

MÁRCIO ALEXANDRE DIÓRIO MENEGAZZO

**IMPLANTAÇÃO DE INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS (IG): CASO
DA INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA “MARACAJU” PARA O
PRODUTO LINGUIÇA**



UCDB

**UNIVERSIDADE CATÓLICA DOM BOSCO
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO LOCAL
MESTRADO ACADÊMICO
CAMPO GRANDE - MS
2015**

MÁRCIO ALEXANDRE DIÓRIO MENEGAZZO

**IMPLANTAÇÃO DE INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS (IG): CASO
DA INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA “MARACAJU” PARA O
PRODUTO LINGUIÇA**

Dissertação apresentado à Banca Examinadora do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Local, Mestrado Acadêmico, da Universidade Católica Dom Bosco, como requisito parcial para obtenção do título de MESTRE em Desenvolvimento Local.

Orientador: Prof. Dr. Olivier François Vilpoux

**UNIVERSIDADE CATÓLICA DOM BOSCO
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO LOCAL
MESTRADO ACADÊMICO
CAMPO GRANDE - MS
2015**

FOLHA DE APROVAÇÃO

Título: Implantação de Indicações Geográficas (IG). Caso da indicação de procedência “Maracaju” para o produto linguiça

Área de Concentração: Desenvolvimento Local em contexto de territorialidades

Linha de Pesquisa: Desenvolvimento Local: Sistemas Produtivos, Inovação, Governança

Dissertação submetida à Comissão Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Local - Mestrado Acadêmico da Universidade Católica Dom Bosco, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Local.

BANCA EXAMINADORA

Orientador: Prof. Dr. Olivier François Vilpoux
Universidade Católica Dom Bosco

DEDICATÓRIA

Dedico este Mestrado ao meu grande amor Evelyn
e aos meus filhos Gabriel e Yasmin, combustíveis
de meu viver.

AGRADECIMENTOS

A Deus pelo seu sopro de vida.

A minha esposa Evelyn Bernardes Fonseca Menegazzo que de forma especial e carinhosa me deu força e coragem, me apoiando nos momentos de dificuldades, agradeço também aos meus filhos, Gabriel e Yasmin, que embora não tivessem conhecimento disto, mas iluminaram de maneira especial os meus pensamentos me levando a buscar mais conhecimentos.

Ao meu pai José Benjamim Menegazzo (*in memoriam*), que onde quer que esteja, nunca deixou de confiar em mim. A minha mãe Marilda e aos meus irmãos Ricardo e André com quem partilho este momento.

Ao meu orientador Professor Dr. Olivier François Vilpoux, e a Professora Dra. Maria Augusta de Castilho por seus ensinamentos, paciência e confiança ao longo das supervisões das minhas atividades e que me ajudaram a concluir esta dissertação.

A todos os professores, colegas e funcionários do curso, que foram importantes nesta parte de minha vida acadêmica e no desenvolvimento desta dissertação.

A Coordenação de Indicação Geográfica do Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento, representada pela colega Beatriz de Assis Junqueira, ao Superintendente Federal de Agricultura de MS Orlando Baez, e ao chefe da Divisão Celso de Souza Martins, que diretamente me incentivaram e viabilizaram minha participação neste mestrado, assim como aos meus colegas da Superintendência Federal de Agricultura de Mato Grosso do Sul pelo ambiente harmonioso e colaborativo na realização desta dissertação.

Aos produtores da Linguíça de Maracaju pelo acolhimento, convívio, cultura e informações transmitidas para a constituição desta composição.

E a todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha dissertação, o meu muito obrigado.

RESUMO

A Indicação Geográfica é conceituada como um produto com qualidade vinculado a origem e pode representar uma importante ferramenta para a agregação de valor, aumento da renda, acesso a mercados e desenvolvimento local. Com o consumidor cada vez mais preocupado com aspectos de qualidade e origem do produto, respeitando a cultura das pessoas do local de produção e a sua identidade, e diante da necessidade de adequação dos sistemas produtivos agroalimentares com agregação de valor e dinamização do potencial endógeno dos territórios, se objetiva neste trabalho verificar a possibilidade de implantar uma Indicação Geográfica (IG) no Centro-Oeste do Brasil, mais especificamente a produção de linguiça de Maracaju. Desta maneira o trabalho é dividido na conceituação das Indicações Geográficas conforme são internalizadas na Europa e no Brasil, a sua manifestação na Europa e sua evolução legislativa internacional. É abordada a produção da linguiça de Maracaju, descrevendo a origem do produto e a região de produção. A pesquisa foi desenvolvida através de abordagem qualitativa, adotando-se o método científico com estratégia de pesquisa baseada em estudo de caso. Ainda foi utilizada a metodologia de pesquisa-ação que traz uma relação entre os pesquisadores e pessoas envolvidas no estudo da realidade. A coleta de dados tem por referência as legislações do Brasil, França e Comunidade Europeia. A obtenção dos dados de campo foi feita a partir de pesquisa-ação e de entrevistas semi-direcionadas com questões abertas junto aos atores locais. Os resultados evidenciam a existência de um produto com reputação estabelecida com recursos locais suficientes para uma Indicação de Procedência e representada por uma coletividade legítima do território. Ao mesmo tempo há que se melhorar os processos cooperativos e de interação entre os atores locais e as instituições com políticas públicas convergentes para o sistema da Indicação Geográfica. A análise evidenciou a necessidade de uma melhor definição das ações públicas, juntamente com maior motivação e mobilização dos atores locais em torno de uma visão compartilhada para além da proteção e promoção de um produto e de sua região, mas também para o acesso a novos mercados, e a potencialização dos ativos do território para o efetivo desenvolvimento local.

Palavras-Chave: Indicações Geográficas, Desenvolvimento Local, Linguiça, Maracaju, Políticas Públicas

ABSTRACT

The Geographical Indication is conceptualized as a product with quality bound to the origin and may represent an important tool for adding value, increasing income, markets accessing and local development. With end users who are getting more and more concerned about the quality features and the product origination, respecting the culture of the people from the production place and their identity, and facing the need of adapting the agrifood production systems with value aggregation and promotion of the endogenous potential of territories, this paper's aim is to verify the possibility to implement a Geographical Indication (GI) in Brazil's Middle West, specifically the production of Maracaju Sausage. Thus, the paper is divided by the conceptualization of the Geographical Indications as long as they are internalized in Europe and Brazil, its expression in Europe and its international legislative developing. The Maracaju sausage production is approached describing the product origination and the production region. The research was developed through qualitative approach, embracing the scientific method with research strategy based on case study. Furthermore, was resorted the method of research-action, which brings a relation between the tracers and people who are involved with the reality study. The data collect has as reference the laws of Brazil, France and European Community. The obtainment of the field data was made through research-action and semi-directed interviews with open questions together with the local agents. The results evince the existence of a product with established reputation with enough local resources for an Origination Indication and represented by a legitimate collectivity of the territory. In the meantime, it has to be developed the cooperative processes and, also, the processes of interaction between the local agents and the institutions with public policy converging to the Geographical Indication system. The analysis evinced the need of a better definition for the public actions, together with bigger motivation and mobilization of the local agents around a shared view for not only the protection and promotion of a product and its region, but also the access to new markets, and the potentiation of the territory agents for the effective local development.

Key-words: Geographical Indications, local development, sausage, Maracaju, public policy

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Símbolos europeus de Indicações Geográficas	22
Figura 2 - Símbolo Francês da L'Appellation d'Origine Contrôlée	23
Figura 3 - Material promocional dos símbolos oficiais de qualidade e de origem na França	27
Figura 4 - Fluxograma do processo registro nacional para IG na França.....	45
Figura 5 - Porcentagem de IG brasileiras por região registradas no INPI	55
Figura 6 - Fluxograma da Metodologia de trabalho do MAPA	56
Figura 7 - Destino das vendas de IGs europeus em 2010, em percentagem.....	59
Figura 8 - Distribuição, em percentagem do faturamento das IGs na França e na Itália, por tipo de produto, em 2010	60
Figura 9 - Porcentagem de IGs em relação ao total na Europa e ao valor que representa nas vendas nacionais.....	60
Figura 10 - Interação entre pessoas, produto e o território.....	63
Figura 11 - Círculo virtuoso da qualidade vinculada a origem	64
Figura 12 - Cadeia produtiva da linguiça de Maracaju	89
Figura 13 - Logo da IP MARACAJU para o produto Linguiça.....	93
Figura 14 - Laranja azeda.....	97
Figura 15 - O formato espiral característico da linguiça de Maracaju.....	98
Figura 16 - Logotipo da APTRALMAR.....	101

LISTA DE MAPAS

Mapa 1 - Ocupação do território no período colonial.....	68
Mapa 2 - Migrações para o sul de Mato Grosso nos séculos XIX e XX.....	71
Mapa 3 - Território Federal de Ponta Porã, no ano de 1943	73
Mapa 4 - Localização geográfica de Maracaju	94
Mapa 5 - Delimitação Geográfica da IP Maracaju.....	95

LISTA DE FOTOS

Foto 1 - Processo de secagem durante a festa da Linguiça de Maracaju	76
Foto 2 - Linguiça com 31 metros de tripa	77
Foto 3 - Entrada de Maracaju faz referência a Linguiça, símbolo do município.....	78

LISTA DE AVREVIATURAS E SIGLAS

ADPIC	- Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual relacionados com o Comércio
AGRAER	- Agência de Desenvolvimento Agrário e Extensão Rural de Mato Grosso do Sul
AOC	- <i>Appellation d'Origine Contrôlée</i>
CAN	- Comunidade Andina de Nações
CE	- Comunidade Europeia
CIG	- Coordenação de Incentivo à Indicação Geográfica de Produtos Agropecuários
CUP	- Convenção União de Paris
DO	- Denominação de Origem
DOC	- <i>Denominazione di Origine Controllata</i>
DOCG	- <i>Denominazione di Origine Controllata e Garantita</i>
DOP	- Denominação de Origem Protegida
EMBRAPA	- Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
FAO	- <i>Food and Agriculture Organization of the United Nations</i>
GATT	- <i>General Agreement on Tariffs and Trade</i>
IG	- Indicação Geográfica
IGP	- Indicação Geográfica Protegida
IGT	- <i>Indicazione Geografica Tipica</i>
INAO	- Institut National des Appellations
INPI	- Instituto Nacional de Propriedade Industrial
INSEE	- <i>Institut National de La Statistique et Des Études Économiques</i>
IP	- Indicação de Procedência
MAPA	- Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
MERCOSUL	- Mercado Comum do Sul
NAFTA	- Tratado de Livre Comércio de América do Norte
OCDE	- Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Econômico
ODG	- Organização de Defesa e Gestão
OGM	- Organismos Geneticamente Modificados

OMC	- Organização Mundial do Comércio
OMPI	- Organização Mundial da Propriedade Intelectual
PAC	- Política Agrícola Comum
QbA	- <i>Qualitätswein bestimmter Anbaugebiete</i>
QmP	- <i>Qualitätswein mit Prädikat</i>
SAU	- Superfície Agrícola Utilizada
SDC	- Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo
SEBRAE	- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SIM	- Serviço de Inspeção Municipal
SIMM	- Serviço de Inspeção Municipal de Maracaju
SIQO	- Signos de Identificação de Qualidade de Origem
SISBI-POA	- Sistema Brasileiro de Inspeção de Produtos de Origem Animal
SUASA	- Sistema Unificado de Atenção a Sanidade Agropecuária
TRIPS	- <i>Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights</i>
UE	- União Europeia
USPTO	- The United States Patent and Trademark Office
WTO	- World Trade Organization

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
1.1 Objetivos	17
1.2 Estrutura do trabalho	19
2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	20
2.1 Indicação Geográfica - IG.....	20
2.1.1 Apresentação geral das IGs.....	20
2.1.2 Experiência francesa em Indicações Geográficas	25
2.1.3 IGs na União Europeia.....	29
2.1.4 A contraposição ao sistema IG	34
2.2 Legislações sobre Indicações Geográficas	38
2.2.1 Legislação Internacional	38
2.2.2 Processo de obtenção do registro na Europa	44
2.2.3 Indicações geográficas no Brasil	51
2.3 Valor da produção agrícola com DOP na Europa	58
2.4 Desenvolvimento local e Indicações Geográficas	61
3 INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA MARACAJU - PRODUTO LINGUIÇA	67
3.1 O Mato Grosso do Sul	67
3.2 O município de Maracaju	72
3.3 Origem da produção da linguiça	74
3.4 Produção da Linguiça de Maracaju.....	75
4 METODOLOGIA.....	79
4.1 Método de pesquisa	79
4.2 Coleta de dados	80
4.3 Variáveis abordadas na pesquisa	81
5 ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	83
5.1 Arranjos necessários para a implantação da IG Maracaju para o produto linguiça.....	83

5.1.1 Implantação da IG Maracaju para o produto linguíça e atores envolvidos	83
5.1.1.1 Ações para apresentação do dossiê ao INPI.....	84
5.1.1.2 Sistema agroindustrial (SAG) da linguíça de Maracaju	86
5.1.2 Relação entre atores	90
5.1.3 Regras de organização da produção de linguíça	92
5.2 Características necessárias para a implantação de uma IG na modalidade de Indicação de Procedência	98
5.2.1 Presença de reputação / notoriedade.....	99
5.2.2 A coletividade representada pela APTRALMAR	100
5.3 Implantação de uma Indicação Geográfica (IG).....	105
5.3.1 Políticas Públicas.....	105
5.3.1.1 Aspectos Gerais	105
5.3.1.2 Políticas públicas na implantação da IG da linguíça de Maracaju	110
5.3.2 Coletividade na implantação da IG da linguíça de Maracaju	113
CONSIDERAÇÕES FINAIS	117
REFERÊNCIAS.....	119

1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas a globalização crescente da economia mundial aumentou o fluxo de bens entre os países. O comércio internacional se beneficiou com a queda das barreiras tarifárias e não-tarifárias e pelos processos acelerados de inovação, que permitiram a redução dos custos de produção, com a entrada continua no mercado de produtos padronizados e de baixo custo.

A globalização do mercado acompanha um processo de fusões e aquisições no setor do varejo, o que leva, em muitos países, à concentração da distribuição dos alimentos em poucas redes de supermercados e à redução do número de fornecedores para cada produto. Essa evolução impacta negativamente sobre os pequenos produtores. Ao mesmo tempo, esse processo favorece o consumidor, pois democratiza o consumo pela possibilidade de acesso a produtos mais baratos, em função de ganhos de escala, e em uma maior variedade (SATO, 2009).

