações no país.

Este estudo apontou lacunas na legislação brasileira referente à proteção e registro das IGs, como a questão da procedência das matérias-primas, as etapas que devem ser obrigatoriamente realizadas dentro da área delimitada, a definição dos nomes que tenham se tornado de uso comum, os conflitos com nomes de variedades vegetais, raças de animais e homônimos, a discriminação de itens (descrição do produto, Regulamento de Uso, descrição do método de elaboração), as alterações no caderno de especificações e cancelamento das IGs. Tais lacunas precisam ser revistas e aprimoradas para não afetar o tímido crescimento das indicações de origem no Brasil e possibilitar também o reconhecimento destas em nível internacional.

As primeiras IGs registradas no país parecem ter sofrido com o despreparo do órgão responsável pelo registro e, possivelmente, com a falta de apoio de outras instituições governamentais. Mas essa situação parece ter sido resolvida, já que os dados obtidos no levantamento realizado com as entidades titulares e requerentes revelaram forte atuação de diversos órgãos, inclusive no INPI, que vêm também atuando no fomento das IGs. Ainda assim, os principais entraves apontados foram a burocracia do processo de registro e a organização e legalização dos produtores.

Quanto à questão do controle e gestão das IGs, percebe-se que não existe no país, órgãos governamentais ou entidades certificadoras que atuem no sentido de comprovar o cumprimento das normas estabelecidas no Regulamento de Uso, o que pode afetar, no futuro, a credibilidade das IGs nacionais, perante os consumidores internos e o mercado internacional.

Verificou-se também pela pesquisa realizada que os perfis das IGs brasileiras são bastante heterogêneos, assim como também o foram os benefícios observados por elas em consequência do reconhecimento da indicação. Resultados positivos já puderam ser observados nas regiões com IG no país, como, por exemplo, a melhoria da qualidade dos produtos, a valorização de terrenos e o próprio reconhecimento por parte dos consumidores, possivelmente fomentado pela mídia espontânea gerada. No entanto, pode-se afirmar que a agregação de valor no produto com IG não é, ainda, um resultado observado no país, o que sugere que os consumidores brasileiros não conhecem ou valorizam produtos com identificação de origem. Também pôde-se observar que nem todas as entidades titulares têm-se valido do uso da IG e que a utilização destes selos nem sempre é a principal estratégia de *marketing* na promoção de seus produtos.

O modelo proposto para o preparo do processo de reconhecimento de indicações geográficas no Brasil, aplicado à situação vivenciada pelos produtores de cachaça de alambique da região de Ouro Preto, revelou-se adequado para esta finalidade.

Verificou-se, no entanto, por meio do estudo de caso realizado que as ações direcionadas ao registro de uma IG nem sempre são coordenadas, havendo pouca integração e descontinuidade entre elas. Além disso, há pouca participação de atores locais (produtores), embora grande número de entidades parceiras esteja envolvido no projeto.

Desta forma, pode-se concluir que são necessárias algumas atitudes para a consolidação das IGs no país, que começam por uma atualização da legislação referente ao assunto passando pela qualificação de profissionais, em especial aqueles vinculados às entidades parceiras, e pelo incentivo as pesquisas destinadas a estudar as relações entre produto e o meio geográfico no qual se insere.

APÊNDICES

APÊNDICE 1- Quadro comparativo das definições adotadas pelas legislações brasileira e da União Européia e pelo acordo ADPIC.

	Brasil- Lei nº 9.279/96)		União Européia- Regulamento nº 510/06)		União Européia- Regulamento nº 110/08)	União Européia- Regulamento nº 479/08)		OMC- Acordo ADPIC
Gênero	Indicação geográfica							Indicação geográfica
Espécie	Indicação de Procedência	Denominação de Origem	Indicação Geográfica	Denomina- ção de Origem	Indicação Geográfica	Indicação Geográfica	Denomina- ção de Origem	Indicação Geográfica
Nome a ser protegido	Nome geográfico	Nome geográfico	Nome geográfico	Nome geográfico	Nome geográfico	Nome geográfico	Nome geográfico	Qualquer indicação
Abrangência	Produto ou serviço	Produto ou serviço	Produtos agrícolas ¹ e gêneros alimentícios ²	Produtos agrícolas ¹ e gêneros alimentícios ²	Bebidas destiladas ⁴	Produtos vitivinícolas ³	Produtos vitivinícolas ³	Produto
Origem	País, cidade, região ou localidade de seu território	País, cidade, região ou localidade de seu território	Região, local determinado ou, em casos excepcionais, país	Região, local determinado ou, em casos excepcionais, país	Teritório de um país, ou de uma região ou lugar desse território	Região, local determinado ou, em casos excepcionais, país	Região, local determinado ou, em casos excepcionais, país	Teritório de um Membro, ou região ou localidade deste teritório
Fundamento	Tenha se tomado conhecido	Qualidades ou características	Qualidade, reputação ou outra característica	Qualidade ou outra característica	Qualidade, reputação ou outra característica	Qualidade, reputação ou outra característica	Qualidade e característica	Qualidade, reputação ou outra característica
Relação com o meio geográfico	Não necessária- mente	Fatores naturais e humanos	Não necessária- mente	Fatores naturais e humanos	Não necessariamente	Não necessária- mente	Fatores naturais e humanos	?
Etapas realizadas dentro da área geográfica delimitada	Extração, produção ou fabricação	?	Produção e/ou transformaçã o e/ou elaboração	Produção, transformaçã o e elaboração	?	Produção	Produção	?

APÊNDICE 1- Continuação...

Origem da matéria-prima	?	?	?	?	Área delimitada ou outras que também sejam delimitadas e que existam condições especiais para a produção	?	Pelo menos 85% das uvas devem ser provenientes da área geográfica delimitada	Exclusivamente da área geográfica delimitada	?
Espécie de matéria-prima	—	—	—	—	—	—	Vitis vinifera ou cruzamento desta com outra espécie do género <i>Vitis</i>	<i>Vitis vinifera</i>	—

¹Feno, óleos essenciais, cortiça, cochonilha (matéria-prima de origem animal), flores e plantas ornamentais, lã, vime, linho gramado.

²Cervejas, bebidas à base de extratos de plantas, produtos de padaria, de pastelaria, de confeitaria ou da indústria de bolachas e biscoitos, gomas e resinas naturais, pasta de mostarda, massas alimentícias.

³Vinho, vinho licoroso, espumante natural, vinho espumante de qualidade, vinho espumante de qualidade aromático, vinho frisanse natural, vinho frisanse gaseificado, mosto de uvas parcialmente fermentado, vinhos provenientes de uvas passas, vinhos de uva sobre amadurecidas.

⁴Somente as definidas no Anexo III do Regulamento CE nº 110/06.

APÊNDICE 2- Questionário aplicado à entidade titular da indicação geográfica.

CARACTERIZAÇÃO DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA		
Nome geográfico:		
Produto:		
Espécie de IG obtida	() Indicação de Procedência () Denominação de Origem	
Titular da IG:		
Endereço:		
E-mail:		
Telefones de contato (com DDD):		
Data da entrada do pedido no INPI:		
Data da concessão do registro pelo INPI:		
INÍCIO DO PROCESSO		
De quem partiu a iniciativa do pedido de reconhecimento da IG do produto?	Por que surgiu a idéia de busca do reconhecimento da IG da região	De onde partiram os recursos financeiros para viabilização do processo de reconhecimento da IG?
☐ De um único produtor ☐ De mais de 1 produtor ☐ Do presidente da Associação/ Cooperativa ☐ Da EMPRAPA ☐ Do SEBRAE ☐ Do MAPA ☐ De universidade ☐ De Instituto federal, Escola técnica ☐ Outro: _____	☐ Existência de falsas IGs (uso do nome da região em produtos provenientes de outra região) ☐ Necessidade de manutenção das tradições locais no fabrico do produto ☐ Desenvolvimento regional ☐ Possibilidades de agregar valor ao produto ☐ Exigência do mercado externo ☐ Outro: _____	☐ Dos produtores ☐ Da Associação/ Cooperativa ☐ Do SEBRAE ☐ Do MAPA ☐ Da Prefeitura ☐ Do Estado ☐ De agentes locais: _____ _____ _____
ORGANIZAÇÃO DOS PRODUTORES		
Qual a forma de organização dos produtores que fazem parte da IG?	A associação/ cooperativa titular da IG tem representantes de quais categorias?	Todos os produtores associados/ cooperados são registrados no órgão responsável (MAPA)?
☐ Associação: _____ (nº de associações) ☐ Cooperativa: _____ (nº de cooperativas) ☐ Produtores: _____ (nº de produtores)	☐ Produtores ☐ Fornecedores ☐ Distribuidores ☐ Comerciantes ☐ Agentes de turismo ☐ Industriais ☐ Prestadores de serviços (restaurantes, hotéis, etc) ☐ Outras associações/ cooperativas ☐ Outro: _____	☐ Sim ☐ Não, somente _____ (nº de produtores registrados)