A globalização também tem contribuído com a chegada de novos alimentos, seja pelos fluxos migratórios, seja pelo transito internacional de alimentos. Navarro (2005) cita o caso da Espanha, onde surgira novos canais específicos de consumo em segmentos especializados, como produtos da terra, produtos locais e produtos gourmets, bem como a exaltação dos produtos tradicionais de outros países. Este exemplo é reforçado por Martins (2009), ao afirmar que em Portugal as práticas alimentares originárias de outros países ocasionaram uma maior disponibilidade e diversidade de produtos agroalimentares.

Concomitantemente, a busca pela melhoria da qualidade de vida por parte dos consumidores orienta na escolha de produtos saudáveis, naturais, orgânicos ou agroecológicos e com certificações de qualidade. A sustentabilidade ambiental, aliada a responsabilidade social e informações completas dos produtos nas rotulagens são cada vez mais exigidas pelos consumidores. Sato (2009)

ressalta que na mudança de perfil do consumo, as tendências caminham para uma maior exigência na qualidade dos produtos agroalimentares, com valorização crescente da rastreabilidade, que dá acesso as informações de origem dos processos sofridos pelo alimento, dos impactos ambientais ou sociais na produção e dos efeitos da ingestão deste alimento sobre a saúde.

Neste contexto, a produção e o consumo de alimentos desenvolvem-se sob duas tendências: a "estandardização" e a diferenciação. A primeira é impulsionada pela economia de escala na produção dos alimentos e a comercialização de massa. A diferenciação, como antagônica ao movimento da "estandardização", busca dar características de identidade pela origem do produto e de qualidade construída em espaços territoriais específicos por meio da participação de atores sociais locais (SATO, 2009). Bourdain (2001), no contexto da mundialização, imagina o local como o antônimo do global, o lugar de resistência.

Produtos com protocolos de produção bem estabelecidos ganham cada vez mais espaço, com maior credibilidade junto aos clientes e melhor acesso a novos mercados. Como consequência do desenvolvimento de um consumo qualitativo, o mercado tem que oferecer produtos que atendem aos novos desejos e necessidades do consumidor. Desta maneira, abre-se a necessidade de adequação dos sistemas produtivos agroalimentares.

De acordo com Van der Ploeg *et al.* (2000), a modernização da agricultura, principal ferramenta para elevar a renda e o desenvolvimento das comunidades rurais, está se transformando em desenvolvimento rural, no qual se busca um novo modelo para o setor agrícola, com novos objetivos como a produção de bens públicos (paisagem), a busca de sinergias com os ecossistemas locais, a valorização das economias de variedades em detrimento das economias de escala, a pluriatividade¹ das famílias rurais, entre outros.

O desenvolvimento rural moderno implica na criação de novos produtos e novos serviços, associados a novos mercados. Essa estratégia tenta reconstruir a agricultura não apenas no nível dos estabelecimentos, mas em termos regionais e da economia rural como um todo, representando saída para as limitações e falta de perspectiva frente ao paradigma da modernização e do produtivismo (VAN DER PLOEG *et al.*, 2000).

¹ A pluriatividade consiste na diversificação das atividades, inclusive não agrícolas.

Veiga (2002) chega na mesma conclusão e escreve que a crescente exposição ao comércio internacional e a aceleração do progresso tecnológico tornam necessárias mudanças estruturais para o desenvolvimento de regiões menos dinâmicas. O autor identifica a necessidade de passar pela abordagem territorial para encontrar algumas das respostas para estas mudanças.

De acordo com Veiga (2002), a Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Econômico (OCDE) preconiza o estímulo ao potencial de desenvolvimento endógeno das zonas rurais, através da adoção de medidas que devem respeitar as características específicas de cada território. Essas medidas devem, a partir de estruturas apropriadas e de redes de relações, exaltar a identidade local, ligando atores e atividades para formar circuitos que melhoram as relações com o exterior da região, criando novas relações.

A Indicação Geográfica pode servir de ferramenta para o desenvolvimento rural, convergindo para a revalorização das atividades rurais/locais a partir de um produto agroalimentar que oferece garantias sobre o sistema de produção e sua origem. Este produto, de qualidade vinculada a origem, atende as novas demandas de consumo e de produção sustentável. Ele reconhece o patrimônio cultural através dos alimentos.

Assim, é possível acreditar que, com o aumento de consumidores que buscam garantias sobre a qualidade e origem dos produtos, existe um nicho crescente de mercados por produtos com Identificação Geográfica. A Identificação Geográfica no Brasil deve ser entendida como o nome geográfico de um lugar, região ou local, conhecido por produzir, extrair ou fabricar um produto cujas características são normalmente associadas à região de origem.

Entretanto, o simples registro de uma Indicação Geográfica não é garantia de aumento de renda para o produtor e de desenvolvimento local sustentável. Essa situação ocorreu essencialmente no modelo europeu, bem-sucedido na agregação de valor e proteção do saber fazer, ao inserir parte dos pequenos produtores no mercado de especialidades.

Esta ferramenta de uso coletivo ajuda a desenvolver um novo modelo de desenvolvimento local baseado nas pluralidades. O sucesso obtido pelos países europeus, principalmente os latinos, levam a se perguntar como aproveitar as potencialidades de um país continental como o Brasil, rico culturalmente, com recursos naturais abundantes e grande biodiversidade para o desenvolvimento rural.

Parte das regiões brasileiras já desenvolveram algumas Indicações Geográficas (IGs) e este mercado está em crescimento. No entanto, a região de maior expansão do agronegócio no Brasil, o Centro-Oeste, está muito mais focalizada no mercado de *commodity*, de produtos padronizados com grande economia de escala. Somente em março de 2015 foi concedido registro a IG Mel do Pantanal, como primeira IG do Centro Oeste brasileiro. Essa situação leva a se perguntar se existe espaço nessa região para outros produtos com garantia de origem?

A hipótese deste trabalho é que existe no Brasil a possibilidade de implementar sistemas de Indicação Geográfica e que o consumidor está cada vez mais preocupado com aspectos de qualidade e origem do produto. Em consequência, existe a possibilidade de valorizar produtos locais, não apenas no Sul e Sudeste do Brasil, mas nas outras regiões também, em particular no Centro-Oeste do Brasil.

1.1 Objetivos

a) Geral

A partir da hipótese de pesquisa, o objetivo é de verificar a possibilidade de implantar uma Indicação Geográfica (IG) no Centro-Oeste do Brasil, mais especificamente a produção de linguça de Maracaju.

b) Objetivos específicos

- Avaliar as ferramentas disponíveis e necessárias para a implantação de uma IG;
- Analisar os arranjos necessários para a implantação da IG Maracaju para o produto linguça.

Com base na experiência alcançada pela União Europeia, na aplicação de uma política para os produtos com qualidade vinculada a origem, ou seja, com Indicação Geográfica de produtos dos territórios, é possível vislumbrar um sistema de produção que envolve grupos de produtores locais na região de Maracaju, com o objetivo de valorizar em nível nacional um produto de tradição local, a linguça de Maracaju.

Principalmente na França, esta ferramenta de uso coletivo é considerada como patrimônio nacional, ressaltando a importância cultural e sociológica. Existe uma proteção intelectual deste saber fazer, preservando o conhecimento baseado na cultura e tradições de uma comunidade local que sabe manejar os recursos naturais específicos do local, dando especificidade ao produto, podendo adotar práticas sustentáveis na preservação ambiental das paisagens e dos recursos genéticos.

A implementação de uma Indicação Geográfica depende de políticas públicas para ordenamento das ações dentro do território. O avanço em termos econômicos alcançado pela União Europeia, através da política do Plano Agrícola Comum, em que produtos agroalimentares com Indicação Geográfica representaram, em 2010, 29% do total das vendas de produtos agrícolas, com um valor comercializado de 15,8 bilhões de Euros, demonstra uma grande geração de riqueza. A comercialização de um produto diferenciado agrega valor e aumenta a renda dos produtores. A adoção de protocolos por meio da conformidade com um caderno de normas qualifica o produto para um melhor posicionamento perante o mercado consumidor de maior poder aquisitivo, mais exigente e com consciência socioambiental.

A Identificação Geográfica no Brasil pode encontrar um vasto campo fértil para o desenvolvimento de produtos com especificidades e voltados para um mercado diferenciado. Soma-se a isso a herança histórico-cultural brasileira, trazida pelas diversas etnias que compõem o país, e a biodiversidade dos biomas nacionais. Com sua vocação para a produção de alimentos, que hoje é majoritariamente de *commodities*, o Brasil tem a oportunidade de estudar novas formas de desenvolvimento rural e local, efetivando as potencialidades do mercado de produtos diferenciados. Por ser um tema relativamente recente e emergente no Brasil, necessita de políticas públicas e uma maior sinergia entre entidades privadas, governamentais e do terceiro setor, uma vez que pode impactar temas relevantes como: segurança alimentar, geração de renda, emprego, fixação no campo, gestão ambiental e governança.

É preciso um olhar atento com as experiências protagonizadas pelos Europeus, mas respeitando as singularidades presentes nos diferentes cantos do Brasil. Apesar do desconhecimento por grande parte da população brasileira, é possível afirmar que determinadas cadeias de valores de produtos nacionais, mais

organizadas, já avançaram neste novo modelo de desenvolvimento, além de haver um aumento considerável nos números de pedidos de registro de Indicações Geográficas. Os principais produtos solicitados são o vinho, o café e a aguardente de cana tipo cachaça, com predominância das solicitações feitas por agrupamentos da região sul e sudeste do país (INPI, 2014).

Recentemente o Centro-Oeste juntou-se as demais regiões do Brasil com o registro de sua primeira Indicação Geográfica através do Pantanal, que engloba os estados de Mato Grosso e Mato Grosso do Sul, para o produto mel. Entretanto, já existem outras solicitações de reconhecimento de Indicação de Procedência para a região: Maracaju, para o produto linguça, no estado de Mato Grosso do Sul; Mara Rosa para o produto açafrão e seus subprodutos no estado de Goiás. Diversos trabalhos são desenvolvidos na região com produtos agroalimentares com viés de proteção e acesso ao mercado, outros com a preocupação de preservação de recursos genéticos e biodiversidade com potencialidades econômicas, todos eles sem uma cadeia de valor bem implantada.

A realização do estudo de caso da Indicação de Procedência Maracaju para o produto linguça avalia a construção de uma Indicação Geográfica na região Centro-Oeste do Brasil, a organização dos produtores, a condução do processo de construção do dossiê e as expectativas dos benefícios a serem alcançados por este agrupamento. São também abordados os efeitos que poderão favorecer, de fato, o desenvolvimento local.

1.2 Estrutura do trabalho

Uma vez definidos o tema e a justificativa de pesquisa, no capítulo 2 a revisão bibliográfica conceitua as Indicações Geográficas conforme são internalizadas na Europa e no Brasil, sua manifestação na Europa e a evolução legislativa internacional.

No capítulo 3 é abordada a produção de linguça de Maracaju, descrevendo a origem do produto e a região de produção. No capítulo 4 descreve-se a metodologia adotada e sua aplicação. No capítulo 5 é apresentada a análise, seguida das considerações finais.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Na primeira parte da revisão destacam-se os princípios gerais das Indicações Geográficas, sua definição na Europa e no Brasil, o seu surgimento como política agrícola na França, sua manifestação na Europa e nas diferentes partes do mundo. Na segunda parte são reportados a evolução internacional das legislações sobre o tema, os principais pontos do processo de obtenção do registro na Europa, o atual estágio do sistema no Brasil, a mensuração econômica da produção agrícola dos produtos com IG na Europa e a possibilidades que a IG traz para o desenvolvimento local.

2.1 Indicação Geográfica - IG

Há muito tempo, produtores, comerciantes e consumidores perceberam que determinados produtos carregam qualidades específicas e que estas características estão correlacionadas com a origem geográfica (KAKUTA, 2006). Com a evolução dos mercados e a necessidade de novas formas de desenvolvimento sustentável, a Indicação Geográfica (IG) surgiu como uma ferramenta de uso coletivo para o reordenamento do território, na busca pelo desenvolvimento rural sustentável.

2.1.1 Apresentação geral das IGs

A Indicação Geográfica é um sinal distintivo, nome ou elemento gráfico, que distingue produtos ou serviços por sua qualidade vinculada a origem. Pode significar um produto que transmite confiança, qualidade, familiaridade, satisfação

aos consumidores. Muitas vezes, um produto agroalimentar pode remeter a memórias de lugares em que o consumidor esteve e saboreou ao olhar para aquela paisagem única. Remete também a um produto agroalimentar que permeia os tempos com sua cultura histórica e o seu saber fazer, um patrimônio imaterial, um bem cultural intangível, que um agrupamento de produtores desenvolveu para lidar com os recursos naturais de um território. A Identificação Geográfica pode ser uma importante ferramenta coletiva na organização da cadeia produtiva, no desenvolvimento socioeconômico e na agregação de valor aos produtos agroalimentares, pode representar acesso a novos mercados, promoção comercial e proteção contra as fraudes e usurpações destas especialidades (MAPA, 2010).

A Organização das Nações Unidas para a Agricultura e a Alimentação (FAO, 2010) define a Indicação Geográfica como o nome de um lugar ou país que identifica um produto cuja qualidade, reputação ou outras características são imputáveis a sua origem. Ainda, afirma que a IG sinaliza aos consumidores que os produtos com esse conceito exibem características especiais devido a sua origem geográfica. Assim, uma IG é mais que a indicação da sua fonte de procedência, que indica simplesmente a proveniência do produto, como o “Made in”, o “Feito em...”, sem referir-se a uma determinada qualidade. A IG é uma expressão, ou signo, utilizada para indicar procedência e dizer que um produto, ou serviço, tem sua origem em um determinado país, grupo de países, região ou localidade (TORTORELLI, 2010)

Com a criação da Organização Mundial do Comércio (OMC) em 1994, foram incluídas, além de tratados relacionados a tarifas e comércio, as discussões sobre a propriedade intelectual e as IGs. O Acordo sobre os Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual relacionados com o Comércio (ADPIC), no artigo 22.1, define que as indicações geográficas são “indicações que identifiquem um produto como originário do território de um Membro, ou região, ou localidade deste território, quando determinada qualidade, reputação ou outra característica do produto seja essencialmente atribuída à sua origem geográfica”.

A União Europeia trata o assunto através do regulamento (CE) nº 2081/92 do Conselho, de 14 de Julho de 1992, relativo à proteção das Indicações Geográficas e Denominações de Origem dos produtos agrícolas e dos gêneros alimentícios. O Regulamento (EU) nº 1151/2012 mantém estes dois instrumentos e introduziu algumas alterações às suas definições:

- Denominação de Origem Protegida (DOP) é o nome de uma região, de um local determinado ou, em casos excepcionais, de um país, que serve para designar um produto agrícola ou um gênero alimentício, originário dessa região, desse local determinado ou desse país e para o qual a qualidade ou características se devem essencial ou exclusivamente ao meio geográfico, incluindo os fatores naturais e humanos. A produção, transformação e elaboração devem ocorrer na área geográfica delimitada.

A AOC/AOP na França e a DOP na Europa são sinônimos. A DOP identifica um produto agrícola, bruto ou transformado, que tira sua autenticidade e sua tipicidade de sua origem geográfica, possui notoriedade devidamente estabelecida e goza de características e know-how específicos (INAO, 2011).

- Indicação Geográfica Protegida (IGP) é o nome de uma região, de um local determinado, ou, em casos excepcionais, de um país, que serve para designar um produto agrícola ou um gênero alimentício, originário dessa região, desse local determinado ou desse país e, cuja reputação, determinada qualidade ou outra característica podem ser atribuídas a essa origem geográfica. A produção e/ou transformação e/ou elaboração ocorrem na área geográfica delimitada.

A IGP identifica um produto agrícola, bruto ou transformado, cuja qualidade, reputação ou outra característica provém de sua origem geográfica delimitada. Pelo menos uma dessas etapas, produção, transformação e elaboração, devem acontecer na área geográfica delimitada e as condições de elaboração estão sujeitas a procedimentos de controle (INAO, 2009).

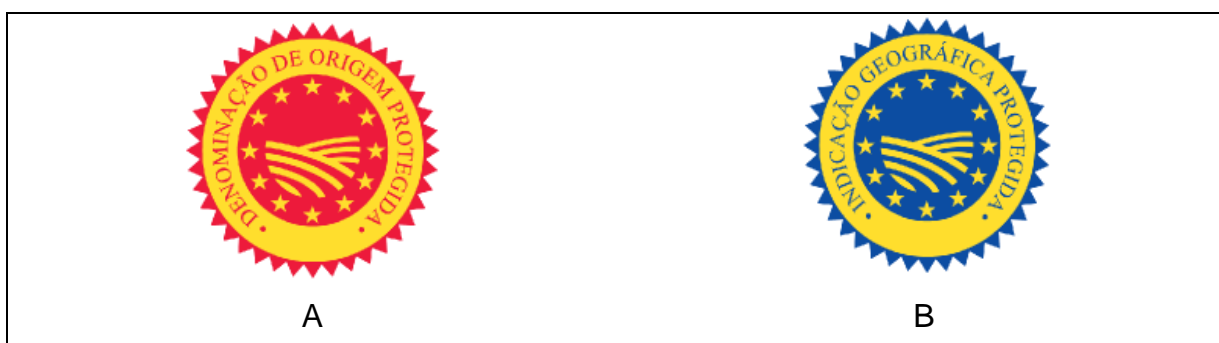


Figura 1 - Símbolos Europeus de Indicações Geográficas: A - Denominação de Origem Protegida - DOP e B -Indicação Geográfica Protegida - DOP

Fonte: INAO (2014)

O símbolo utilizado pelos Estados Membros é o mesmo, entretanto, cada país usa a escrita em sua língua. A Figura 1 se refere aos símbolos adotados por Portugal.

A França usa um selo para o reconhecimento de uma AOC (*Appellation d'Origine Contrôlée*) usado somente naquele país e que é um passo anterior ao seu reconhecimento final na Europa como DOP.



Figura 2 - Símbolo Francês da “L’Appellation d’Origine Contrôlée”

Fonte: INAO (2011)

O Brasil não é possuidor de um selo único que identifique os produtos com IG, sendo que cada Indicação de Procedência (IP) ou Denominação de Origem (DO) tem seu próprio selo indicativo desta qualidade. O país faz o uso de sinais distintivos, por meio do Decreto nº 1.355 de 30 Dezembro de 1994. Para colocar, essas Indicações e harmonizar conceitos, o Brasil promulgou a Lei 9.279 de 14 de maio de 1996 (BRASIL, 1996). A legislação brasileira conceitua a Indicação Geográfica em duas espécies:

- Indicação de Procedência (IP) como o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que tenha se tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço.

- Denominação de Origem (DO) como 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.

A União Europeia utiliza a DOP e a IGP somente para produtos agroalimentares que tenham qualidades ou características que se devam essencial ou exclusivamente ao meio geográfico. A DOP é reservada quando a totalidade das

fases de produção, transformação e elaboração são realizadas em uma área delimitada. No caso da IGP, ao menos uma das etapas deve ser realizada na área delimitada. Em termos conceituais, no Brasil a DO assemelha-se enquanto definição a DOP Europeia, com as mesmas características e especificidades em relação ao meio geográfico e a IP assemelha-se a IGP.

No Brasil, existe a possibilidade de designar IGs para serviços e protege-se o nome do local. Assim, a linguça de Maracaju, objeto da presente pesquisa, deverá ser definida como IP “Maracaju” para linguça. A Europa não prevê a proteção para serviço e a nomenclatura protege o produto, ao exemplo do “Prosciutto de Parma”.

O principal instrumento balizador das IGs é o Acordo sobre os Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual relacionados com o Comércio (ADPIC), em que são estabelecidos critérios mínimos que os países internalizam conforme suas conveniências. No Brasil somente são reconhecidos topônimos, enquanto na Europa é possível um nome que lembre determinada região geográfica, como no caso dos Vinhos Verdes em Portugal e a Cava na Espanha. O Brasil reconhece serviços como passíveis de registro para Indicação Geográfica, o que não é possível em qualquer outra nação.

Para Champredonde (2014), as divergências nas nomenclaturas da Indicação Geográfica na América Latina podem ser explicadas pela adesão a diversos tratados. Alguns países adotaram as definições de Indicação Geográfica Protegida e de Denominação de Origem, outros, como o Brasil, definiram Indicação de Procedência e Denominação de Origem, outros ainda, só reconheceram a Denominação de Origem.

A confusão das definições das IGs pode ser observada no mundo todo, com exceção dos 27 Estados Membros da Comunidade Europeia, quando em 1992 o sistema europeu padronizou a política de valorização dos produtos agroalimentares na formulação de uma regulamentação europeia para os Estados Membros.

2.1.2 Experiência francesa em Indicações Geográficas

Em 1962, logo após o período pós-guerra, que levou a Europa a uma situação de desabastecimento e reconstrução, foi criada a Política Agrícola Comum (PAC). Esta política consistia em assegurar preços justos aos agricultores e alimentos com preços acessíveis aos cidadãos, garantindo a segurança alimentar. Dez anos depois, apoiada por preços mínimos garantidos, a produção alimentar aumentou acima das necessidades, sem resolver as dificuldades da vida rural. Em consequências, a orientação da PAC passou de um apoio ao mercado para um apoio ao produtor, centrado na qualidade dos alimentos com vista à proteção dos produtos regionais e tradicionais, com procedimentos de rastreabilidade contínuo. Hoje, existe maior necessidade de acompanhar as exigências do mercado, em relação a preservação do ambiente, ao bem-estar animal e a segurança alimentar, com o desafio de prover uma agricultura sustentável, com uma paisagem natural bem conservada. Os produtores devem se preocupar com a gestão dos recursos naturais e a conservação de paisagens e patrimônio cultural (UE, 2012).

Passados pouco mais de 50 anos da criação da PAC, a terceira geração de agricultores passou a conciliar os papéis de agricultor, protetor da paisagem natural e empreendedor. Neste ambiente de desenvolvimento rural baseado na pluralidade, estimula-se a economia local não só pela comercialização de produtos agroalimentares, como através do turismo rural, atividades culturais e a criação de novas empresas, abrindo espaço para as regulamentações que colocam em evidência os Signos de Identificação de Qualidade de Origem (SIQO) (UE, 2012).

Mais do que qualquer outro país ocidental, a França aplicou o princípio patrimonial, especialmente em setores ligados a agricultura. Segundo Gade (2004), a patrimonialização expressa o interesse de alguns intelectuais, dos consumidores urbanos e de sindicatos agrícolas na proteção de paisagens rurais, das comidas tradicionais, dos produtos e de outros elementos relativos a identificação nacional e patrimônio regional.

A qualidade é considerada um elemento crucial na estratégia de desenvolvimento da agricultura e do setor agroalimentar na França. É encarada como uma questão importante para todos os consumidores, do ponto de vista da segurança alimentar, do equilíbrio alimentar e do prazer gustativo. As políticas agrícolas devem assegurar diversidade e qualidade na oferta de alimentos, aliadas a

um desenvolvimento sustentável dos territórios com responsabilidades compartilhadas (EDELLI, 2013)

Com uma superfície de 675.417 km², uma população de 65.820.000 habitantes e uma superfície agrícola utilizada² de 29 milhões de hectares, o que corresponde a 54% do território nacional, a França é o 1º país agrícola da União Europeia (UE) em termos de produção (INSEE, 2013; EDELLI, 2013).

Com dados do Ministério da Agricultura, Alimentação e Florestas Francês, há 490 mil fazendas na França. Entre 2000 e 2010 as fazendas tornaram-se maiores e passaram de uma média de 42 para 55 hectares. Mais de um milhão de homens e mulheres participam regularmente da agricultura neste país (MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE DE L'AGROALIMENTAIRE ET DE LA FORET, 2010).

A política de qualidade e origem dos produtos alimentares e agrícolas, desenvolvida pelo Ministério da Agricultura francês, começou há mais de um século. Ela vem sendo alterada constantemente, para oferecer aos consumidores uma visão abrangente e clara de todo o sistema francês e europeu, com o reconhecimento oficial da qualidade dos produtos agrícolas e dos gêneros alimentícios, aumentando a credibilidade deste reconhecimento através do reforço da segurança do Estado e dos controles, garantindo a legitimidade do dispositivo e estimulando os produtores e os atores econômicos em melhorarem seus produtos (INSTITUTO NACIONAL DA ORIGEM E DA QUALIDADE, 2014).

Rocha Filho (2009) salienta que motivado pelos problemas surgidos na área vitivinícola, foi criado por decreto em 30 de julho de 1935 o conceito de *Appellations d'Origine Contrôlée* - AOC (Apelação de Origem Controlada). O decreto foi concebido para garantir a origem do vinho. Neste ato, segundo Edelli (2013) foi instaurado o Comitê Nacional dos Vinhos e Destilados.

Em julho de 1947 o Comitê Nacional dos Vinhos e Destilados foi substituído pelo *Institut National des Appellations* (INAO) com foco em vinhos e destilados. O INAO surgiu como uma instituição pública dotada de personalidade jurídica, vinculada ao Ministério da Agricultura, Alimentação e Florestas, encarregado do reconhecimento, do controle e da proteção das AOC (INAO, 2006). Em 2 de julho de 1990, o INAO aumentou suas competências, incluindo laticínios e

² A Superfície Agrícola Utilizada (SAU) é um conceito padronizado nas estatísticas agrícolas europeus. Ele inclui terras aráveis (incluindo pastagens temporárias, pousio, culturas protegidas, hortas), a pastagens permanentes e culturas permanentes (vinhas, pomares) (INSEE, 2013).

produtos agroalimentares e em julho de 1999 incluiu as IGP (Indicação Geográfica Protegida). A partir de 1 de janeiro de 2007, o INAO se transformou no Instituto Nacional da Origem e Qualidade, encarregado da totalidade dos selos de identificação DOC/DOP, IGP, Label Rouge, STG (*Spécialité Traditionnelle Garantie*) e Agricultura Orgânica (Figura 3). Em 1 de agosto de 2009, no momento em que a organização comum do mercado vitivinícola reconheceu os vinhos com Indicação Geográfica e vinhos sem Indicação Geográfica, os vinhos IGP, antes denominados somente vinhos, passaram a fazer parte das competências do INAO (EDELLI, 2013; INAO, 2014).



Figura 3 - Material promocional dos símbolos oficiais de qualidade e de origem na França

Fonte: INAO (2014)

Além das figuras da Indicação Geográfica, os outros símbolos presentes na figura 3 correspondem a:

- Agricultura biológica: sistema de produção agrícola específica, que assegura que um conjunto de práticas agrícolas respeita o equilíbrio ecológico e a independência dos agricultores, excluindo o uso de fertilizantes químicos, a síntese de pesticidas, Organismos Geneticamente Modificados (OGM) e limitando o uso de insumos. O bem-estar animal é respeitado bem como o uso de medicamentos é limitado e estritamente controlado.

- Especialidade Tradicional Garantida destina-se a proteger a composição tradicional de um produto ou de um método de produção tradicional, sem se referir a uma origem.

- Label Rouge (selo vermelho) garante que um produto tem um conjunto de características que permitem um nível superior de qualidade em comparação com produtos similares. As condições de produção ou fabricação do produto são peculiares e conferem qualidade superior.

A França, com sua tradição artesanal, especificidade do local bem definida e refinamento culinário, assumiu a liderança de um movimento que visa garantir e desenvolver uma produção de alimentos autêntica, afirmando que pelo *terroir*³ a qualidade especial de um produto agrícola é determinada pelo caráter do lugar de onde ele vem (GADE, 2004).

O INAO desempenha um papel importante na valorização dos produtos de *terroir*, apoiando as iniciativas lançadas a nível local, oferecendo um marco institucional que permite reconhecimento, proteção e apoio aos atores locais, nas diferentes etapas do projeto, antes e quando do reconhecimento da IG e ao longo de sua existência e desenvolvimento (INAO, 2014). Entre as diferentes atribuições do INAO, conforme art. L 642.5 do Código Rural, está o processamento de solicitações para reconhecimento por selos oficiais, a proteção jurídica das denominações, a supervisão do controle de selos oficiais, a delimitação das zonas de produção, a proteção dos *terroirs* e informação a respeito do dispositivo de selos oficiais (EDELLI, 2013).