Os associados/ cooperados conheciam o conceito de IG no momento em que surgiu a proposta de reconhecimento da região como indicação geográfica?	Houve resistência por parte dos associados/ cooperados em iniciar o processo de preparo para o reconhecimento da IG?	Caso houver tido casos de resistência por parte dos associados/ cooperados, qual o motivo dessa resistência?
☐ Não, ninguém conhecia ☐ Sim, menos da metade conhecia ☐ Sim, mais da metade conhecia ☐ Sim, todos conheciam	☐ Não, nenhuma. Todos estavam bastante motivados ☐ Sim, por até 25% dos associados/ cooperados ☐ Sim, por 25% a 50% dos associados/ cooperados ☐ Sim, por mais de 50% dos associados/ cooperados	☐ Custos elevados do processo ☐ Falta de apoio de instituições governamentais ☐ Descrença no deferimento do processo ☐ Descrença nos benefícios gerados ☐ Outro: _____
Houve trabalhos de disseminação e esclarecimento dos conceitos relativos às IGs aos atores (produtores, comerciantes, etc) envolvidos no processo?	Qual o custo para se associar à Cooperativa/ Associação hoje? (R\$)	
☐ Não ☐ Sim, seminários ☐ Sim, reuniões na associação/ cooperativa ☐ Sim, cursos ☐ Sim, outros: _____		
ELABORAÇÃO DO REGULAMENTO DE USO DA IG		
Quem foram os responsáveis pela elaboração do Regulamento de Uso da IG?	Nomes completos dos responsáveis:	
☐ O Conselho Regulador ☐ A associação/ cooperativa ☐ O SEBRAE ☐ O Ministério da Agricultura (MAPA) ☐ Instituição de Ensino (Universidade, Instituto Federal, Escola Técnica) ☐ Fundações ☐ Consultor contratado ☐ Outro: _____	Endereço:	
	E-mail:	
	Telefones:	
Produtores não associados/ cooperados podem receber o selo da IG?	☐ Não ☐ Sim, apenas 1 vez ☐ Sim, sempre	
Tempo requerido para a elaboração do Regulamento de Uso (meses):		
Investimento na elaboração do Regulamento de Uso (em R\$):		

COMPROVAÇÃO DA NOTORIEDADE OU QUALIDADE		
Quem foram os responsáveis pela comprovação da notoriedade ou qualidade do produto?	Nomes completos dos responsáveis:	
☐ Moradores locais ☐ Historiadores contratados ☐ Profissionais relacionados ao modo de obtenção ou fabricação do produto ☐ Instituição de Ensino (Universidade, Instituto Federal, Escola Técnica) ☐ Outros: _____ _____ _____	Endereço:	
	E-mail:	
	Telefones:	
Tempo requerido para a reunião dos comprovantes na notoriedade ou qualidade (meses):		
Investimento na comprovação da notoriedade ou qualidade (em R\$):		
DELIMITAÇÃO DA ÁREA GEOGRÁFICA		
Quem foram os responsáveis pela delimitação da área geográfica?	Nomes completos dos responsáveis:	
☐ Moradores locais ☐ Consultores contratados ☐ Instituição de Ensino (Universidade, Instituto Federal, Escola Técnica) ☐ Ministério da agricultura (MAPA) ☐ Outros: _____ _____ _____	Endereço:	
	E-mail:	
	Telefones:	
Tempo requerido para a delimitação da área geográfica (meses):		
Investimento na delimitação da área geográfica (em R\$):		
CONSELHO REGULADOR		
Nomes completos dos responsáveis:	E-mail	Telefones de contato:
Endereço da sede do Conselho Regulador:		

COMERCIALIZAÇÃO DOS PRODUTOS		
Como se dá a comercialização dos produtos?	Existe uma marca única (da cooperativa/ associação)?	Quais são os canais de comercialização?
☐ Cada produtor comercializa seus produtos individualmente ☐ Associação/cooperativa ☐ Outros agentes: _____ _____ _____	☐ Não, cada produtor possui marcas próprias ☐ Sim, tudo que é produzido é comercializado com a marca da cooperativa/ associação ☐ Sim, mas os produtores comercializam suas próprias marcas simultaneamente	☐ Varejo ☐ Atacado ☐ Consumidor
Quais são os agentes de vendas?	Locais de venda dos produtos:	Qual é o volume de produtos comercializados com selo de IG por ano?
☐ Distribuidor/ representante ☐ O próprio produtor ou familiares ☐ Cooperativa/ associação	☐ Supermercados ☐ Mercarias, padarias ☐ Lojas especializadas ☐ Lojas próprias ☐ Indústrias ☐ Exportadora ☐ Outro: _____ _____	
O produto com o selo de IG é exportado?	Países importadores:	Que estratégias de <i>marketing</i> são utilizadas na divulgação dos produtos da IG
☐ Não ☐ Sim, até 25% ☐ Sim, de 25 a 50% ☐ Sim, de 50 a 75% ☐ Sim, 100%		☐ Nenhuma ☐ Propagandas em rádio/TV ☐ Propagandas em revistas, jornais ☐ Participação em feiras ☐ Degustação de produtos ☐ Outros
RESULTADOS DO RECONHECIMENTO DA IG		
Houve variação do número de produtores/fabricantes na região?	Houve variação do número de fornecedores de matéria-prima na região? (Se for o caso)	Houve variação no número de associados ou cooperados à entidade titular da IG?
☐ Não, o número permaneceu o mesmo ☐ Sim, houve redução ☐ Sim, houve aumento de até 25% ☐ Sim, houve aumento de 25 a 50% ☐ Sim, houve aumento de 50 a 75% ☐ Sim, houve aumento de mais de 75%	☐ Não, o número permaneceu o mesmo ☐ Sim, houve redução ☐ Sim, houve aumento de até 25% ☐ Sim, houve aumento de 25 a 50% ☐ Sim, houve aumento de 50 a 75% ☐ Sim, houve aumento de mais de 75%	☐ Não, o número permaneceu o mesmo ☐ Sim, houve redução ☐ Sim, houve aumento de até 25% ☐ Sim, houve aumento de 25 a 50% ☐ Sim, houve aumento de 50 a 75% ☐ Sim, houve aumento de mais de 75%

Houve variação do número de marcas com o selo da IG ao longo do tempo?	Houve variação na quantidade produzida após o reconhecimento da IG?	Houve variação na demanda do produto após o reconhecimento da IG
☐ Não, o número permaneceu o mesmo ☐ Sim, houve redução ☐ Sim, houve aumento de até 25% ☐ Sim, houve aumento de 25 a 50% ☐ Sim, houve aumento de 50 a 75% ☐ Sim, houve aumento de mais de 75%	☐ Não, o número permaneceu o mesmo ☐ Sim, houve redução ☐ Sim, houve aumento de até 25% ☐ Sim, houve aumento de 25 a 50% ☐ Sim, houve aumento de 50 a 75% ☐ Sim, houve aumento de mais de 75%	☐ Não ☐ Sim, houve redução da demanda ☐ Sim, houve um aumento de até 25% ☐ Sim, houve um aumento de 25 a 50% ☐ Sim, houve um aumento de 50 a 75% ☐ Sim, houve um aumento de 75% a 100% ☐ Sim, houve um aumento superior a 100%
Quais dos resultados anteriores você acredita que estejam intimamente relacionados à obtenção da IG?	Há diferença de preço entre aqueles produtos comercializados com o selo de IG e aqueles produzidos na região, mas que não tem o selo? De quanto é essa diferença?	Há diferença de preço entre os produtos com IG e aqueles similares provenientes de outras regiões brasileiras? De quanto é essa diferença?
☐ Variação no número de produtores/ fabricantes ☐ Variação no número de produtores de matérias-primas ☐ Variação no número de associados/ cooperados à entidade titular da IG ☐ Variação do número de marcas com o selo da IG ☐ variação na quantidade produzida ☐ Variação na demanda do produto	☐ Não ☐ Sim, os produtos com selo da IG possuem preços superiores. A diferença é de _____% ☐ Sim, os produtos sem selo da IG possuem preços superiores. A diferença é de _____%	☐ Não ☐ Sim, os produtos com selo da IG possuem preços superiores. A diferença é de _____% ☐ Sim, os produtos <u>similares provenientes de outras regiões</u> possuem preços superiores. A diferença é de _____%
Você acredita que a diferença nos preços se deva, de fato, ao selo de IG?	Na sua opinião, qual a porcentagem de consumidores que diferenciam os produtos com IG no mercado?	Houve melhoria na facilidade de comercialização dos produtos após o reconhecimento da IG?
☐ Não ☐ Sim	☐ 0% ☐ Menos de 10% ☐ De 10 a 25% ☐ De 25 a 50% ☐ De 50 a 75% ☐ Mais de 75% ☐ 100%	☐ Não ☐ Sim, um pouco ☐ Sim, bastante ☐ Sim, excepcionalmente