Para a concretização deste escopo, o Instituto trabalha em parcerias com indústrias (federações, associações), serviços centrais e/ou descentralizados do

³ A palavra *terroir* passa a exprimir a interação entre o meio natural e os fatores humanos. Esse é um dos aspectos essenciais do *terroir*, de não abranger somente aspectos do meio natural (clima, solo, relevo), mas também, de forma simultânea, os fatores humanos da produção - incluindo a escolha das variedades, aspectos agronômicos e aspectos de elaboração dos produtos (TONIETTO, 2007).

Estado, profissionais (através de agrupamentos⁴, organismos de controle), coletividades territoriais (comunas, conselhos gerais e regionais), câmaras setoriais (câmara de agricultura, câmara de comércio), escritório de turismo, adidos de agricultura nas embaixadas (atividade internacional), instituições escolares e universitárias, escritórios de turismo entre outros (EDELLI, 2013).

O INAO, organismo encarregado da implementação da política francesa relativa aos selos oficiais de identificação de origem e qualidade, teve um orçamento anual de 22,96 milhões de euros em 2012, financiados em parte por um subsídio do Ministério da Agricultura (cerca de 70 %) e por direitos sobre produtos e royalties. O instituto possui oito Unidades territoriais espalhadas pelo território nacional e tem em seu corpo técnico um efetivo de 270 agentes, dos quais 70% regionais, que acompanham os produtores em seus procedimentos, com vistas a obtenção um selo oficial de origem e qualidade, controlando e acompanhando o selo ao longo de toda a existência do produto (INAO, 2014 e EDELLI, 2013).

2.1.3 IGs na União Europeia

A política francesa de valorização dos produtos agrícolas e alimentares inspirou a elaboração de uma regulamentação europeia. O dispositivo francês de enquadramento desta política se articulou com o sistema europeu, estabelecido a partir de 1991/1992 (INAO, 2011).

Torre (2006) afirma que a regulamentação da União Europeia reconheceu os Signos de Identificação de Qualidade de Origem (SIQO), entre eles o DOP (Denominação de Origem Protegida) e o IGP (Indicação Geográfica Protegida), que foram criados para incentivar a diversificação na produção agrícola, protegendo produtores das usurpações do nome de seus produtos e permitindo aos consumidores identificar as características específicas dos produtos.

O modelo europeu de agricultura, citado por Belletti *et al.* (2013), evoluiu a partir de meados dos anos 80, substituindo de maneira gradual as políticas de apoio ao mercado vinculado exclusivamente a produção, por políticas direcionadas para os

⁴ Entende-se por agrupamento qualquer organização, independentemente da sua forma jurídica ou composição, de produtores ou de transformadores do mesmo produto agrícola ou do mesmo gênero alimentício (SOEIRO, 2014).

mercados de produtos de qualidade, com o viés cultural, ambiental e social, e preocupado com o desenvolvimento rural e políticas estruturais.

A Itália é o país europeu com o maior número de produtos alimentares com Denominação de Origem e Indicação Geográfica reconhecida pela União Europeia. Da mesma maneira que os demais Estados Membros da União Europeia, para obter a certificação um grupo de produtores deve definir o produto, com base em dados precisos e transmitir o pedido à autoridade nacional competente. Neste caso, o art. 53 da Lei nº. 128/1998 localiza no "Ministério da Agricultura, Alimentação e Florestas da Itália" a autoridade nacional responsável pelo controle da certificação. Na Itália existem os selos *Indicazione Geográfica Tipica* (IGT), *Denominazione di Origine Controllata* (DOC) e *Denominazione di Origine Controllata e Garantita* (DOCG) que são usados somente para vinhos, enquanto para produtos agroalimentares este país utiliza-se do sistema europeu IGP e DOP (ITALIA, 2014).

Tibério, Cristovão e Fragata (2001) ressaltam a importância das IGs para os produtos agroalimentares tradicionais portugueses. Eles consideram os regulamentos (CEE) 2081/92 e 2082/92 como pilares importantes da política europeia de qualidade, na medida em que protegem, a nível europeu, produtos cujas características de qualidade são devidas à sua origem geográfica ou ao seu modo particular de produção. Afirmam ainda que os regulamentos são instrumentos importantes para a valorização dos produtos, pois facilitam a promoção do seu saber fazer particular de produção, contribuindo para a afirmação comercial da sua qualidade superior.

Na Europa, a Denominação de Origem Protegida (DOP) é uma etiqueta que indica que o produto agrícola é de uma região específica. É uma denominação local utilizada para designar um produto cujas qualidades e características são principalmente causadas pela localização geográfica da produção (uma área de produção bem conhecida e bem definida), mas que inclui os fatores naturais e humanos (TORRE, 2006).

A garantia de uma qualidade que resulta de um *terroir* indica uma relação entre um produto e seu território. Significa um produto tradicional, de uma qualidade associada a um modo de produção que respeita o meio ambiente e o bem-estar animal, bem como um produto de qualidade superior (INAO, 2014).

No conceito europeu há espaço para dois tipos diferentes de figuras da Propriedade Intelectual, a Denominação de Origem Protegida e a Indicação

Geográfica Protegida. Apesar de diferentes, elas possuem a mesma proteção jurídica. Segundo a secretária Geral da Qualifica⁵, Ana Soeiro, elas não são selos, não são sistemas de certificação e não são etiquetas nem rótulos, mas sim figuras da Propriedade Intelectual (SOEIRO, 2014).

Na aceção do regulamento (CE) nº 2081/92 do Conselho, de 14 de Julho de 1992, relativo à proteção das indicações geográficas e denominações de origem dos produtos agrícolas e dos gêneros alimentícios, entende-se por:

a) Denominação de Origem, o nome de uma região, de um local determinado ou, em casos excepcionais, de um país, que serve para designar um produto agrícola ou um gênero alimentício; originário dessa região, desse local determinado ou desse país e; cuja qualidade ou características se devem essencial ou exclusivamente ao meio geográfico, incluindo os fatores naturais e humanos, e cuja produção, transformação e elaboração ocorrem na área geográfica delimitada;

b) Indicação Geográfica, o nome de uma região, de um local determinado, ou, em casos excepcionais, de um país, que serve para designar um produto agrícola ou um gênero alimentício; originário dessa região, desse local determinado ou desse país e; cuja reputação, determinada qualidade ou outra característica podem ser atribuídas a essa origem geográfica e cuja produção e/ou transformação e/ou elaboração ocorrem na área geográfica delimitada.

O produto que possui uma DOP é um produto que respeita condições de produção validadas pelos poderes públicos, apresenta características específicas referentes a um *terroir*, delimitado e pode ser identificado graças ao seu logotipo (Figuras 1 e 3). É controlado por um organismo terceiro de controle, sendo o resultado de uma abordagem coletiva.

Gade (2004) considera a qualificação de um produto com DOP uma patrimonialização de um país, sendo que no caso de produtos agroalimentares espera-se que agreguem valor.

Um produto IGP é um produto que respeita um caderno de encargos validado pelos poderes públicos, dispõe de características e de uma denominação relacionadas com a zona de produção, está registrado pela UE e pode ser identificado por um logotipo (EDELLI, 2013).

⁵ Associação Nacional de Municípios e de Produtores para a Valorização e Qualificação dos Produtos Tradicionais Portugueses

É necessário para a obtenção de uma DOP um agrupamento na origem do procedimento e que seja identificada a importância da solicitação, que mostre a relação com o *terroir* e o território. Já para a IGP é necessário, além de um agrupamento na origem da solicitação, mostrar o vínculo da área geográfica com a reputação ou qualidade específica. Em ambas as IGs um agrupamento é responsável pela definição das regras de produção, de seus controles, monitoramento e da sua evolução no tempo (INAO, 2011)

Edelli (2013) afirma que o agrupamento na origem do procedimento é definido na França, pelo Art. L 642.22 do Cód. Rural, que indique o organismo de defesa e gestão, que representa e reúne os operadores da cadeia do produto, como o único interlocutor do INAO e o único habilitado para solicitar o reconhecimento de um produto com Signos de Identificação de Qualidade de Origem (SIQO). O mesmo ocorre nos Estados Membros da União Europeia onde o agrupamento é o responsável pela gestão da DOP/IGP e sua finalidade deverá ser bem esclarecida e reconhecida.

O agrupamento deve também garantir a representatividade equilibrada entre os diferentes atores locais da cadeia produtiva, elaborando o projeto de caderno de encargos dos SIQO. Ele conduz sua implementação junto aos operadores, propõe seu Organismo de Controle ao INAO e a autoridade europeia, participa da elaboração dos planos de controle e/ou inspeção. Deve assegurar-se do conhecimento estatístico da indústria, da valorização do produto, da proteção de sua denominação e de seu *terroir* (EDELLI, 2013).

Gade (2004) enfatiza o mesmo aspecto e menciona que os produtores de uma DOP devem formar um grupo de interesse, legalmente reconhecido, que pode solicitar coletivamente mudanças no decreto de denominação quando se adapte às suas necessidades e propósitos. O autor afirma que a IG funciona porque os membros aceitam seguir regras, a maioria das quais eles próprios definiram.

Enquanto a União Europeia designa a DOP e a IGP como um produto que tenha qualidade ou características que se devem essencial ou exclusivamente ao meio geográfico, as diferenças entre DOP e IGP estão em relação a totalidade das fases, ou seja, produção, transformação e elaboração. Para um produto ser registrado como DOP, todas as fases devem ser realizadas na área delimitada que lhe dá o nome, mostrando uma forte ligação com essa região, provando que a qualidade do produto é influenciada pelo seu meio geográfico seja ele o solo, o

clima, as raças dos animais ou as variedades vegetais envolvidas na produção e pelo saber fazer das pessoas desta região. No caso da IGP, ao menos uma destas etapas deve ocorrer na área geográfica que lhe nomina e que tenha uma reputação aferida pelo consumidor ou outras características associadas a essa mesma área delimitada.

Gade (2004), citando Bérard e Marchenay (1996), afirma que o conceito se espalhou para outros países, incluindo os EUA, mas sem os mesmos requisitos rigorosos ou aplicabilidade. Rocha Filho (2009) considera que existem discordâncias conceituais e de terminologia entre as Indicações Geográficas, o que gera confusão não só nos princípios da IG, como na legislação internacional, e piora o entendimento sobre ela.

Há concordância, contudo, que as IGs tornaram famosos alguns produtos que começaram a ser mais conhecidos e reputados que outros vendidos sob marca de indústria ou comércio. Há dois tipos de proteção possíveis: um feito dentro do país da IG e outro feito no país para onde se destina a exportação. A França, país onde as IGs desenvolveram-se muito, é partidária do primeiro tipo de proteção enquanto outros países, entre os quais Inglaterra e EUA, preferem o segundo. Os desdobramentos de tal disputa, que nasce com a Convenção União de Paris (CUP) em 1883, provocam muitos atritos (ROCHA FILHO, 2009).

As IGs, segundo todos os tratados internacionais, não têm qualquer restrição quanto à possibilidade de sua aplicação para produtos industriais. Todavia, a legislação interna de vários países europeus, conseqüentemente a legislação europeia, só prevê a proteção de uma IG para produtos agrícolas, sendo exceções o *Swiss Made*, para relógios, e diversos bens russos (ROCHA FILHO, 2009).

O interesse pelas Indicações Geográficas condiz principalmente pela necessidade de adequação das normativas nacionais junto às normas do comércio internacional. Até o momento a maioria dos países considera as IGs como ferramentas de mercado e de proteção da Propriedade Intelectual (DALLABRIDA, 2014). Dentro do arcabouço de acordos e tratados internacionais, os países têm o grande desafio de harmonizar suas legislações.

2.1.4 A contraposição ao sistema IG

Em contraposição ao sistema de Signos de Identificação de Qualidade de Origem adotado na Europa, estão os Estados Unidos da América (EUA). Para Farley (2000), esta oposição a Indicação Geográfica deveria ser esperada, já que o país não tem uma longa história de produção tradicional e não poderia se beneficiar na mesma medida que os Europeus nos acordos comerciais. Marie-Vivien and Thévenod-Motet (2007) afirmam que há uma oposição aos signos europeus e franceses pelo resto do mundo, sob a alegação de ferirem a cláusula de nação mais favorecida.

Segundo Calliari (2010), a proteção das Indicações Geográficas nos Estados Unidos deriva do princípio da *common law*⁶, onde nenhuma pessoa pode obter o direito exclusivo de usar um nome geográfico. Muito embora a lei de marcas americana não conceda proteção para Indicações Geográficas, a não ser que elas tenham adquirido um significado secundário suficiente para ser qualificada como marca, a marca de certificação é a principal maneira pela qual a Indicação Geográfica pode ser protegida e não tornar-se genérica. O objetivo da marca de certificação, no âmbito das Indicações Geográficas, é claramente de indicar que determinados produtos são provenientes de uma região específica.

Basedow e Bonvicini (2009) afirmam que o Velho Mundo, junto com outras nações emergentes, está comprometido em intensificar sua vasta cultura gastronômica de excelência, tentando definir uma estrutura apropriada baseada em regras mais restritivas. Em lado oposto, outro grupo de países, liderado pelos Estados Unidos, Argentina, Austrália, Japão e Nova Zelândia, quer um sistema de proteção menos rígido, mantendo o *status quo*, sem ter que prover proteção (CALLIARI, 2010).

Continuando nas diferenças substanciais na maneira como os países lidam com as IGs, Rocha Filho (2009, p. 208) descreve como o assunto é tratado nos EUA:

⁶ do inglês "direito comum", é o direito que se desenvolveu em certos países por meio das decisões dos tribunais, e não mediante atos legislativos ou executivos. Lei que existe e aplica-se a um grupo com base nos costumes e precedentes jurídicos desenvolvidos ao longo de centenas de anos na Grã-Bretanha.

[...] alguns têm regras específicas; outros se valem da lei de marcas, da lei de negócios, da lei de proteção do consumidor, da lei de proteção do empreendedor, somente aceitam proteger o nome geográfico, aceitam proteger também o nome do Bem ligado a uma região de que provém. Há sistemas mistos, como nos EUA, em que marcas de certificação vêm atestar que um produto se originou em dada região geográfica específica ou que certificam que as mercadorias estão dentro de certos padrões de qualidade, material ou modo de produção ou, ainda, que o fabricante apresenta padrões ou pertence a organização determinada. Para vinhos e só para vinhos reconhece-se uma Appellation of Origin (igual a IG) ou uma American Viticultural Area (área determinada para cultivo de tal vitisvinífera) que só é reconhecida como tal, a partir de 1978. Há aproximadamente umas 170 AVAs nos EUA sendo - como Napa Valley, Sonoma Valley, etc. - 100 só na Califórnia.

Marie-Vivien e Thévenod-Motet (2007), explicam que a raiz das contradições entre os modelos europeu e francês em relação ao resto do mundo se situa no campo da governança, onde se contrapõem modelos de governanças territoriais e setoriais. A maior parte das normas europeias e francesas se assenta numa lógica do território, onde são definidos critérios específicos a partir do continente ou de seus países membros, enquanto que no resto do mundo prevalece uma lógica setorial.

Neste embate entre duas posições antagônicas, em 1 de junho de 1999 os EUA afirmaram que o Regulamento CE 2081/92, conforme alterado, não fornecia o tratamento nacional no que diz respeito às Indicações Geográficas e não oferecia proteção suficiente para marcas que são semelhantes ou idênticas a uma Indicação Geográfica pré-existent. Os EUA consideravam que esta situação era incompatível com as obrigações da União Europeia no âmbito do acordo sobre aspectos relativos aos direitos de propriedade intelectual concernentes ao comércio (ADPIC), ou *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights* (TRIPS), com base em dois fundamentos: (1) a discriminação contra estrangeiros e produtos estrangeiros com respeito a proteção da Indicação Geográfica e; (2) falta de proteção de marcas estrangeiras. Também obriga a nações fora do bloco em adotar o sistema equivalente a classificação de Indicação Geográfica Europeia e respeitá-la de maneira recíproca (USPTO, 2015).

Ainda de acordo com o documento, o governo estrangeiro deve fornecer proteção em sistema equivalente para as aproximadamente 700 IGs, além de apresentar a EU uma declaração quanto a inspeção da estrutura usada para garantia de atendimento das normas de uso e no acompanhamento da estrutura de controle das IGs (USPTO, 2015).

O princípio do tratamento nacional incorporado na Organização Mundial do Comércio (OMC), do ADIPC, exige que os países membros da OMC forneçam o mesmo (ou melhor) tratamento aos produtos estrangeiros em relação aos direitos de propriedade intelectual, tal como previsto para os nacionais no mercado interno (WTO, 2014).

Em 17 de abril de 2003, em movimento semelhante aos EUA, a Austrália solicitou consultas com a Comissão Europeia em matéria de registro e proteção das Indicações Geográficas para os gêneros alimentícios e produtos agrícolas da UE. A medida em causa inclui o Regulamento CEE nº 2081/92 de 14 de Julho de 1992, relativo à proteção das Indicações Geográficas e Denominações de Origem dos produtos agrícolas e gêneros alimentícios e medidas conexas basicamente sob as mesmas alegações (WTO, 2015).

O Regulamento da União Europeia pode não ser compatível com a obrigação da União Europeia em fornecer os meios legais para que os interessados evitem a utilização fraudulenta de uma Indicação Geográfica ou qualquer uso que constitua um ato de concorrência desleal, na acepção do artigo 10 da Convenção de Paris (1967). A Austrália alegou também que a União Europeia pode não ter cumprido as suas obrigações de transparência no que diz respeito ao Regulamento; e de que o Regulamento pode ser mais restritivo ao comércio do que o necessário para cumprir um objetivo legítimo. Alega que o Regulamento da União Europeia é considerado incompatível com as obrigações dela (WTO, 2015).

Em 13 de fevereiro de 2004, os Estados Unidos e a Austrália solicitaram ao Diretor-Geral da OMC a criação de um painel⁷, o que foi aceito em 23 de fevereiro de 2004. Sobre o resultado do painel, Rocha Filho (2009, p.220) resumiu:

[...] Em 15 de março de 2005 o painel concorda com Estados Unidos e Austrália no sentido que as regulamentações da UE não proporcionam tratamento nacional (conforme art. 3.1 do TRIPS) aos membros da WTO, que, por outro lado, não foram encontrados indícios de que a substância do sistema de proteção de IG's da UE que requer a inspeção dos produtos seja inconsistente com as obrigações da WTO e que, finalmente, concorda com UE que, embora sua Regulamentação de IG's permita seu registro mesmo quando conflitam com uma prévia marca, esta Regulamentação, como escrita, é suficientemente restringida para que possa ser considerada como "exceção limitada" dos direitos das marcas; concorda, todavia, com EUA e

⁷ No procedimento de solução de controvérsias da OMC, um organismo independente, ou painel, é estabelecido pelo Órgão de Solução de Controvérsias, constituído por três especialistas, para examinar e emitir recomendações sobre uma disputa particular, à luz das disposições da OMC (WTO, 2014).

Austrália que o TRIPS não permite coexistência não qualificada e incondicional de IG's com marcas pré-existentes [...].

Sendo assim, o painel corrobora com as argumentações de Estados Unidos e Austrália ao afirmar que o regulamento da CE discrimina produtos estrangeiros por exigir sistemas equivalentes de proteção no país estrangeiro e proteção recíproca para IGs naquele país e naqueles termos (USPTO, 2015)

A UE diante do resultado obrigou-se a editar novo Regulamento que acolha as prescrições do painel. Assim, com a edição do Regulamento (CE) 509/2006 do Conselho de 20/03/2006 e do Regulamento (CE) 510/2006 do Conselho de 20/03/2006 as prescrições foram aceitas e internadas. EUA e Austrália discordaram com veemência e convidaram a UE em revisar a nova Regulamentação (ROCHA FILHO, 2009).

O entendimento diferente das IGs nas nações faz com que haja casos atípicos, principalmente entre os países produtores de vinho, como na classificação de vinhos na Alemanha. Nesse país, a classificação de vinhos de maior prestígio, *Qualitätswein mit Prädikat* (QmP), é baseada na maturação das uvas, independentemente da sua região específica. Assim, a classificação alemã para vinhos quanto a denominação de origem, *Qualitätswein bestimmter Anbaugebiete* (QbA), é equivalente à segunda classificação francesa, *Vin Délimité de Qualité Supérieure* (inferior à *Appellation d'Origine Contrôlée* - AOC) (WIKIPEDIA, 2014).

Ainda sobre a classificação dos vinhos alemães, Rocha Filho (2009, p. 152) comenta sobre a IP:

Têm na IP uma divisão entre Tafelwein (vinhos engarrafados na Alemanha e que dela provém mas de que não necessariamente procedem, podendo ser blendados com vinhos alemães ou não caso em que procedem de qualquer parte do mundo), Deutscher Tafelwein (das genéricas regiões vitivinícolas alemãs) e Deutscher Landwein (procedente de regiões genéricas demarcadas e com mais categoria que a anterior) e na DO uma divisão entre *qualitätswein bestimmter Anbaugebiete*, os QbA e os *qualitätswein mit Prädikat*, os famosos QmP (que se dividem em Kabinett, Spätlese, Auslese, Beerenauslese e Trockenbeerenauslese, ficando o Eiswein em categoria especial) ambos passando por complexo Exame Oficial de Controle de Qualidade por órgão do governo que lhes confere o conhecido A.P.Nr. (Amtliche Prüfungsnummer) quando aprovados.

Em princípio, a IGP é considerada com menor especificidade que a DOP. Esta última possui maior grau de tipicidade que a IGP. De outro modo, a IGP é mais

abrangente e a DOP mais típica que a IGP (ROCHA FILHO, 2009). Pode-se assim dizer que a DOP é mais rigorosa que a IGP. Ao citar como exemplo a IGP *Jambon de Bayonne*, em que a produção e o abate de suínos estão localizados em uma zona de 22 departamentos do Sudoeste da França, enquanto o *terroir* do produto está justificado em outra área de produção do presunto, bem menor denominada Bassin de l'Adour. Ao passo que, conforme o Consórcio del Prosciutto di Parma (2015), o DOP *Prosciutto de Parma* está na província de Parma (Emilia-Romagna - Itália) em um local mais diminuto, em que a produção de matérias-primas e sua transformação até o produto acabado ocorre somente dentro de uma área delimitada.

2.2 Legislações sobre Indicações Geográficas

Este item aborda a evolução da legislação internacional buscando entender o posicionamento de cada país perante o tema da Indicação Geográfica e a sua internalização, bem como as implicações comerciais.

2.2.1 Legislação Internacional

Bruch (2011) descreve que no princípio, os Signos Distintivos de Origem, que tinham objetivo de distinguir a origem de um produto, não eram protegidos, facilitando as falsificações. Existiam ações isoladas na tentativa de coibir este procedimento, como no caso da França, com legislações nacionais para tentar impedir essas falsas indicações, mas que se tornavam inócuas do ponto de vista do comércio internacional, cada vez mais dinâmico a partir de meados do século XIX. Para o autor, era necessário criar legislações entre as nações que protegessem os direitos de propriedade industrial, entre elas a IG. Neste sentido, os Estados produtores de vinho organizaram um tratado internacional com obrigações mútuas entre os partícipes e com trocas de concessões entre eles.

As IGs evoluíram em função dos avanços dos acordos internacionais (FREITAS, 2012). Bruch (2011) explica que o primeiro passo foi com o objetivo de impedir as falsas Indicações de Procedência. Assim, foi celebrada a Convenção

União de Paris - CUP, em 1883. Para Rocha Filho (2009), nesta ocasião a IG foi retratada, mas não definida.

Freitas (2012) analisa os artigos 9 e 10 da CUP:

A CUP não se referiu especificamente às indicações geográficas, apenas somente regulamentou preceitos relativos à utilização de falsa indicação de procedência, se atendo ao fato de que o produto poderia denotar uma falsa origem. Neste sentido a CUP permitiria a utilização de nomes fictícios ou de fantasia, desde que não demonstrasse o intuito de falsear a verdadeira origem do produto.

Assim, a CUP deixava possível o uso, por exemplo, de “Champagne” da Califórnia, posto que, nesse caso, a verdadeira procedência estaria ressaltada (BRUCH, 2011).

Rocha Filho (2009 p. 159) indica que:

Pela CUP o tema está dentro do contexto “propriedade industrial”: o seu artigo 1.2 diz que a proteção da propriedade industrial tem por objetivo as patentes de invenção, os modelos de utilidade, os desenhos ou modelos industriais, as marcas de serviço, o nome comercial e as **indicações de proveniência** (note-se a tradução oficial brasileira que confunde neste artigo proveniência com procedência) ou **denominações de origem**, bem como a repressão da concorrência desleal (Grifos nossos).

Freitas (2012) cita o texto da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), em que os direitos de propriedade industrial devem ser entendidos em acepção mais ampla e se aplicam não somente a indústria e ao comércio, mas também às indústrias agrícolas e extrativas e a todos os produtos fabricados ou naturais.

Rocha Filho (2009) afirma que a CUP enfoca diretamente as acepções “Indicação de Procedência” e “Denominação de Origem” que ficam também sem conceituação. Mesmo sem estabelecimento comercial ou industrial, uma coletividade podia se agregar em torno de uma ou de algumas marcas coletivas e apresentar ao mercado produtos conforme seu critério de exigência.

De acordo com a OMPI (2015) o texto da Convenção passou por revisões de Bruxelas (1900), Washington (1911), Haia (1925), Londres (1934), Lisboa (1958) e Estocolmo (1967) e foi alterado em 1979. Mascarenhas e Wilkinson (2013) relatam que pelo Acordo de Haia, em 1925, em sua quinta revisão, Indicação de Procedência e Denominação de Origem passaram a ser protegidas como propriedade industrial.

Freitas (2012) ressalta que o Brasil foi um dos primeiros países a assinar a CUP, aderindo a ela pelo Decreto nº 9.233, de 28 de junho de 1884, além de ratificar três atos do texto da Revisão de Haia, por meio do Decreto nº 19.056, de 31 de dezembro de 1929. O Brasil aderiu ao texto da Revisão de Estocolmo através do Decreto nº 75.572, de 8 de abril de 1975.

Em 1891, firmou-se o Acordo de Madri buscando uma repressão mais efetiva contra o uso das falsas indicações de procedência, uma vez que a CUP se mostrava ineficiente para esta finalidade. Esse acordo tinha como foco principal os produtos vinícolas, sendo que a adesão foi bem menor que a dos países que se filiaram à CUP.

No Acordo de Madri (1891) prestou-se atenção ao problema das indicações indiretas, que são aquelas que fazem crer, falsamente, em certa procedência, sem que se mencione o nome geográfico. Freitas (2012) conclui que o acordo excluiu as indicações consideradas genéricas de seu âmbito protetivo, atribuindo aos tribunais de cada país a competência para se pronunciar sobre os critérios a serem aferidos para tais distinções. Com relação aos vinhos, o acordo trouxe uma proteção especial, pois os países partícipes deveriam se comprometer a proibirem o emprego, a venda, a exposição e a oferta de produtos de todas as indicações suscetíveis de levarem ao erro quanto à procedência dos vinhos, em qualquer tipo de propaganda, rótulo, etiqueta comercial, etc. (FREITAS, 2012).

Com relação a extensão da proteção aos produtos agrícolas, Locatelli (2007) relata que Portugal pleiteava que a proteção especial dada aos vinhos também se estendesse a todos os produtos agrícolas. As indicações atribuídas a estes produtos não deveriam se tornar de uso comum, pois estariam relacionadas às peculiaridades específicas do clima, do solo, dentre outras. A proposta portuguesa não foi acolhida no âmbito do Acordo de Madri.

O acordo de Madri teve cinco revisões: Washington em 1911, Haia em 1925, Londres em 1934, Lisboa em 1958 e Estocolmo em 1967. Bruch (2011) justifica a pouca evolução nos anos que se seguiram em virtude das Primeira (1914-1918) e Segunda (1939-1945) Guerras Mundiais, intercaladas pela quebra da bolsa de valores de Nova York, também conhecida como a Grande Depressão (1929). Passado este período de turbulência, novas rodadas de negociação aconteceram em 1958 com o avanço em termos de regulação das IGs em níveis internacionais,

com a mobilização dos países tradicionalmente produtores buscando uma nova maneira de avançarem na proteção das Indicações Geográficas (BRUCH, 2011).

Freitas (2012) pondera que o Acordo de Lisboa, assinado em 1958, surgiu como uma alternativa para incrementar a proteção às Denominações de Origem que não foram contempladas nem pela CUP, nem pelo Acordo de Madri, pois ambos se restringiram apenas à repressão às falsas indicações de proveniência. O Brasil não aderiu ao Acordo.