Houve aumento das exportações após o reconhecimento da IG?	Houve aumento na geração de empregos <u>diretos</u> após reconhecimento da IG?	Houve aumento da renda dos produtores associados?
☐ Não ☐ Sim, um pouco ☐ Sim, bastante ☐ Sim, excepcionalmente	☐ Não ☐ Sim, em até 25% ☐ Sim, de 25 a 50% ☐ Sim, de 50 a 75% ☐ Sim, mais de 75%	☐ Não ☐ Sim, em até 25% ☐ Sim, de 25 a 50% ☐ Sim, de 50 a 75% ☐ Sim, mais de 75%
Quais dos resultados anteriores você acredita que estejam intimamente relacionados à obtenção da IG?	Houve incremento nas atividades comerciais da região após o reconhecimento da IG?	Houve aumento na geração de empregos indiretos após o reconhecimento da IG?
☐ Melhoria na facilidade de comercialização dos produtos ☐ Aumento das exportações ☐ Aumento na geração de empregos <u>diretos</u> ☐ Aumento da renda dos produtores associados	☐ Não ☐ Sim, em até 25% ☐ Sim, de 25 a 50% ☐ Sim, de 50 a 75% ☐ Sim, mais de 75%	☐ Não ☐ Sim, em até 25% ☐ Sim, de 25 a 50% ☐ Sim, de 50 a 75% ☐ Sim, mais de 75%
Houve valorização dos terrenos na região delimitada pela IG?	O turismo na região foi positivamente afetado após o reconhecimento da IG?	Houve melhoria da qualidade dos produtos após o reconhecimento da IG?
☐ Não ☐ Sim, em até 25% ☐ Sim, de 25 a 50% ☐ Sim, de 50 a 75% ☐ Sim, mais de 75%	☐ Não ☐ Sim, um pouco ☐ Sim, bastante ☐ Sim, excepcionalmente	☐ Não ☐ Sim, um pouco ☐ Sim, bastante ☐ Sim, excepcionalmente
Quais dos resultados anteriores você acredita que estejam intimamente relacionados à obtenção da IG?	O reconhecimento da IG contribuiu para o desenvolvimento regional de forma geral?	O reconhecimento da IG contribuiu para a preservação da tradição e cultura da região?
☐ Incremento nas atividades comerciais ☐ Aumento na geração de empregos <u>indiretos</u> ☐ Valorização de terrenos ☐ Aumento no turismo ☐ Melhoria da qualidade dos produtos	☐ Não ☐ Sim, um pouco ☐ Sim, bastante ☐ Sim, excepcionalmente	☐ Não ☐ Sim, um pouco ☐ Sim, bastante ☐ Sim, excepcionalmente
O reconhecimento da IG contribuiu para a manutenção ou melhoria da biodiversidade da região?	Que outros benefícios foram alcançados com o reconhecimento da IG?	Na sua opinião, os investimentos relacionados com a IG foram compensados?
☐ Não ☐ Sim, um pouco ☐ Sim, bastante ☐ Sim, excepcionalmente		☐ Não ☐ Sim
Qual sua expectativa sobre o futuro das IGs no Brasil?	☐ Positiva ☐ Negativa ☐ Indiferente	

GARGALOS NO PROCESSO DE RECONHECIMENTO		
Quais foram as principais dificuldades encontradas no processo de reconhecimento da IG? (Enumere de acordo com a ordem de importância: 1 para a mais importante, e assim por diante)	Quais etapas foram mais difíceis de serem realizadas? (Enumere de acordo com a ordem de dificuldade: 1 para a mais difícil, e assim por diante)	Qual sua opinião sobre a legislação brasileira de indicação geográfica?
☐ Desorganização dos produtores ☐ Desmotivação dos produtores ☐ Legalização dos produtores ☐ Custos elevados ☐ Falta de apoio de órgãos governamentais ☐ Falta de clareza na legislação sobre IG ☐ Excesso de burocracia ☐ Outro: _____ _____	☐ Organização dos produtores ☐ Elaboração do Regulamento de Uso ☐ Levantamento histórico e cultural da região ☐ Delimitação geográfica ☐ Obtenção de provas da influência de fatores naturais na qualidade do produto (no caso de Denominação de Origem) ☐ Criação do Conselho Regulador ☐ Outro: _____	☐ Muito incompleta ☐ Incompleta ☐ Completa ☐ Muito completa ☐ Não tem condições de responder
Qual a sua opinião sobre as informações disponibilizadas pelo INPI relacionadas ao processo de reconhecimento de IG?	Qual a sua opinião sobre as informações disponibilizadas pelo MAPA, SEBRAE e demais órgãos governamentais relacionadas ao processo de reconhecimento de IG?	
☐ Muito incompletas ☐ Incompletas ☐ Completas ☐ Muito completas	☐ Muito incompletas ☐ Incompletas ☐ Completas ☐ Muito completas	

APÊNDICE 3- Questionário aplicado à entidade requerente da indicação geográfica.

CARACTERIZAÇÃO DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA		
Nome geográfico:		
Produto:		
Espécie de IG pretendida	() Indicação de Procedência () Denominação de Origem	
Entidade requerente:		
Endereço:		
E-mail:		
Telefones de contato (com DDD):		
Data da entrada do pedido no INPI:		
INÍCIO DO PROCESSO		
De quem partiu a iniciativa do pedido de reconhecimento da IG do produto?	Por que surgiu a idéia de busca do reconhecimento da IG da região	De onde partiram os recursos financeiros para viabilização do processo de reconhecimento da IG?
☐ De um único produtor ☐ De mais de 1 produtor ☐ Do presidente da Associação/ Cooperativa ☐ Da EMPRAPA ☐ Do SEBRAE ☐ Do MAPA ☐ De universidade ☐ De Instituto federal, Escola técnica ☐ Outro: _____	☐ Existência de falsas IGs (uso do nome da região em produtos provenientes de outra região) ☐ Necessidade de manutenção das tradições locais no fabrico do produto ☐ Desenvolvimento regional ☐ Possibilidades de agregar valor ao produto ☐ Exigência do mercado externo ☐ Outro: _____	☐ Dos produtores ☐ Da Associação/ Cooperativa ☐ Do SEBRAE ☐ Do MAPA ☐ Da Prefeitura ☐ Do Estado ☐ De agentes locais: _____ _____
ORGANIZAÇÃO DOS PRODUTORES		
Qual a forma de organização dos produtores que fazem parte da IG?	A associação/ cooperativa titular da IG tem representantes de quais categorias?	Todos os produtores associados/ cooperados são registrados no órgão responsável (MAPA)?
☐ Associação: _____ (nº de associações) ☐ Cooperativa: _____ (nº de cooperativas) ☐ Produtores: _____ (nº de produtores)	☐ Produtores ☐ Fornecedores ☐ Distribuidores ☐ Comerciantes ☐ Agentes de turismo ☐ Industriais ☐ Prestadores de serviços (restaurantes, hotéis, etc) ☐ Outras associações/ cooperativas ☐ Outro: _____ _____	☐ Sim ☐ Não, somente _____ (nº de produtores registrados)

Os associados/ cooperados conheciam o conceito de IG no momento em que surgiu a proposta de reconhecimento da região como indicação geográfica?	Houve resistência por parte dos associados/ cooperados em iniciar o processo de preparo para o reconhecimento da IG?	Caso houver tido casos de resistência por parte dos associados/ cooperados, qual o motivo dessa resistência?
☐ Não, ninguém conhecia ☐ Sim, menos da metade conhecia ☐ Sim, mais da metade conhecia ☐ Sim, todos conheciam	☐ Não, nenhuma. Todos estavam bastante motivados ☐ Sim, por até 25% dos associados/ cooperados ☐ Sim, por 25% a 50% dos associados/ cooperados ☐ Sim, por mais de 50% dos associados/ cooperados	☐ Custos elevados do processo ☐ Falta de apoio de instituições governamentais ☐ Descrença no deferimento do processo ☐ Descrença nos benefícios gerados ☐ Outro: _____
Houve trabalhos de disseminação e esclarecimento dos conceitos relativos às IGs aos atores (produtores, comerciantes, etc) envolvidos no processo?	Quanto custa (em R\$) para se associar à Associação/ Cooperativa hoje?	
☐ Não ☐ Sim, seminários ☐ Sim, reuniões na associação/ cooperativa ☐ Sim, cursos ☐ Sim, outros: _____		
ELABORAÇÃO DO REGULAMENTO DE USO DA IG		
Quem foram os responsáveis pela elaboração do Regulamento de Uso da IG?	Nomes completos dos responsáveis:	
☐ O Conselho Regulador ☐ A associação/ cooperativa ☐ O SEBRAE ☐ O Ministério da Agricultura (MAPA) ☐ Instituição de Ensino (Universidade, Instituto Federal, Escola Técnica) ☐ Fundações ☐ Consultor contratado ☐ Outro: _____	Endereço:	
	E-mail:	
	Telefones:	
Produtores não associados/ cooperados podem receber o selo da IG?	☐ Não ☐ Sim, apenas 1 vez ☐ Sim, sempre	
Tempo requerido para a elaboração do Regulamento de Uso (meses):		
Investimento na elaboração do Regulamento de Uso (em R\$):		

COMPROVAÇÃO DA NOTORIEDADE OU QUALIDADE		
Quem foram os responsáveis pela comprovação da notoriedade ou qualidade do produto?	Nomes completos dos responsáveis:	
☐ Moradores locais ☐ Historiadores contratados ☐ Profissionais relacionados ao modo de obtenção ou fabricação do produto ☐ Instituição de Ensino (Universidade, Instituto Federal, Escola Técnica) ☐ Outros: _____ _____	Endereço:	
	E-mail:	
	Telefones:	
Tempo requerido para a reunião dos comprovantes na notoriedade ou qualidade (meses):		
Investimento na comprovação da notoriedade ou qualidade (em R\$):		
DELIMITAÇÃO DA ÁREA GEOGRÁFICA		
Quem foram os responsáveis pela delimitação da área geográfica?	Nomes completos dos responsáveis:	
☐ Moradores locais ☐ Consultores contratados ☐ Instituição de Ensino (Universidade, Instituto Federal, Escola Técnica) ☐ Ministério da agricultura (MAPA) ☐ Outros: _____ _____	Endereço:	
	E-mail:	
	Telefones:	
Tempo requerido para a delimitação da área geográfica (meses):		
Investimento na delimitação da área geográfica (em R\$):		
CONSELHO REGULADOR		
Nomes completos dos responsáveis:	E-mail	Telefones de contato:
Endereço da sede do Conselho Regulador:		