O Acordo de Lisboa, pela primeira vez, através de seu artigo 2º, concorda como sendo a Denominação de Origem uma denominação geográfica de um país, uma região ou localidade, prevendo uma proteção positiva para as Indicações Geográficas na forma de Denominação de Origem. Ao mesmo tempo, reconhece as Indicações Geográficas já existentes nos países signatários por meio de um registro internacional. Outro marco, é a determinação de que uma Indicação geográfica não pode se tornar genérica (BRUCH, 2011). Neste acordo, também assegura-se contra qualquer usurpação ou imitação, ainda que se indique a verdadeira origem do produto ou que a denominação seja usada em tradução ou acompanhada de termos como “tipo”, “gênero”, “imitação”, “maneira” entre outros termos semelhantes (OMPI, 2015).

Freitas (2012) acredita que muitos países não aderiram ao acordo pois sentiram-se desfavorecidos, devido a sua maior abrangência e eficácia da proteção as Denominações de Origem, frente a países de maior tradição, como a França e Portugal, que já contavam com produtos agrícolas de grande notoriedade e que há muito pleiteavam este reconhecimento. Bruch (2011) acrescenta que, diferentemente de hoje, não havia obrigatoriedade de aceitação pelos Países de todos os tratados administrados pela Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), que participa da Organização Mundial do Comércio (OMC).

Mascarenhas e Wilkinson (2013) ressaltam que com a criação da Organização Mundial do Comércio (OMC), em 1995, dentro de uma nova dinâmica das relações comerciais entre os países, a propriedade industrial teve a necessidade de readequar o tema. O ponto de partida desta nova discussão ocorreu na Rodada do Uruguai, de onde foi instituído o Acordo sobre aspectos relativos aos direitos de propriedade intelectual concernentes ao comércio (ADPIC), ou *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights* (TRIPS), em inglês, acordo que se

tornou o principal referencial na área de propriedade intelectual e, em especial, para as Indicações Geográficas entre os países membros da OMC.

Bruch (2011) constata que no âmbito da OMC, além de tratados relacionados com tarifas e comércio, negociou-se e aprovou-se o Acordo sobre aspectos relativos aos direitos de propriedade intelectual concernentes ao comércio (ADIPC). Tornou-se compulsivo para todos os signatários e membros da OMC e contemplou o previsto pela CUP. Ele estabeleceu, dentre outras regras, a proteção obrigatória das IGs. Assim foi imposto um nível mínimo de proteção ou garantia, sendo possível cada membro estabelecer formas mais elevadas de proteção, desde que não se constituam em um obstáculo ao comércio.

Ao mesmo tempo em que os acordos bilaterais eram celebrados no pós-guerra, alguns países criaram e aprimoraram suas legislações internas. Buscaram uma proteção positiva, definindo as IGs, estabelecendo regras para proteção, registro e reconhecimento, criando, objetivamente, um direito “sobre o uso” e “ao uso” do signo (PLAISANT, 1949 *apud* BRUCH, 2011). O autor cita a França, Espanha, Itália e Portugal. Outros Países, como Inglaterra, Alemanha, Austrália, Estados Unidos da América e Brasil optaram por uma proteção negativa, voltada à repressão às falsas indicações de procedência e à proteção do consumidor, coibindo a concorrência desleal. Ao mesmo tempo, acordos bilaterais eram celebrados entre países que defendiam a proteção positiva, tais como entre França e Espanha e entre França e Portugal, mas também entre países com posições diferentes, como França e Alemanha (BRUCH, 2011).

Freitas (2012) ressalta que a definição trazida no ADPIC abrange tanto a eventual Indicação de Proveniência (produto originário do território de um membro), quanto as IGs propriamente ditas, conforme definidas pelo Acordo de Lisboa (Indicação de Procedência e Denominação de Origem). Da mesma maneira que o Acordo de Lisboa, as IGs são tratadas na ADPIC com conceitos e normas gerais de proteção, coibindo a utilização de qualquer meio que na designação ou apresentação do produto indique ou sugira que a IG provenha de uma área geográfica distinta do verdadeiro lugar de origem. Locatelli (2007) exemplifica essa situação com um vinho que tenha o rótulo Champagne, mas descreve, no mesmo rótulo, que é produzido na cidade de Garibaldi, hipótese proibida pelo ADPIC. Contudo, para produtos que não os vinhos e destilados, a hipótese é permitida, se a descrição da verdadeira origem do produto é indicada.

Este tratamento diferenciado concedido aos vinhos e destilados proíbe as indicações ditas falsas, quando acompanhadas das expressões “tipo”, “gênero” ou “imitação”. Locatelli (2007) afirma que a intenção de alguns países europeus era para que fosse estendida tal proibição a todos os demais produtos agrícolas, entretanto não houve ressonância deste entendimento na redação final deste acordo.

Desta maneira o TRIPS, ou ADPIC, em seus artigos 22 e 24, regula as IGs, identificando um produto como originário do território de um Estado Membro, ou região, ou localidade naquele território, onde determinada qualidade, reputação ou outra característica deste produto é essencialmente atribuída a sua origem geográfica. Este Acordo veda a utilização de qualquer meio que sugira que o produto é originário de região diferente da verdadeira origem, induzindo o consumidor a erro. O mesmo acordo preconiza que os Estados Membros recusem o registro de uma marca quando consiste em falsa indicação geográfica, como exemplo o produto Castanha do Pará, sem indicar um produto originário do Pará (MAPA, 2010).

Para que uma IG seja válida no território de outros países é necessário requerer seu registro em cada um dos países, com exceção da União Europeia, pois existe um registro comunitário que gera efeitos em todos os países que a constituem (MAPA, 2010). O reconhecimento de uma IG no Brasil passa por seu registro no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI).

Bruch (2011) afirma que concomitantemente ao TRIPS, ou ADPIC, firmaram-se diversos acordos regionais. Primeiramente, houve a criação da Comunidade Europeia (CE), depois, nasceram a Comunidade Andina de Nações (CAN), o Mercado Comum do Sul (MERCOSUL), o Tratado de Livre Comércio de América do Norte (NAFTA), etc. Nesses acordos, alguns de forma mais expressa e proativa, como a CE e a CAN, outros como resultados de outras negociações multilaterais, como o NAFTA e o MERCOSUL, estabeleceram-se padrões que, juntamente com os acordos bilaterais, foram construindo um suporte para se chegar a consensos mais próximos no âmbito multilateral. Pôde-se verificar que esses ciclos se repetiram no decorrer dos últimos dois séculos, com acordos bilaterais avançando em termos de proteção, e posteriormente, acordos multilaterais consolidando tal avanço.

Rocha Filho (2009) conclui que os tratados não concordam entre si, apresentando visões díspares a respeito do mesmo. São “emendados” por Regulamentos e Acordos bilaterais: uns e outros podem sofrer oposição de países que se sentem prejudicados e oferecem esta oposição nos Foros competentes. Mesmo havendo previsão, não há um registro internacional de IG e sua proteção continua se dando de forma territorial, em cada país (MAPA, 2010).

2.2.2 Processo de obtenção do registro na Europa

A partir do momento que percebe-se que um produto é conhecido pelo nome geográfico e consegue destacar as especificidades do produto, explicando a relação com a área geográfica, é possível, caso haja interesse, um esforço coletivo para o desenvolvimento do processo, abordando os méritos e as dificuldades a serem levantados não só para a obtenção do registro, mas para a vida da IG. Qualquer produtor, localizado na área geográfica e que reúna as condições determinado pela especificação do nome, pode reivindicar o registro de uma IG (SOEIRO, 2014).

Na Europa, a abordagem para Denominação de Origem e para a Indicação Geográfica é necessariamente realizada por uma estrutura coletiva, denominada agrupamento, que reúne todos os atores locais da cadeia produtiva (UE, 2006). Na França este agrupamento é denominado de Organização de Defesa e Gestão (ODG) (INAO, 2009). De acordo com o regulamento 1151 /2012 em seu artigo 49, é possível que um produtor individual seja equiparado a um agrupamento quando: este produtor é o único que pretende apresentar a solicitação de registro; ou a área geográfica possui características, ou mesmo os produtos tenham características diferentes da existente das áreas vizinhas.

Os pedidos para registro do regime previsto para DOP e IGP, que digam respeito a área geográfica de um Estado-Membro, são dirigidos às autoridades desse Estado-Membro. As etapas do processo são descritas na Figura 4.

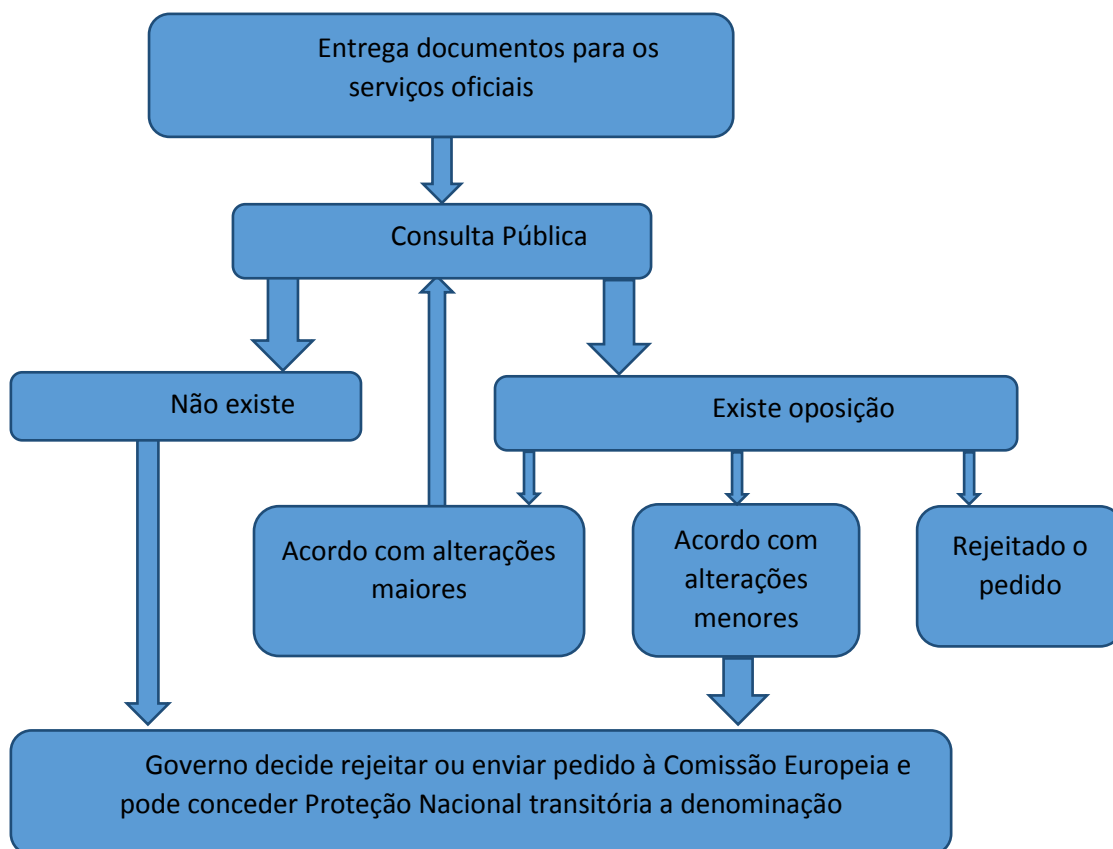


Figura 4 - Fluxograma do processo de registro nacional para IG na França

Fonte: Soeiro (2014)

O Regulamento Comunitário (CE) 510/06 do Conselho, de 20 de Março de 2006, (J.O.U.E, 2006⁸) não se aplica às bebidas espirituosas, nem aos produtos do sector vitivinícola, com exceção dos vinagres de vinho. Entretanto este regulamento traz questões relativas à proteção das Indicações Geográficas e Denominações de Origem dos produtos agrícolas e gênero alimentícios. É a base regulamentar europeia para a IG, onde elas são definidas e onde são previstas especificações que devem constar no regulamento ou caderno de especificações.

Em seu artigo 2º traz a mesma definição das Denominações de Origem Protegidas - DOP e Indicações Geográficas Protegidas - IGP constante no regulamento (CE) nº 2081/92 do Conselho, de 14 de Julho de 1992, definições já descritas no Item 2.1.3.

O artigo 4º do Regulamento Comunitário (CE) 510/06 dispõe de condições que o produto agrícola, ou gênero alimentício, deve obedecer. Assim, o caderno de especificações deve conter as informações seguintes:

⁸ J.O.U.E.- Jornal Oficial da União Europeia.

- a) O nome do produto agrícola ou do gênero alimentício, incluindo a Denominação de Origem ou a Indicação Geográfica;
- b) A descrição do produto agrícola ou do gênero alimentício, incluindo as matérias-primas, se for o caso, e as principais características físicas, químicas, microbiológicas ou organolépticas do produto ou do gênero alimentício.

Neste item pode ser especificado: espécie, raça e/ou o tipo de animal, ou variedade, conforme o produto. Deve se indicar se são produtos frescos ou transformados, inteiros ou cortados, congelados ou não, ou condicionado ou não. Essas informações permitem determinar em que fase do processamento e/ou onde o produto adquire a transformação característica da IGP (INAO, 2009).

- c) A delimitação da área geográfica: Fazer uma descrição precisa da área geográfica de produção proposta no projeto, que deve indicar o lugar de todos os estágios de desenvolvimento do produto (produção de matéria-prima, processamento).

Para fazer o trabalho de delimitação nas designações da área de origem controlada, o INAO usa peritos independentes nomeados pelo comitê nacional e trabalhando sobre supervisão da Comissão de Inquérito da pasta no processo de delimitação. Levam-se em conta os critérios objetivos de delimitação com base em fatores naturais e humano. É necessário identificar municípios por inteiro ou partes, ou até mesmo parcelas da área geográfica de produção (INAO, 2011).

- d) Os elementos que provam que o produto agrícola ou o gênero alimentício são originários da área geográfica delimitada referida. É possível comprovar a origem da área através de registros contábeis de estoque de produtos, matérias primas, insumos e documentos de rastreabilidade em vigor, para monitorar a produção a partir da matéria-prima (INAO, 2011).
- e) A descrição do método de obtenção do produto agrícola ou do gênero alimentício e, se necessário, os métodos locais, leais e constantes. Descrição da especificação da matéria prima e condições de produção, devendo ser sujeito a controles. As condições de produção devem assegurar a manutenção da relação entre o produto e os fatores naturais. Elas devem ser consistentes com os elementos desenvolvidos

em relação à área geográfica e não colocar em risco a gestão sustentável do ambiente (INAO, 2011).

A definição da DOP ou da IGP requer uma estreita ligação entre o produto e sua origem geográfica. Como tal, no caso de produtos de origem animal, é esperado que tenham auto suficiência alimentar ou muito próximo disso.

f) Os elementos que justificam:

- a relação entre a qualidade ou as características do produto agrícola ou do gênero alimentício e o meio geográfico para a DOP.
- a relação entre uma qualidade determinada, a reputação ou outra característica do produto agrícola ou do gênero alimentício e a origem geográfica para a IGP.

g) O nome e o endereço das autoridades ou organismos que verificam a observância das disposições do caderno de especificações, e as suas missões específicas.

h) As eventuais regras específicas de rotulagem do produto agrícola ou do gênero alimentício em questão.

i) As eventuais exigências fixadas por disposições comunitárias ou nacionais.

É necessário demonstrar a ligação com a área geográfica, uma vez que a especificidade desta área deve ser a parte fundamental dos argumentos para justificar uma DOP ou uma IGP. O direito de uso é reservado apenas para os atores localizados na área geográfica e que satisfaçam as especificações, encargos e provisões relacionadas com o controle.

De acordo com o INAO (2011), a ligação com a área geográfica pode ser dividida em três grupos:

a) Especificidade da área geográfica - apresentar os fatores naturais e humanos relacionados com o produto e sua indústria.

- Fatores naturais - características ambientais influenciando técnicas e práticas, ou ligar a matéria-prima aos recursos especiais de tipos de subsolo, de solo, geografia da área (relevo, inclinação), clima, microclima, vegetação, paisagens.
- Fatores Humanos - os costumes locais em torno de um produto, ou seja, prática de produção de uma área de processamento específico. Ali é necessário descrever a antecipação do produto, sua história,

práticas, produção e rotas de processamento, tecnologia envolvida e sua evolução.

- b) Especificidade do produto - características específicas do produto em comparação com outros da mesma categoria. Aparência, descrição organoléptica, características físico-químicas, saber fazer aplicado.

Para justificar a reserva de um nome para um produto, ele deve trazer elementos e documentos justificativos. O produto deve ser socialmente reconhecido, isto é, ter "qualidade" diferente, que geralmente resulta em produtos com qualidade específica que diferem de produtos similares de avaliação.

Exigem-se documentos de negócios (atuais ou antigos), documentos históricos, elementos da literatura / gastronomia ou documentos etnológicos, rótulos, comparações de preços em relação a outros produtos comparáveis, testemunhos.

- c) Ligação casual entre a área geográfica e a qualidade ou características do produto - mostrar como fatores naturais e seres humanos da área estão contribuindo para as especificidades e conhecimento do produto: suas características próprias, habilidades usadas e reputação. Portanto, é necessário detalhar os elementos que caracterizam a ligação entre o produto e o *terroir*.

É possível descrever vários exemplos da importância da área geográfica. As condições de altitude, geológica e climática, presença de uma flora diversa, especialmente adequada para a produção de um feno de alta qualidade, reprodução adaptada às condições climáticas, prática de uma engorda no inverno a base de feno. Uma seleção genética ou não, de animais de ponta, ajuda a tornar animais excepcionais e produzir carne saborosa, com reconhecimento da marca em torno desta produção (INAO, 2011).

- Pedido de registro (Artigo 5º)

Normalmente, só agrupamentos podem apresentar pedidos de registro na Europa. Do pedido de registro devem constar o nome e o endereço do agrupamento requerente, o caderno de especificações e o documento único incluindo os elementos principais do caderno de especificações, descrição da relação do produto com o meio geográfico ou com a origem geográfica.

Sempre que diga respeito a uma área geográfica situada num determinado Estado-Membro, o pedido de registro é dirigido a esse Estado-Membro. O Estado-Membro examina o pedido, a fim de verificar se é justificado e se preenche as condições estabelecidas. Em seguida, conforme Figura 4, é lançado um procedimento nacional de oposição, durante o qual qualquer pessoa singular ou coletiva, com um interesse legítimo e estabelecida ou residente no território, pode declarar a sua oposição ao pedido.

Se considerar que as exigências do presente regulamento estão satisfeitas, o Estado-Membro toma uma decisão favorável e transmite à Comissão os documentos para uma decisão definitiva. Caso contrário, o Estado-Membro decide recusar o pedido. Quando a decisão é favorável, o Estado-Membro comunica à Comissão com as documentações pertinentes.

O Estado-Membro pode conceder, a título transitório e a nível nacional, uma proteção à denominação, em um período de adaptação, com efeitos a partir da data de apresentação do pedido à Comissão, caso as empresas interessadas tiverem comercializado legalmente esses produtos, de forma contínua, pelo menos durante os cinco anos anteriores, e tiverem mencionado esse fato no decurso do procedimento nacional de oposição. A proteção nacional transitória cessa a partir da data em que for tomada uma decisão sobre o registro nos termos do presente regulamento. Essas medidas adotadas pelos Estados-Membros, só produzem efeitos ao nível nacional.

Para produtos no âmbito da regulamentação da UE nº 510/06 no DOP e IGP, o reconhecimento de um SIQO no Estado-Membro de origem é um passo anterior ao seu reconhecimento final na Europa. Os nomes que se pretendem registrar na Europa devem estar protegidos no país de origem, como IG, DO, marca comercial, marca coletiva, ou outro sistema legal existente no país terceiro (SOEIRO, 2014).

Para países fora da comunidade os procedimentos são equivalentes, além de elementos que provem que a denominação em questão é protegida no seu país de origem. Estes documentos são transmitidos à Comissão numa das línguas oficiais das instituições da União Europeia, ou acompanhados de uma tradução autenticada em uma língua oficial da União Europeia.

Os Estados-Membros designam a ou as autoridades competentes responsáveis pelos controles no que se refere às obrigações impostas pelo presente regulamento, conforme o Regulamento (CE) nº 882/2004.

Para a estrutura de controle, deve ser incluído o nome e endereço do órgão responsável pela verificação do cumprimento com o conteúdo das especificações da DOP. O Plano de controle deve ser construído a partir do caderno de especificações e ser elaborado pela autoridade ou a empresa escolhida, desde que o agrupamento ajude a construir o documento. Os controles devem ser efetivos nos pontos importantes para a identidade do produto, diferenciando dos congêneres, desde a matéria prima específica, colheita, cura, maturação, temperaturas, características organolépticas entre outros (SOEIRO, 2014).

- Verificação da observância do caderno de especificações (Artigo 11)

A verificação da observância do caderno de especificações das Indicações Geográficas e das Denominações de Origem relativas as áreas geográficas situadas no interior da Comunidade Europeia é anterior à colocação do produto no mercado. Ela deve ser garantida por autoridades competentes, responsáveis pelo controle e/ou organismos de certificação de produtos. Para as Indicações Geográficas e as Denominações de Origem relativas a áreas geográficas situadas no exterior da Comunidade, a observância do caderno de especificações é garantida por autoridades públicas designadas pelo país terceiro, e/ou organismos de certificação de produtos.

É necessário definir os principais pontos a serem verificados nos elementos da especificação que contribuem para as características essenciais do produto ou a qualidade desta. De acordo com Gade (2004), na França o INAO, desempenha um papel rígido na verificação individual de cada produtor, incentivando o agrupamento a definir com maior precisão possível a tipicidade do produto SIQO.

2.2.3 Indicações geográficas no Brasil

A grande miscigenação da população brasileira dá forma a um verdadeiro caldeirão cultural. O Brasil é muito mais que o tripé: portugueses, indígenas e africanos. As constantes ondas migratórias de europeus, asiáticos e árabes produziram as mais diversas manifestações culturais, históricas e de sabores com identidades próprias. O País é mundialmente reconhecido pela sua vocação agrícola, em razão da abundância de terra, clima favorável e grande biodiversidade em seus diversos biomas. Hoje é um país produtor de commodities agrícolas e minerais. Entretanto, tem um grande potencial para participar de mercados diferenciados com maior valor agregado, de produtos com qualidade vinculada a origem (MAPA, 2013).

Mascarenhas e Wilkinson (2013) indicam que a diversidade étnico-cultural, a grande extensão territorial do país, a riqueza de biomas e da biodiversidade, são elementos que impulsionam a diferenciação e a valorização de produtos típicos, seja em função de um saber fazer específico, como pela influência do meio onde são produzidos. Esses elementos oferecem um grande potencial de reconhecimento de IGs no Brasil.

Com a ADPIC de 1994, padrões mínimos de proteção para os sinais distintivos foram universalizados por meio de legislações próprias para cada país. No Brasil, apesar de existir legislação regulamentando a proteção ao uso de sinais distintivos desde o século XIX, foi apenas no final do século XX, com a adesão à OMC e ao ADPIC, que o Governo Brasileiro, por meio do Decreto n. 1.355 de 30 Dezembro de 1994, fez com que estas disposições passassem a vigorar (BRASIL, 2010).

Para colocar em prática esta adesão e harmonizar conceitos, o Brasil promulgou a Lei 9.279 de 14 de maio de 1996 (BRASIL, 1996), em que dá a proteção aos direitos de Propriedade Industrial, em especial as IGs, no Título IV Indicações Geográficas, em seus artigos 176 a 182 (MAPA, 2010; FREITAS, 2012).

O artigo 176 da LPI versa: “constitui-se Indicação Geográfica a Indicação de Procedência ou a Denominação de Origem”. No artigo 177 a IP é definida como:

O nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que tenha se tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço.

E no artigo 178 a DO é conceituada:

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.

Diante dessas definições Mascarenhas e Wilkinson (2014) concluem que a Indicação Geográfica (IG) possui duas categorias que são a Indicação de Procedência (IP) e a Denominação de Origem (DO). A reputação do produto e sua valorização pelo mercado é condição para ambas as IGs, sendo que no caso da DO passa-se a exigir também que fatores ligados ao ambiente ou à forma de produção tenham uma influência no produto final, conforme definido.

A Lei 9.279 de 14 de maio de 1996 reconhece também a competência legal do Instituto Nacional de Propriedade Industrial, em relação às Indicações Geográficas, ao estabelecer no parágrafo único do Art. 182, que:

O INPI estabelecerá as condições de registro das indicações geográficas. Tal norma decorre do fato de ser o Brasil signatário da Convenção da União de Paris (CUP), do Acordo de Madrid sobre Indicações de Origem e do Acordo sobre os Aspectos do Direito da Propriedade Intelectual Relacionado ao Comércio (ADPIC ou TRIPS, em inglês), tendo, via de consequência, o dever de proteção das Indicações Geográficas.

Em um primeiro momento o INPI estabeleceu a Resolução 75/00, com as condições para o registro das Indicações Geográficas, que foi substituída pela Instrução Normativa n. 25/2013, de natureza declaratória, e de uma coletividade legitimada no respectivo território. Dentre os requisitos necessários que estão contidos no art. 6º estão:

- 1 - o nome geográfico;
- 2 - a descrição do produto ou serviço;
- 3 - Regulamento de uso do nome geográfico;
- 4 - instrumento oficial que delimita a área geográfica.

No artigo 8º da Instrução Normativa, para solicitação de IP, o pedido também deverá conter:

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

- b) documento que comprove a existência de uma estrutura de controle sobre os produtores ou prestadores de serviços que tenham o direito ao uso da IP;
- c) documento que comprove estar os produtores ou prestadores de serviços estabelecidos na área geográfica demarcada.

Para o pedido de registro de Denominação de Origem, além das condições estabelecidas no Art. 6º, o pedido deverá conter conforme o art. 9º:

- a) elementos que identifiquem a influência do meio geográfico, na qualidade ou características do produto ou serviço que se devam exclusivamente, ou essencialmente, ao meio geográfico, incluindo fatores naturais e humanos;
- b) descrição do processo ou método de obtenção do produto ou serviço, que devem ser locais, leais e constantes;
- c) documento que comprove a existência de uma estrutura de controle sobre os produtores ou prestadores de serviços que tenham o direito ao uso DO;
- d) documento que comprove estar os produtores, ou prestadores, de serviços estabelecidos na área geográfica demarcada.

Com a IN 25/2013, quando tratar-se de nome geográfico estrangeiro já reconhecido como Indicação Geográfica no seu país de origem, ou reconhecido por entidade ou organismos internacionais competentes, fica dispensada a apresentação das informações contidas nos artigos 6º a 9º, desde que estejam devidamente descritas no documento oficial que reconheceu a Indicação Geográfica, o qual deverá ser apresentado em cópia oficial, acompanhado de tradução.

Ao longo do processo que envolve a obtenção de registro de uso de uma IG junto ao INPI, várias instituições estão envolvidas. De acordo com Mascarenhas e Wilkinson (2014), o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), Universidades, empresas estaduais de assistência técnica e algumas federações de agricultura possuem um papel importante no sentido de assistir e apoiar as entidades de produtores que se

habilitam a uma IG, desde organizar o grupo de produtores na fase de pré-registro, com alocação de recursos financeiros e ou técnicos.

Até a primeira quinzena de junho de 2015 tinham sido registradas no Brasil 50 IGs, sendo 42 nacionais. Em nível nacional eram 33 IPs e 09 DOs. No caso das 08 IGs estrangeiras, todas eram DO.

Entre bebidas e produtos agroalimentares nacionais estão registrados: Vinho (5 IP, 1 DO), café (4 IP e 1 DO), aguardente cachaça (3 IP), queijo (2 IP), arroz (1 DO), uvas de mesa e manga (1 IP), própolis (1 DO), carne bovina e seus derivados (1 IP), cacau em amêndoas (1 IP), melão (1 IP), cajuína (1 IP) e camarão (1 DO). Somam-se a estes minérios, artesanatos, doces confeitados, biscoitos, calçados, peixes ornamentais e outros, sendo que o estado do Rio Grande do Sul participa com 9 produtos registrados, seguido de Minas Gerais (8), Rio de Janeiro (4), Espírito Santo (3), Piauí (2), São Paulo (2), Paraíba (2), e com 1 produto registrado cada, os estados do Paraná, Ceará, Santa Catarina, Rio Grande do Norte, Tocantins, Amazonas, Alagoas, Pernambuco, Sergipe e Bahia, além do produto uvas de mesa e manga, que está na divisa de Pernambuco e Bahia e o Mel do Pantanal que engloba os estados de Mato Grosso e Mato Grosso do Sul. Há que se ressaltar que a região do Vale dos Vinhedos para vinhos e a Região do Cerrado Mineiro para o café têm ao mesmo tempo registrados IP e DO para seus produtos (BRASIL, 2014).