COMERCIALIZAÇÃO DOS PRODUTOS		
Como se dá a comercialização dos produtos da associação/ cooperativa?	Existe uma marca única (da cooperativa/ associação)?	Quais são os canais de comercialização?
☐ Cada produtor comercializa seus produtos individualmente ☐ Associação/cooperativa ☐ Outros agentes: _____ _____	☐ Não, cada produtor possui marcas próprias ☐ Sim, tudo que é produzido é comercializado com a marca da cooperativa/ associação ☐ Sim, mas os produtores comercializam suas próprias marcas simultaneamente	☐ Varejo ☐ Atacado ☐ Consumidor
Quais são os agentes de vendas?	Locais de venda dos produtos:	Qual é o volume pretendido de produtos comercializados com selo de IG por ano?
☐ Distribuidor/ representante ☐ O próprio produtor ou familiares ☐ Cooperativa/ associação	☐ Supermercados ☐ Mercarias, padarias ☐ Lojas especializadas ☐ Lojas próprias ☐ Indústrias ☐ Exportadora ☐ Outro: _____	
O produto é exportado?	Nome dos países importadores	Que estratégias de <i>marketing</i> são utilizadas na divulgação dos produtos da região?
☐ Não ☐ Sim, até 25% ☐ Sim, de 25 a 50% ☐ Sim, de 50 a 75% ☐ Sim, 100%		☐ Nenhuma ☐ Propagandas em rádio/TV ☐ Propagandas em revistas, jornais ☐ Participação em feiras ☐ Degustação de produtos ☐ Outros
Haverá investimentos em <i>marketing</i> após a obtenção do registro da IG?	Na sua opinião, como os consumidores brasileiros se comportam diante de produtos com IG?	Na sua opinião, como o mercado externo se comporta diante dos produtos com IG?
☐ Sim ☐ Não	☐ Geralmente eles desconhecem o significado do termo "IG" ☐ Reconhecem e valorizam produtos com IG	☐ Desconhece o significado da IG ☐ Reconhecem e valorizam produtos com IG

RESULTADOS ESPERADOS		
Na sua opinião, quais serão os benefícios alcançados com o reconhecimento da IG? (Enumere em ordem de importância: 1 para o mais importante e assim sucessivamente. Deixe em branco os benefícios que você acredita que não acontecerão com o reconhecimento da IG)		
☐ Aumento do número de produtores/ fabricantes na região ☐ Aumento do número de fornecedores de matérias-primas na região ☐ Aumento no número de associados/ cooperados à entidade requerente da IG ☐ Aumento da produção ☐ Aumento na demanda do produto	☐ Incremento no valor agregado do produto ☐ Melhoria na facilidade de comercialização dos produtos ☐ Aumento das exportações ☐ Aumento na geração de empregos <u>diretos</u> ☐ Aumento na geração de empregos <u>indiretos</u> ☐ Aumento na renda dos produtores associados/ cooperados	☐ Incremento nas atividades comerciais ☐ Incremento do turismo ☐ Valorização dos terrenos internos à área delimitada ☐ Preservação da tradição e cultura regionais ☐ Manutenção ou melhoria da biodiversidade da região ☐ Melhoria da qualidade dos produtos ☐ Outro: _____
Qual sua expectativa sobre o futuro das IGs no Brasil?	☐ Positiva ☐ Negativa ☐ Indiferente	
GARGALOS NO PROCESSO DE RECONHECIMENTO		
Quais foram as principais dificuldades encontradas no processo de encaminhamento da IG ao INPI? (Enumere de acordo com a ordem de importância: 1 para a mais importante, e assim por diante)	Quais etapas foram mais difíceis de serem realizadas? (Enumere de acordo com a ordem de dificuldade: 1 para a mais difícil, e assim por diante)	Qual sua opinião sobre a legislação brasileira de indicação geográfica?
☐ Desorganização dos produtores ☐ Desmotivação dos produtores ☐ Legalização dos produtores ☐ Custos elevados ☐ Falta de apoio de órgãos governamentais ☐ Falta de clareza na legislação sobre IG ☐ Muitas exigências desnecessárias ☐ Excesso de burocracia ☐ Outro: _____	☐ Organização dos produtores ☐ Elaboração do Regulamento de Uso ☐ Levantamento histórico e cultural da região ☐ Delimitação geográfica ☐ Obtenção de provas da influência de fatores naturais na qualidade do produto (no caso de Denominação de Origem) ☐ Criação do Conselho Regulador ☐ Outro: _____	☐ Muito incompleta ☐ Incompleta ☐ Completa ☐ Muito completa ☐ Não tem condições de responder
Qual a sua opinião sobre as informações disponibilizadas pelo INPI relacionadas ao processo de reconhecimento de IG?	Qual a sua opinião sobre as informações disponibilizadas pelo MAPA, SEBRAE e demais órgãos governamentais relacionadas ao processo de reconhecimento de IG?	
☐ Muito incompletas ☐ Incompletas ☐ Completas ☐ Muito completas	☐ Muito incompletas ☐ Incompletas ☐ Completas	

APÊNDICE 4 – Questionário aplicado aos responsáveis pelo Regulamento de Uso da indicação geográfica.

CARACTERIZAÇÃO DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA		
Nome geográfico:		
Produto:		
Espécie de IG obtida/ pretendida	() Indicação de Procedência () Denominação de Origem	
Titular da IG ou requerente:		
CARACTERIZAÇÃO DOS RESPONSÁVEIS PELA ELABORAÇÃO DO REGULAMENTO DE USO DA IG		
Entidade responsável:		
Nome do profissional responsável:		
E-mail:		
Telefones de contato (com DDD):		
Escolaridade:		
Formação acadêmica:		
PROCESSO ELABORAÇÃO DO REGULAMENTO DE USO DA IG		
O que foi levado em conta na definição do Regulamento de Uso? (Enumere em ordem de importância: 1 para o mais importante e assim por diante).	Qual foi o modelo utilizado na construção do Regulamento de Uso? (Enumere em ordem de importância: 1 para o mais importante e assim por diante).	Caso tenha utilizado o Regulamento de Uso de IGs brasileiras ou estrangeiras, especifique quais são:
☐ A tradição da região (o saber-fazer) ☐ A legislação brasileira ☐ Padrões de qualidade internacionais ☐ Padrões de qualidade de produtos similares (concorrentes) ☐ Padrões de qualidade de outras IGs ☐ Outro: _____	☐ Resolução nº 75/2000 do INPI ☐ Legislação internacional sobre IG ☐ Artigos científicos, livros, dissertações do meio acadêmico ☐ Artigos, reportagens, manuais, entre outros, de instituições ligadas ao governo (MAPA, INPI, SEBRAE, etc) ☐ Regulamento de Uso de IGs brasileiras ☐ Regulamento de Uso de IGs estrangeiras ☐ Outros: _____ _____ _____	

Quais itens constam na descrição do produto?	Quais etapas de produção devem ser realizadas totalmente dentro da área delimitada?	No caso de serem permitidas o uso de matérias-primas de áreas não incluídas na delimitação, existem algum tipo de restrição para o uso?
☐ Descrição da matéria-prima ☐ Características físico-químicas ☐ Características microbiológicas ☐ Características sensoriais ☐ Características específicas associadas intimamente à fatores naturais da região ☐ Outro: _____	☐ Produção da matéria-prima ☐ Elaboração do produto ☐ Operações de Envelhecimento e/ou maturação e/ou secagem e/ou estocagem do produto ☐ Acondicionamento do produto (embalagem, rotulagem, etc) ☐ Outra: _____	☐ Não ☐ Sim, só poderá ser usada certa quantidade: _____ % ☐ Sim, desde que estejam próximas à região: raio de _____ km ☐ Sim, desde que atendam requisitos específicos de qualidade ☐ Outro: _____
Há restrições quanto às cultivares ou raças permitidas?	Algum produtor localizado dentro da área delimitada foi excluído por não se enquadrar nas exigências do Regulamento de Uso?	Quais as dificuldades encontradas no processo de elaboração do Regulamento de Uso? (Enumere em ordem de importância: 1 para a principal dificuldade e assim por diante)
☐ Não ☐ Sim	☐ Não ☐ Sim, porque elaborava um produto não incluído na IG ☐ Sim, porque o produto não atendia critérios de qualidade ☐ Sim, porque seu processo produtivo não atendia as exigências do Regulamento de Uso ☐ Sim, porque o produtor não era associado ou cooperado ☐ Sim, porque o produtor não tinha registro no órgão competente ☐ Sim, outro: _____	☐ Falta de informações a respeito da construção do Regulamento ☐ Falta de consenso entre os produtores ☐ Questões políticas ☐ Questões tecnológicas ☐ Questões legais ☐ Custos ☐ Dispendio excessivo de tempo ☐ Outra: _____
Houve o auxílio de profissionais da área para a elaboração?	Quais entidades auxiliaram o processo de elaboração do Regulamento de Uso?	Na sua opinião, a legislação brasileira possui informações suficientes no que diz respeito à elaboração do Regulamento de Uso?
☐ Não ☐ Sim. Especifique a profissão: _____ _____ _____ _____	☐ SEBRAE ☐ Universidades ☐ Institutos federais/ escolas técnicas ☐ MAPA ☐ Embrapa ☐ Outros: _____ _____	☐ Sim ☐ Não

CONTROLE DO USO DA IG		
Quem faz parte do Conselho Regulador?	Há limites de produtividade (rendimento por unidade de área) estabelecidos por produtor?	É permitida a utilização de matéria-prima proveniente de regiões externas à área delimitada?
☐ Produtores ☐ Consumidores ☐ Acadêmicos ☐ Representantes de instituições públicas (SEBRAE, EMBRAPA, MAPA, etc) ☐ Profissionais da área ☐ Outros: _____ _____	☐ Não ☐ Sim, _____ _____	☐ Não ☐ Sim
Caso seja permitido o uso de matérias-primas de áreas não incluídas na delimitação, existe algum tipo de restrição para o uso?	Caso seja permitida a utilização de matérias-primas provenientes de áreas externas, estas matérias-primas sofrem algum tipo de controle?	Há controle de produção?
☐ Não ☐ Sim, só poderá ser usada certa quantidade: _____% ☐ Sim, desde que estejam próximas à região: raio de _____km ☐ Sim, desde que atendam requisitos específicos de qualidade ☐ Outro: _____ _____ _____	☐ Não ☐ Sim, fiscalização pelo titular da IG ☐ Sim, fiscalização pelo Ministério da Agricultura ☐ Sim, fiscalização por organismos de certificação creditados pelo INMETRO ☐ Sim, outro tipo de fiscalização. Especificar: _____ _____ _____	☐ Não ☐ Sim, através de declaração de colheita de safra da matéria-prima ☐ Sim, através de declaração de compra da matéria-prima ☐ Sim, através da declaração de quantidade de produto ☐ Sim, através da declaração de resíduos produzidos ☐ Sim, outro: _____ _____
Onde ficam arquivados os documentos relativos ao controle da produção?	Há controles operacionais no processo produtivo?	Onde ficam arquivados os documentos relativos aos controles operacionais do processo produtivo?
☐ Na própria propriedade ☐ Na sede do titular da IG ☐ Na sede do Conselho Regulador ☐ Na sede de empresa certificadora terceirizada ☐ Outra: _____ _____ _____	☐ Não ☐ Sim	☐ Na própria propriedade ☐ Na sede do titular da IG ☐ Na sede do Conselho Regulador ☐ Na sede de empresa certificadora terceirizada ☐ Outra: _____ _____ _____

São realizadas análises periódicas nos produtos das empresas integrantes da IG?	Em relação ao padrão de qualidade (físico-química e/ou sensorial), os produtos:	Como é feita a amostragem dos produtos para aferição da qualidade?
☐ Não ☐ Sim, físico-químicas apenas ☐ Sim, sensoriais apenas ☐ Sim, físico-químicas e sensoriais ☐ Sim, outras: _____ _____	☐ Seguem a legislação brasileira ☐ Seguem normativas internacionais ☐ Seguem o padrão de certificação do INMETRO ☐ Seguem o padrão de certificação internacional ☐ Seguem padrões mais rígidos estabelecidos pelo Conselho Regulador	☐ Os produtores enviam determinado número de amostras ao Conselho Regulador ☐ Uma Comissão designada pelo Conselho Regulador realiza a coleta de determinado número de amostras na propriedade ☐ Uma empresa terceirizada realiza a coleta das amostras ☐ Outra: _____ _____
Qual a periodicidade das análises?	Onde são realizadas as análises?	Onde são arquivados os documentos relativos a essas análises?
☐ Diárias ☐ Semanais ☐ Quinzenais ☐ Mensais ☐ A cada lote produzido ☐ No final da safra ☐ Anualmente ☐ Outra: _____ _____	☐ Em laboratórios da Cooperativa/ Associação ☐ Em universidades, institutos federais, escolas técnicas ☐ Na EMBRAPA ☐ Em empresas credenciadas pelo Conselho Regulador ☐ Outro: _____ _____	☐ Na própria propriedade ☐ Na sede do titular da IG ☐ Na sede do Conselho Regulador ☐ Na sede de empresa terceirizada que realiza a análise ☐ Na sede de empresa certificadora terceirizada ☐ Outra: _____ _____
Há certificação de qualidade do produto por terceira parte?	Caso haja certificação do produto por terceira parte, qual o nome da certificadora?	Há certificação por terceira parte do cumprimento do Regulamento de Uso da IG?
☐ Não ☐ Sim, por certificadora credenciada pelo Conselho Regulador ☐ Sim, por certificadora acreditada pelo INMETRO ☐ Sim, por certificadora acreditada pela União Européia ☐ Sim, por certificadora acreditada pela ISO ☐ Sim, por outra certificadora: _____ _____		☐ Não ☐ Sim, por certificadora credenciada pelo Conselho Regulador ☐ Sim, por certificadora acreditada pelo INMETRO ☐ Sim, por certificadora acreditada pela União Européia ☐ Sim, por certificadora acreditada pela ISO ☐ Sim, por outra certificadora: _____ _____
Caso haja certificação do cumprimento do Regulamento de Uso da IG por terceira parte, qual o nome da certificadora?	Há algum outro tipo de certificação relacionada à IG?	Qual o custo total da certificação (R\$)?
	☐ Não ☐ Sim, _____	

Quem arca com as despesas da certificação?	Qual é o órgão do governo que certifica a atuação do Conselho Regulador no controle dos selos da IG?	Qual a periodicidade da fiscalização do Conselho Regulador pelo órgão governamental competente?
☐ Os produtores que se submetem à certificação ☐ A associação/ cooperativa ☐ Órgãos públicos ☐ Outros: _____ _____	☐ Nenhum ☐ MAPA ☐ ANVISA ☐ INPI ☐ Outro: _____ _____	
Há limite do número de selos da IG por produtor?	Como é feito o controle de distribuição dos selos?	Caso o produtor seja detentor de mais de 1 marca, todas poderão receber o selo caso cumpram os requisitos do Regulamento de Uso?
☐ Não ☐ Sim, _____ _____	☐ Não é feito nenhum controle ☐ Numeração no selo ☐ Outro: _____ _____	☐ Não ☐ Sim
Os arquivos relacionados ao controle da IG estão disponíveis para consulta?	Como o consumidor tem acesso à rastreabilidade do produto?	Como é realizada a rastreabilidade dos produtos com selo no mercado consumidor?
☐ Não ☐ Sim, para órgãos governamentais ☐ Sim, para as certificadoras ☐ Sim, para Instituições Acadêmicas ☐ Sim, para consumidores de maneira geral	☐ Não tem acesso ☐ Através do SAC ☐ No site da IG ☐ Outro	☐ Pela nota fiscal ☐ Pelo código de barras ☐ Outro: _____ _____ _____ _____

APÊNDICE 5- Questionário a ser aplicado ao responsável pela delimitação da área da indicação geográfica.

CARACTERIZAÇÃO DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA		
Nome geográfico:		
Produto:		
Espécie de IG obtida/ pretendida	() Indicação de Procedência () Denominação de Origem	
Titular da IG ou requerente:		
CARACTERIZAÇÃO DOS RESPONSÁVEIS PELA DELIMITAÇÃO DA ÁREA		
Entidade responsável:		
Nome do profissional responsável:		
E-mail:		
Telefones de contato (com DDD):		
Escolaridade:		
Formação acadêmica:		
DELIMITAÇÃO DA AREA		
Em que se fundamentou a delimitação da área da IG?	Quais os municípios abrangidos?	Qual a área total delimitada (km ²)?
☐ Fatores edafo-climáticos (clima, solo, etc) ☐ Relevo ☐ Hidrografia ☐ Fronteiras ☐ Tradição produtiva ☐ Elementos históricos ☐ Qualidade dos produtos ☐ Fatores políticos ☐ Outro: _____		

As propriedades que estão dentro da área limitada são geo-referenciadas?	Quais as dificuldades encontradas na delimitação da área da IG? (Enumere em ordem de importância: 1 para a principal dificuldade e assim por diante)	Quais entidades auxiliaram a comprovação da diferenciação do produto relacionada à origem geográfica?
☐ Sim ☐ Não	☐ Falta de informações na legislação brasileira ☐ Influências políticas ☐ Falta de argumentação técnica ☐ Falta de argumentação histórica ☐ Rixas entre produtores ☐ Falta de elementos naturais (rios, relevo) que auxiliariam o processo ☐ Custos ☐ Dispendio excessivo de tempo ☐ Outra: _____ _____ _____	☐ SEBRAE ☐ Universidades ☐ Institutos federais/ escolas técnicas ☐ MAPA ☐ Embrapa ☐ Outros: _____ _____
Na sua opinião, a legislação brasileira possui informações suficientes de como deve ser conduzida a delimitação da área?	Houve o auxílio de profissionais da área para a elaboração?	
☐ Sim ☐ Não	☐ Sim ☐ Não	

APÊNDICE 6- Questionário aplicado aos responsáveis pela comprovação da notoriedade e da relação do produto com o meio geográfico.

CARACTERIZAÇÃO DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA		
Nome geográfico:		
Produto:		
Espécie de IG obtida/ pretendida	() Indicação de Procedência () Denominação de Origem	
Entidade requerente:		
CARACTERIZAÇÃO DOS RESPONSÁVEIS PELA COMPROVAÇÃO DA REPUTAÇÃO OU QUALIDADE		
Entidade responsável:		
Nome do profissional responsável:		
E-mail:		
Telefones de contato (com DDD):		
Escolaridade:		
Formação acadêmica:		
DIFERENCIAÇÃO DO PRODUTO DA REGIÃO		
O que torna o produto desta região delimitada diferente dos demais, produzidos em outras regiões?	Quando se deu o início do da notoriedade do produto?	Como foi realizada a comprovação da notoriedade?
☐ Notoriedade (fama) atual do produto junto aos consumidores brasileiros ☐ Notoriedade do produto no cenário internacional ☐ A história do produto (notoriedade antiga) ☐ Qualidade específica, fortemente associada ao meio geográfico (clima, solo, etc) ☐ Modo de elaboração do produto exclusivo da região ☐ Qualidade do produto de forma geral ☐ Outra: _____ _____ _____	☐ Há menos de 10 anos ☐ De 20 a 30 anos atrás ☐ De 30 a 50 anos atrás ☐ De 50 a 100 anos atrás ☐ Há mais de 100 anos	☐ Documentos antigos ☐ Livros ☐ Reportagens de jornais, revistas ☐ Premiação em concursos ☐ Fotografias ☐ Outro: _____ _____
Qual(is) a(s) característica(s) que diferenciam o produto dos demais?	Essa(s) característica(s) está relacionada ao meio geográfico?	Como foi feita a comprovação da relação entre o produto e o meio geográfico?
	☐ Não ☐ Sim, com o clima da região ☐ Sim, com o relevo da região ☐ Sim, como solo da região ☐ Sim, com a vegetação da região ☐ Sim, com outro fator. Especifique: _____ _____	☐ Artigos publicados em revistas científicas ☐ Pesquisas realizadas por parceiros do projeto de reconhecimento da IG ☐ Outro: _____ _____ _____

Qual(is) característica(s) ou habilidades específicas relacionadas a fatores humanos diferenciam o produto dos demais?	Como foi feita a comprovação da relação da qualidade do produto com os fatores humanos associados à região?	Quais as dificuldades encontradas na comprovação do diferencial do produto que legitima o pedido de reconhecimento da IG? (Enumere em ordem de importância: 1 para a principal dificuldade e assim por diante)
	☐ Documentos antigos ☐ Livros ☐ Reportagens de jornais, revistas ☐ Fotografias ☐ Outro: _____ _____	☐ Falta de informações na Resolução nº 75 do INPI a respeito de que elementos comprovam a notoriedade ou a qualidade do produto associada ao meio geográfico ☐ Dificuldade no levantamento histórico e cultural devido à ausência de documentos e livros ☐ Custos elevados ☐ Demora no processo ☐ Outra: _____ _____
Na sua opinião, a legislação brasileira possui informações suficientes no que diz respeito à comprovação do diferencial do produto?	Houve o auxílio de profissionais da área para a elaboração?	Quais entidades auxiliaram a comprovação da diferenciação do produto relacionada à origem geográfica?
☐ Sim ☐ Não	☐ Sim ☐ Não	☐ SEBRAE ☐ Universidades ☐ Institutos federais/ escolas técnicas ☐ MAPA ☐ Embrapa ☐ Outros: _____ _____

APÊNDICE 7- Questionário aplicado aos produtores de cachaça de alambique da região de Ouro Preto- Minas Gerais.

1- CARACTERIZAÇÃO DO PRODUTOR					
Agente:			Data: / /		
(GPS) Ponto:		W		N	
Nome:					
Naturalidade:				UF:	
Nome da empresa:				CNPJ:	
E-mail:			Telefones de contato:		
Cidade:			Distrito/Comunidade:		
Idade do proprietário:		Escolaridade do proprietário:		Tempo na atividade (anos):	
		☐ Sem escolaridade ☐ 1º grau incompleto ☐ 1º grau completo ☐ 2º grau incompleto ☐ 2º grau completo ☐ Superior completo ☐ Pós graduação			
Motivo que o levou a produzir cachaça: (+1)		Realiza outra atividade além da produção de cachaça? (+1)		Número de empregados:	
☐ Tradição na família ☐ Comprou fazenda com alambique ☐ Diversificação da atividade rural ☐ Acredita no setor		☐ Não ☐ Sim, agropecuária ☐ Sim, profissional autônomo ☐ Sim, industrial ☐ Sim, comerciante ☐ Sim, outra atividade		Familiares: ____ Permanentes: ____ Temporários: ____	
É dono, arrendatário ou meeiro do alambique?			Quanto a cachaça representa na renda total do proprietário?		
☐ Dono	☐ Arrendatário	☐ Meeiro	☐ Até 25%	☐ 25 a 50%	☐ + de 50%
2- PRODUÇÃO E ESTOQUE					
Capacidade de produção (litros/safra):		Produção do último ano (Litros):		Estoque atual (Litros):	
3- PRODUÇÃO E TECNOLOGIA AGRÍCOLA					
Área do canavial (ha):	Produtividade (ton/ha):	Compra cana de terceiros?	Queima cana para colher?		
		☐ Não ☐ Sim, um pouco ☐ Sim, a metade ☐ Sim, toda	☐ Não ☐ Sim		
Caso compre cana de terceiros, quem são os fornecedores?					
Faz análise de solo?	Faz correção de solo?	Registra periodicidade, quantidade e área aplicadas?	Adubação utilizada: (+1)		
☐ Não ☐ Sim	☐ Não ☐ Sim, com _____ _____ _____	☐ Não ☐ Sim	☐ Química: _____ ☐ Orgânica, esterco ☐ Orgânica, vinhoto ☐ Orgânica, outros		

Registra periodicidade, quantidade e área aplicadas?	Determina o ponto de maturação da cana? Como?	Tipo de cana plantada:		Variedades de cana Utilizadas:
() Não () Sim	() Não () Sim, metodologia do “ponto de corte” () Sim, outra	() Cana de ano () Cana de ano e meio		
Utiliza agrotóxicos?	Pratica conservação de solo?	Utiliza mudas certificadas? (+1)	Tipo de corte de cana	
() Não () Sim, _____ _____ _____	() Não () Sim, plantio em nível () Sim, curva de nível () Sim, faixas de retenção () Sim, terraços	() Não () Sim, de usina () Sim, de viveiros () Sim, de universidade	() Manual () Mecânico	
Os trabalhadores utilizam EPI?	°Brix da cana colhida:	Que resíduos usa na propriedade? (+1)	Que produtos fabrica, além da cachaça? (+1)	
() Não () Sim	() Menor que 14 () Entre 14 e 18 () Entre 18 e 20 () Maior que 20	() Vinhoto () Bagaço () Ponta de cana () Palhada () Nenhum	() Rapadura () Melado () Açúcar mascavo () Álcool combustível	
4- PRODUÇÃO DA GARAPA				
Galpão de moagem:	Capacidade de moagem (ton/h):	Tipo de moenda:	Acionamento da moenda:	
() Não possui () Coberto apenas () Coberto, com parede e piso		() Queixo duro () De pressão	() Roda d'água () Motor elétrico () Óleo () Tração animal	
Lava a moenda?	Tipo de lavadora de moenda:		Faz manutenção na moenda?	
() Não () Sim, antes de moer () Sim, depois de moer () Sim, antes e depois () De vez em quando	() A vapor () A jato de água		() Não () Sim	
Lava a cana antes da moagem?	Retira as pontas da cana?	Tratamento do caldo:	Qual o tempo decorrido entre a colheita e a moagem (h)?	
() Não () Sim	() Não () Sim	() Não trata/beneficia () Peneira () Decanta () Peneira e decanta		

5- PRODUÇÃO DO MOSTO FERMENTADO			
Galpão de fermentação:	Cobertura do galpão:	Piso do galpão:	Acabamento das paredes:
☐ Não possui ☐ Coberto apenas ☐ Coberto, com parede e piso	☐ Telha de cerâmica ☐ Telha de amianto ☐ Telha galvanizada ☐ Outra	☐ Cimento ☐ Cerâmica ☐ Chão batido ☐ Outra	☐ Sem revestimento ☐ Com revestimento liso ☐ Parede e tela
Material das dornas:	Material das peneiras:	Material das bombas:	Material das tubulações:
☐ Aço inox ☐ Aço carbono ☐ Madeira ☐ Alvenaria ☐ Cimento amianto ☐ Plástico/fibra de vidro ☐ Fibras	☐ Aço inox ☐ Aço carbono ☐ Plástico ☐ Náilon	☐ Aço inox ☐ Aço carbono	☐ Aço inox ☐ Aço carbono ☐ Cobre ☐ Plástico/fibra de vidro ☐ PVC
Material dos flotodecantadores:	Material dos tanques:	Aquece o mosto?	Há controle da temperatura da fermentação?
☐ Aço inox ☐ Aço carbono ☐ Madeira ☐ Alvenaria ☐ Cimento amianto ☐ Plástico/fibra de vidro	☐ Aço inox ☐ Aço carbono ☐ Madeira ☐ Alvenaria ☐ Cimento amianto ☐ Plástico/fibra de vidro	☐ Não ☐ Sim, ____ °C	☐ Não ☐ Sim, ____ °C. Como? _____ _____ _____ _____
Agente fermentativo utilizado:	Nutrientes utilizados:	Tipo de água utilizada	Que outros produtos utiliza na fermentação? (+1)
☐ Fermento caipira ☐ Fermento de padaria (prensado) ☐ Linhagens selecionadas geneticamente	☐ Fubá de milho ☐ Farelo de arroz ☐ Milho malteado ☐ Farelo de soja	☐ Não tratada ☐ Clorada ☐ Purificada (filtro de carvão ativo) ☐ ETA pública	☐ Caldo de limão ☐ Bolacha ☐ Ácido sulfúrico ☐ Superfosfato ☐ Bicarbonato ☐ Sulfato de magnésio ☐ Sulfato de amônio ☐ Fosfato de amônio ☐ Antibióticos ☐ Antiespumantes ☐ Nenhum
Padroniza o teor de sólidos solúveis?	Como determina o fim da fermentação?	Faz a separação do mosto fermentado?	Faz o revigoramento do pé-de-cuba?
☐ Não ☐ Sim, _____ ° Brix	☐ Através do brix ☐ Espelhamento ☐ Não determina	☐ Não ☐ Sim	☐ Não ☐ Sim
6- PRODUÇÃO DO DESTILADO			
Galpão de destilação:	Tipo de alambique:	Capacidade da panela (L) do alambique:	Material do alambique:
☐ Não possui ☐ Coberto, apenas ☐ Coberto, com parede e piso	☐ Simples (cebolaço) ☐ De 2 corpos ☐ Com deflegmador		☐ Todo de cobre ☐ Todo de aço inox ☐ De cobre e inox

Material dos pré-aquecedores:	Material dos tanques coletores:	Material das bombas:	Material das tubulações:
☐ Aço inox ☐ Aço carbono ☐ Cobre	☐ Aço inox ☐ Aço carbono ☐ Madeira ☐ Alvenaria ☐ Cimento amianto ☐ Plástico/fibra de vidro	☐ Aço inox ☐ Aço carbono	☐ Aço inox ☐ Aço carbono ☐ Cobre ☐ Plástico/fibra de vidro ☐ PVC
Sistema de aquecimento	Combustível utilizado (+1)	Sistema de resfriamento	Alambicadas diárias
☐ Fogo direto ☐ Caldeira	☐ Bagaço de cana ☐ Gás ☐ Lenha de madeira nativa ☐ Lenha, outra.	☐ Serpentina de cobre ☐ Serpentina de inox	☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ mais de 3
Separa cabeça, coração e cauda? Como?	Teor alcoólico médio das frações:	O que faz com a cauda? (+1)	
☐ Não ☐ Sim, controle da temperatura ☐ Sim, controle da densidade ☐ Sim, controle do teor alcoólico	☐ Cabeça: _____ ☐ Coração: _____ ☐ Cauda: _____	☐ Retorna para o alambique ☐ Produz álcool ☐ Utiliza na higiene ☐ Descarta	
O que faz com a cabeça? (+1)	Controla a temperatura da destilação?	Faz análises físico-químicas?	
☐ Retorna para o alambique ☐ Produz álcool ☐ Utiliza na higiene ☐ Descarta	☐ Não ☐ Sim	☐ Não ☐ Sim	
Periodicidade da análise laboratorial:	Padroniza a cachaça?	Teor alcoólico da cachaça (em GL ou v/v):	
☐ Sempre no fim da safra ☐ Uma vez por ano ☐ Mais de uma vez por ano ☐ De vez em quando	☐ Não ☐ Sim, pela cor ☐ Sim, pelo teor alcoólico		
7- ARMAZENAMENTO DA CACHAÇA FRESCA OU NOVA			
Galpão de armazenamento:	Material de cobertura do galpão:	A cachaça fresca é armazenada em: (+1):	
☐ Não possui ☐ Coberto apenas ☐ Coberto, com parede e piso	☐ Telha de cerâmica ☐ Telha de amianto ☐ Telha galvanizada ☐ Outra	☐ Barris de madeira ☐ Barris de aço inox ☐ Bombonas de plástico/PVC ☐ Aço carbono ☐ Aço carbono isolado internamente	

8- ENVELHECIMENTO DA CACHAÇA			
Adega:	Cobertura da adega:	Madeira dos tonéis: (+1)	Tempo de envelhecimento ou armazenamento (meses):
☐ Não possui ☐ Coberto apenas ☐ Coberta, com parede e piso	☐ Telha de cerâmica ☐ Telha de amianto ☐ Telha galvanizada ☐ Outra	☐ Carvalho ☐ Bálamo ☐ Umburana ☐ Jequitibá ☐ Outra: _____	
Aplica produtos na madeira?	☐ Não ☐ Sim, vernizes ☐ Sim, tintas ☐ Sim, impermeabilizantes		
9- LAVAGEM E ENGARRAFAMENTO DA CACHAÇA			
Sala de engarrafamento:	Cobertura da sala de engarrafamento:	Piso da sala de engarrafamento:	Paredes da sala de engarrafamento:
☐ Não possui ☐ Coberto apenas ☐ Coberto, com parede e piso	☐ Telha de cerâmica ☐ Telha de amianto ☐ Telha galvanizada ☐ Outra	☐ cimento ☐ cerâmica ☐ Chão batido ☐ Outro	☐ Sem revestimento ☐ Azulejo ☐ Pintura lavável
Sala de lavagem de vasilhames:	Cobertura da sala de lavagem:	Piso da sala de lavagem:	Acabamento das paredes da sala de lavagem:
☐ Não possui ☐ Coberto apenas ☐ Coberto, com parede e piso	☐ Telha de cerâmica ☐ Telha de amianto ☐ Telha galvanizada ☐ Outra	☐ Cimento ☐ Cerâmica ☐ Chão batido ☐ Outro	☐ Sem revestimento ☐ Azulejo ☐ Pintura lavável
Tipo de engarrafadora	Tem lavadora de garrafa?	Tem tamponadeira?	Filtra a cachaça antes de engarrafar?
☐ Simples ☐ Semi-automática	☐ Não ☐ Sim	☐ Não ☐ Sim	☐ Não ☐ Sim
Filtro utilizado	Vasilhame utilizado	Material do vasilhame (+1)	Material de vedação (+1)
☐ Filtro de celulose ☐ Filtro de carvão ☐ Filtro de feltro ☐ Filtro de algodão ☐ Outro	☐ Novo ☐ Reciclado	☐ Vidro ☐ Plástico ☐ Cerâmica ☐ Porcelana	☐ Rolha de cortiça ☐ Tampa metálica ☐ Válvula plástica
10- APRESENTAÇÃO DA CACHAÇA			
Tem rótulo próprio?	Tem selo do IPI	Tem selo de qualidade?	
☐ Não ☐ Sim	☐ Não ☐ Sim	☐ Não ☐ Sim	
Tem caixa Box?	Tem caixa de papelão?	Tem código de barras?	
☐ Não ☐ Sim	☐ Não ☐ Sim	☐ Não ☐ Sim	
Volume dos vasilhames: (+1)	Outros volumes/embalagens: (+1)	Que outros materiais utiliza para melhorar a apresentação? (+1)	
☐ Miniatura ☐ até 500 ml ☐ 500 ml ☐ 600 ml ☐ 700 ml ☐ 750 ml ☐ Mais de 1000 ml	☐ Garrafão de 5 litros ☐ Garrafa PET de 1 litro ☐ Garrafa PET de 2 litros ☐ Bombona plástica ☐ Barrilete	☐ Casca de bananeira ☐ Saquinho de feltro ☐ Cerâmica	

11- COMERCIALIZAÇÃO INTERNA			
Canal de comercialização: (+1)	Cobertura fiscal: (+1)	Agentes de vendas: (+1)	
☐ Varejo ☐ Atacado ☐ Consumidor	☐ Com nota fiscal ☐ Sem nota fiscal	☐ Distribuidor/representante ☐ Venda no alambique ☐ Venda domiciliar ☐ Cooperativas/associação	
O que determina o preço da cachaça?	Faz promoção de cachaça? (+1)	Expõe em feiras e festivais?	
☐ Raridade ☐ A concorrência ☐ A marca	☐ Não ☐ Sim, publicidade rádio/TV ☐ Sim, publicidade revistas ☐ Sim, degustação-bares ☐ Distribuição de amostras	☐ Não ☐ Sim, regularmente ☐ Sim, raramente	
12- EXPORTAÇÃO			
Já exportou cachaça alguma vez?	Quantidade exportada (L/ano):	Qual canal agente exportação?	País importador: (+1)
☐ Não ☐ Sim, por conta própria ☐ Sim, por meio de uma cooperativa/associação			
13- CAPACITAÇÃO/ASSISTÊNCIA TÉCNICA			
O proprietário participou de treinamento (últimos 12 meses)?	Tem alambiqueiro?	Profissionais contratados: (+1)	
☐ Não ☐ Sim	☐ Não ☐ Sim, com experiência ☐ Sim, formado	☐ Agrônomo ☐ Técnico químico ☐ Técnico agrícola	
Tem responsável técnico contratado?	Fonte de conhecimento sobre produção de cachaça: (+1)	Áreas em que já fez curso: (+1)	
☐ Não ☐ Autônomo ☐ Emater	☐ Vizinhos ☐ Revistas especializadas ☐ Técnico autônomo ☐ Cursos/treinamentos ☐ Antepassados	☐ Nunca fiz curso ☐ Produção de cana ☐ Moagem ☐ Fermentação ☐ Destilação ☐ Engarrafamento ☐ Controle de produção ☐ Administração	
Frequêntou curso de quais entidades: (+1)	De qual dessas entidades faz parte? (+1)	Área que precisa se capacitar mais: (+1)	
☐ Emater ☐ Ampaq ☐ Senar ☐ Associação de produtores ☐ Universidade de Lavras ☐ Universidade de Viçosa ☐ Outras	☐ Cooperativa rural ☐ Cooperativa de cachaça ☐ Associação rural ☐ Associação de cachaça ☐ Sindicato rural ☐ Associação comercial ☐ Ampaq	☐ Produção de cana ☐ Moagem ☐ Fermentação ☐ Destilação ☐ Engarrafamento ☐ Controle de produção ☐ Administração	
Frequênta feiras de cachaça (visitante)?	Tem acesso à internet?	Recebe revista que aborda o tema cachaça? (+1)	
☐ Não, nunca fui ☐ Sim, todo ano ☐ Sim, raramente	☐ Sim ☐ Não	☐ Não, nenhuma ☐ Sim, a da Ampaq ☐ Sim, da CooCachaça ☐ Sim, outra	
O alambiqueiro já recebeu treinamento em produção de cachaça?	Sabe o que significa Boas Práticas de Fabricação- BPF?	O estabelecimento possui o manual de BPF?	
☐ Não ☐ Sim	☐ Não ☐ Sim	☐ Não ☐ Sim	

14- INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS		
Qual a idade do alambique da propriedade? (anos)	Considera a cachaça um produto tradicional na região?	A cachaça da região possui reputação? (ela se tornou famosa, reconhecida pelos consumidores?)
	() Não () Sim	() Não () Sim
Sabe por que surgiu essa reputação?	Você estabeleceria uma diferença entre o seu produto e os outros aqui da região? (A cachaça que fabrica tem algum diferencial)?	Existem “saber-fazer” específicos locais, patrimoniais na produção de cachaça da propriedade?
() Região () Tipicidade () Acontecimentos ou festas ligados ao produto	() Não () Sim, Caso sim qual? _____ _____	() Não () Sim
Esses “saber-fazer” são usados hoje em dia na produção ou na transformação do produto?	Você acredita que a qualidade do seu produto está ligada ao local? Por que?	Existe uma homogeneidade na produção?
() Não () Sim	() Não () Sim, porque _____ _____ _____	() Não () Sim
A propriedade recebe turistas interessados na produção da cachaça?	Qual a imagem você acha que o consumidor tem do seu produto?	Conhece o termo “Indicações Geográficas” (IG)?
() Não () Sim	() Negativa () Positiva () Indiferente	() Não () Sim
Que benefícios espera de uma IG?	Você tem conhecimento sobre o caderno de normas?	Você acha que existe equidade entre os produtores?
() Aumento do turismo () Proteção da biodiversidade () Satisfação, orgulho da relação produto e produtor () Facilidade de acesso ao mercado. () Reconhecimento dos consumidores. () Estímulo à melhoria qualitativa dos produtos () Aumento no preço do produto	() Não () Sim	() Não () Sim
Estaria disposto a adequar a produção a fim de obter um selo de IG?		
() Não () Sim		
15- CARACTERIZAÇÃO AMBIENTAL BÁSICA		
Há água corrente na propriedade (rio/córrego/ribeirão/riacho)?		
() Não () Sim		
Possui nascente na propriedade?	Quantas nascentes existem?	
() Não () Sim		

Possui mata na propriedade?		Qual o tipo de mata? (+1)		
☐ Não ☐ Sim		☐ Mata fechada ☐ Capoeira ☐ Pasto natural ☐ Mata Ciliar ☐ Cerrado ☐ Outra		
16- LEGALIZAÇÃO DA ATIVIDADE				
Registro do estabelecimento:	Registro do produto:	Licença ambiental:	Registro no INPI:	Marca da cachaça:
☐ Não ☐ Sim	☐ Não ☐ Sim	☐ Não ☐ Sim	☐ Não ☐ Sim	
Tem documentação legalizada da terra ou propriedade?				

ANEXOS

ANEXO 1- Relação dos produtos identificados pelo diagnóstico nacional realizado pelo MAPA.

Região Norte

Acre: Farinha de Mandioca, abacaxi, urucum, castanha do Brasil, essências Florestais;
Amazonas: Cacau, farinha, peixe ornamental, guaraná, palmito, açaí, couro vegetal, fitocosméticos, cupuaçu;

Amapá: mel da ilha, castanha industrializada

Pará: Açaí, castanha, feijão, queijo, cacau, abacaxi, farinha de mandioca, farinha de tapioca, produtos fitoterápicos, produtos para perfumaria, farinha de peixe, fibra de curauá;

Roraima: Feijão flexão

Tocantins: abacaxi, melancia, mel, cachaça, feijão

Região Nordeste

Alagoas: própolis;

Bahia: cachaça, farinha, fumo, cacau, café, mandioca e derivados, mel de abelhas;

Ceará: Cajuina, rapadura, cachaça, doce de buriti, amêndoa de castanha de caju, mel, manteiga, queijo de coalho, carne de sol, paçoca;

Maranhão: cachaça, farinha, abacaxi, queijo, produtos das quebradeiras de côco, doce de espécie, mel, tiquira;

Paraíba: cachaça, coco, abacaxi, arroz vermelho, citrus;

Pernambuco: queijo coalho, café, carne seca;

Piauí: mel do Piauí, cajuína;

Rio Grande do Norte: Queijo de coalho, carne de sol, farinha, mel, queijo manteiga.

Região Centro-oeste

Goiás: açafraão, melancia de Uruana, pimenta de Abadiânia, cachaça;

Mato Grosso: cavalo pantaneiro, canjinjin;

Mato Grosso do Sul: lingüiça, erva mate, mel, carne, farinha;

Região Sudeste

Espírito Santo: café

Minas Gerais: queijo, inhame, cachaça, banana, café, marolo;

Rio de Janeiro: palmito, queijo, cachaça, goiabada cascão, flores, mel;

São Paulo: flores, circuito das frutas (abacate, limão, morango, pêssego, uva rosada de mesa, caqui, figo roxo) café, chá preto, cachaça.

Região Sul

Paraná: Cracovia, banana e passas de banana, cachaça, mel, laranja, café, erva mate, uva, caqui, ponkan, cevada, flores, maçã, farinha, palmito do litoral, ostras, abacaxi, queijo, pinhão, seda;

Rio Grande do Sul: vinho, queijo, carne, arroz, espumantes, feijão, abacaxi, bergamota, doces, mel, morango, erva mate

Santa Catarina: queijo, uva e vinho, pinhão, maçã.

ANEXO 2- Quadro comparativo entre organização na forma de associação ou cooperativa.

ASSOCIAÇÃO	COOPERATIVA
Associação – Lei nº 10.406/10.01.20002	Cooperativa – Lei nº 5.764/16.12.1971
Definição legal: Sociedade civil sem fins lucrativos.	Definição legal: Sociedade civil e comercial, sem fins lucrativos (LTDA).
Objetivos: Prestar serviços de interesse econômico, técnico, legal cultural e político de seus associados.	Objetivos: Prestar serviços de interesse econômico e social aos cooperados, viabilizando e desenvolvendo suas atividades produtivas.
Constituição federal- amparo legal Constituição Federal - artigo 5º - Código Civil - Mínimo de 02 (duas) pessoas físicas para constituição; - Área de ação limitada pelos seus objetivos; - Atividades mercantis: podem ou não comercializar.	Constituição federal- amparo legal Artigo 5º - Código Civil – Lei ° 5.764/71 - Mínimo de 20 (vinte) pessoas físicas, para constituição; - Área de ação limitada pelos seus objetivos; - Pratica qualquer ato comercial.
Remuneração de dirigentes Não são remunerados pelo desempenho de suas funções. Podem receber reembolso das despesas realizadas para o desempenho de suas funções.	Remuneração de dirigentes Podem ser remunerados, através de retiradas mensais definidas e aprovadas pela Assembléia, que não caracteriza vínculo empregatício.
Distribuição de sobras Não há o rateio de sobras das operações financeiras praticadas. Todo o excedente dever ser aplicado em sua própria finalidade.	Distribuição de sobras É praticado o rateio as sobras ou das perdas obtidas no exercício financeiro. No caso de sobras é destinado, no mínimo 10% para a Reserva Legal e no mínimo 5% para o FATES. Esta exigência é legal e deve estar definida no Estatuto Social. A sobra líquida pode ser destinada a outros fundos e aos associados, de acordo com a quantidade de operações que cada um tenha praticado com a cooperativa.

ANEXO 9- Continuação...

Representação Pode constituir órgãos de representação e defesa para realizar um trabalho, até mesmo, em âmbito nacional.	Representação - Através do sistema OCB – Organização das Cooperativas Brasileiras, com sede em Brasília e através dos Sindicatos e Organizações Estaduais. - Cooperativas de Crédito: OCB, Sistema Sicoob, Sistema Sicredi, Unicred, Ancosol, Cresol, Ecosol.
Responsabilidade dos sócios Os administradores podem ser responsabilizados por seus atos que comprometem a vida da Entidade. - Os sócios não respondem pelas obrigações assumidas pela entidade.	Responsabilidade dos sócios - A responsabilidade dos cooperados está limitada ao montante de suas respectivas cotas partes, a não ser que o estatuto social determine diferentemente; - Quando os estatutos determinam responsabilidade ilimitada, os sócios podem responder com seu patrimônio pessoal.
Obrigações fiscais e tributárias Não paga Imposto de Renda. Declara a isenção anualmente, já que não está imune, podendo ser isentada dos demais impostos e taxas.	Obrigações fiscais e tributárias - Não paga Imposto de Renda nas operações com os cooperados (ato cooperativo); - Recolhe sempre que couber Imposto de Renda na Fonte e o Imposto de Renda nas operações com terceiros. - Paga todas as demais taxas e impostos.
Fiscalização Associação – Poderá ser fiscalizada pela Prefeitura Municipal (Alvará, ISS, IPTU), Fazenda Estadual (Nas operações de comércio, INSS, Ministério do Trabalho e IR).	Fiscalização Semelhante a associação. Poderá, dependendo de seus serviços e produtos, sofrer fiscalização de órgãos como: Corpo de Bombeiros, Conselhos, Ibama, Ministério da Saúde, etc. - Há o acompanhamento e o direcionamento das ações através da OCB Nacional e Regional; - As cooperativas de crédito são fiscalizadas pelo Banco Central do Brasil.

Fonte: SEBRAE-RJ, 2011.

ANEXO 10- Mapa com distribuição geográfica dos produtores e canaviais.