Por regiões do país as IG são distribuídas em 11 para o Sul, 17 no Sudeste, 1 no Centro-Oeste, 2 no Norte e 11 no Nordeste, conforme representado na Figura 5.

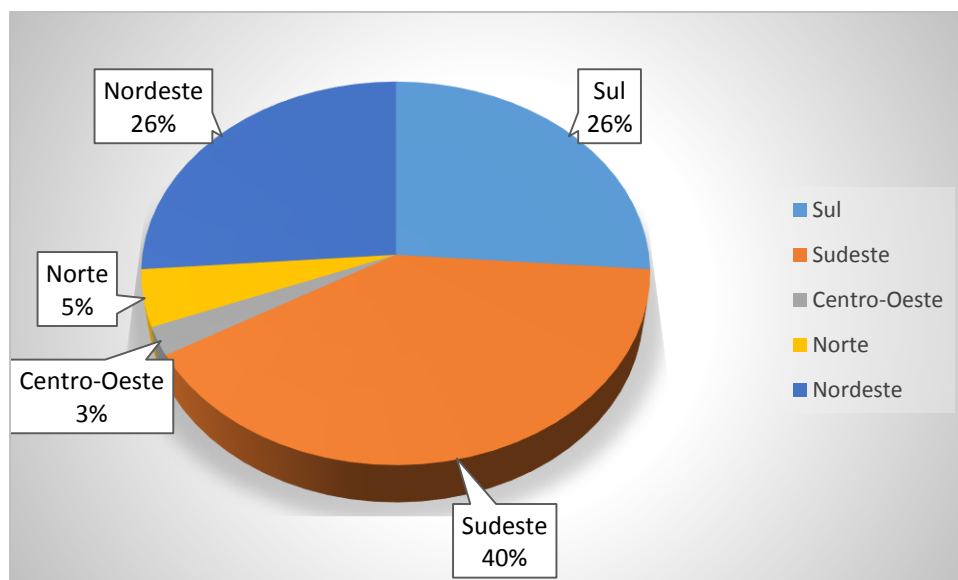


Figura 5 - Porcentagem de IG brasileiras por região registradas no INPI

Fonte: (BRASIL, 2015).

A- Atuação do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento - MAPA

Conforme o Manual do Processo de Serviço: Incentivar o uso dos Signos Distintivos Indicações Geográficas e Marcas Coletivas, o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento - MAPA, em sua reforma administrativa de 2005, criou a Coordenação de Incentivo à Indicação Geográfica de Produtos Agropecuários - CIG, no âmbito da Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo - SDC (MAPA, 2013). As ações de incentivo ao uso de signos distintivos, promovidas pelo Mapa objetivam, além da proteção da propriedade intelectual, promover o desenvolvimento rural e a sustentabilidade das cadeias produtivas de produtos com qualidade vinculada a sua origem geográfica. Tal desenvolvimento ocorre por meio de resultados positivos do processo de reconhecimento da identidade de uma Indicação Geográfica, destacando-se: a melhoria na organização dos produtores e da produção, melhoria da qualidade dos produtos, a valorização da história, da cultura, das tradições e do saber fazer local, a paisagem e o modo de vida das pessoas. Esses fatores podem resultar em agregação de valor, abertura de novos mercados, ampliação de renda e emprego e aumento da autoestima dos produtores rurais.

O papel do MAPA no Incentivo ao Uso dos Signos Distintivos consiste em:

- Identificar produtos e regiões potenciais para registro;
- Realizar levantamentos, estudos e diagnósticos sobre as cadeias produtivas potenciais;
- Realizar ações de promoção, divulgação, esclarecimento e orientação sobre marcas e Indicações Geográficas agropecuárias junto a produtores, técnicos, extensionistas e consumidores;
- Apoiar projetos e programas específicos;
- Realizar acompanhamentos e ações de fortalecimento das organizações produtivas usuárias de signos distintivos;
- Emitir o instrumento oficial.

A metodologia adotada pela CIG para atuação na organização de cadeias produtivas para uso das indicações geográficas e marcas coletivas é representada na figura 6.



Figura 6 - Fluxograma da metodologia de trabalho do MAPA

Fonte: MAPA (2013)

- *Prospecção*: no âmbito do Mapa, a prospecção é o passo inicial de atuação na iniciativa de “organização de cadeias produtivas para uso das Indicações Geográficas e marcas coletivas” (Plano Plurianual PPA-2012-2015). Consiste na coleta de dados e informações iniciais sobre uma cadeia produtiva agropecuária regional que tenha sido identificada como potencial em promover o desenvolvimento regional a partir do uso de signos distintivos de qualidade vinculada à origem.

Os dados e informações coletados nesta fase são avaliados e compilados para formulação da Nota Técnica e informações da prospecção, documento interno, que serve para orientar a política do Mapa em relação às Indicações Geográficas e marcas coletivas. Por isso, ele é executado para todas as cadeias produtivas agropecuárias que solicitem apoio ao MAPA, independentemente do estágio de desenvolvimento em que se encontram, incluindo aquelas que já estão formalmente constituídas e registradas como IG ou Marca.

- *Sensibilização*: subprocesso iniciado após o término da prospecção, tendo como base a Nota técnica e Informações de Prospecção. Consiste na realização de uma série de atividades que culminam na motivação e mobilização dos atores para o planejamento, execução e acompanhamento das ações de desenvolvimento do uso de signos distintivos na região.

- *Diagnóstico*: começa após ter-se iniciado o subprocesso de sensibilização, desde que se tenha avaliado favoravelmente pela continuidade do processo de uso de signos distintivos na região. O subprocesso de diagnóstico consiste em mobilizar os atores locais para retratar com mais detalhes a realidade local e direcionar futuras ações para o fortalecimento da cadeia produtiva regional.

- *Fortalecimento*: inicia após o término do subprocesso de diagnóstico e consiste na elaboração, execução e acompanhamento das ações e projetos identificados como necessários para o fortalecimento da cadeia produtiva regional, conforme indicado no subprocesso de diagnóstico. Esta fase estimula à identificação, ou constituição, de uma instância coletiva de gestão (comitê gestor) das diferentes ações e projetos para o fortalecimento da cadeia produtiva regional, estabelecendo um ambiente representativo para discussão, acompanhamento. Essa instância deve ser capaz de coordenar as diferentes intervenções que objetivam promover o fortalecimento da cadeia produtiva regional.

B - Plano Plurianual 2012-2015 e a Indicação Geográfica

Constitui um instrumento de planejamento governamental que define diretrizes, objetivos e metas com o propósito de viabilizar a implementação e a gestão de políticas públicas, orientar a definição de prioridades e auxiliar na promoção do desenvolvimento sustentável.

O Plano Plurianual 2012-2015, dentro do objetivo 0969 que é de fomentar a inovação na agropecuária, com ênfase na disseminação da cultura de propriedade intelectual e da indicação geográfica e marcas coletivas, visa às necessidades do pequeno e médio produtor e à competitividade e agregação de valor aos processos, produtos, sistemas e serviços agropecuários sob a responsabilidade do Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento. O plano tem como meta ampliar de 65 para 150 o número de cadeias produtivas organizadas para o uso de indicações geográficas e marcas coletivas. A região Centro-Oeste, na regionalização das metas, participa com 30 unidades de cadeias produtivas organizadas com esta finalidade (BRASIL, 2014).

2.3 Valor da produção agrícola com DOP na Europa

Em 2012, por meio de um estudo com o objetivo de coletar dados econômicos das 2768 IGs registradas nos 27 Estados Membros da União Europeia, foi divulgado um Relatório Final pela DG AGRI da Comissão Europeia sob o título: "Valor da produção agrícola sob as Denominações de Origem Protegidas (DOP) e Indicações Geográfica Protegida (IGP)", com a finalidade de avaliar a evolução do valor e o volume de comércio das Indicações Geográficas durante o período de 2005-2010. Neste Relatório foi possível estimar em 54,3 bilhões de Euros o valor das vendas a nível mundial de produtos IGs registrada nos Estados Membros em 2010. As IGs de produtos agroalimentares representavam 29% desta fatia, com valor de 15,8 bilhões de Euros.

As vendas domésticas representam os principais mercados para as IGs Europeias com 60%, contra 20% para as vendas entre Estados Membros da UE e 19% para as exportações fora da Europa. Durante o período pesquisado o comércio entre outros países e a UE aumentou 29% (CHEVER et al., 2012).

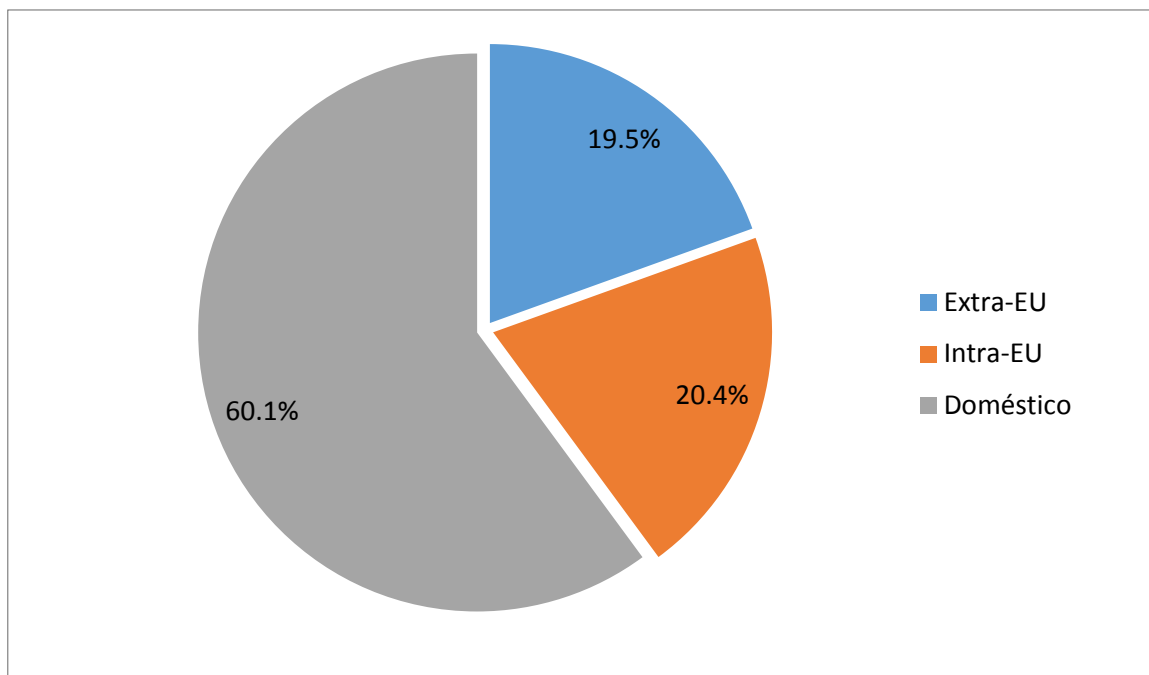


Figura 7 - Destino das vendas de IGs europeus em 2010, em percentagem.

Fonte: Chever *et al.* (2012)

Edelli (2013) afirma que França e Itália representam 60% dos produtos com IG comercializados na Europa. O Estado-Membro líder em faturamento destas especialidades foi a França, com 20,9 bilhões de Euros, sendo distribuídos em 75% deste valor para os vinhos, 15% para os produtos agroalimentares e 10% para bebidas espirituosas⁹. Edelli (2013) concorda com a ideia que o faturamento das IGs francesas é o maior entre os países europeus, com 38% do faturamento total das IGs da União Europeia. O autor acrescenta que neste país uma exploração a cada 4 produz algum produto com IG.

⁹ Refere-se a bebidas espirituosas o rum, o whisky, vinhos espirituosos (conhaque, armagnac, aguardente, brandy, grapa, licores, vodka, bitter, entre outros)

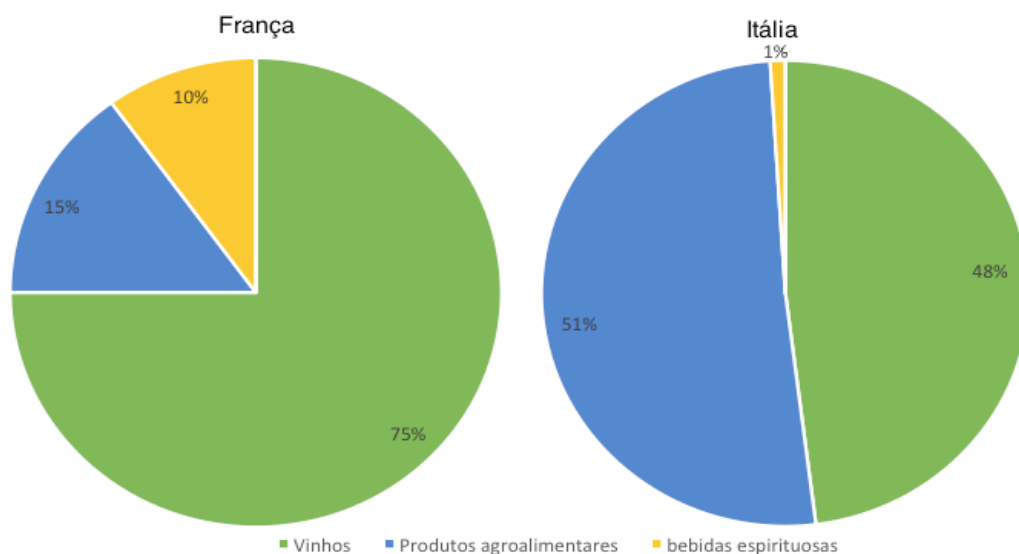


Figura 8 - Distribuição, em percentagem do faturamento das IGs na França e na Itália, por tipo de produto, em 2010

Fonte: Chever *et al.* (2012)

O segundo Estado-Membro em faturamento foi a Itália, com 11,8 bilhões de Euros divididos em 51% para os produtos agroalimentares, 48% para os vinhos e 1% para bebidas espirituosas (Figura 8).

Na sequência aparecem Alemanha e Reino Unido, responsáveis por 6% do número de IGs na UE, mas por 21% do valor de venda da EU. O valor médio de venda das IGs na Alemanha e no Reino Unido foi maior que a média da UE.

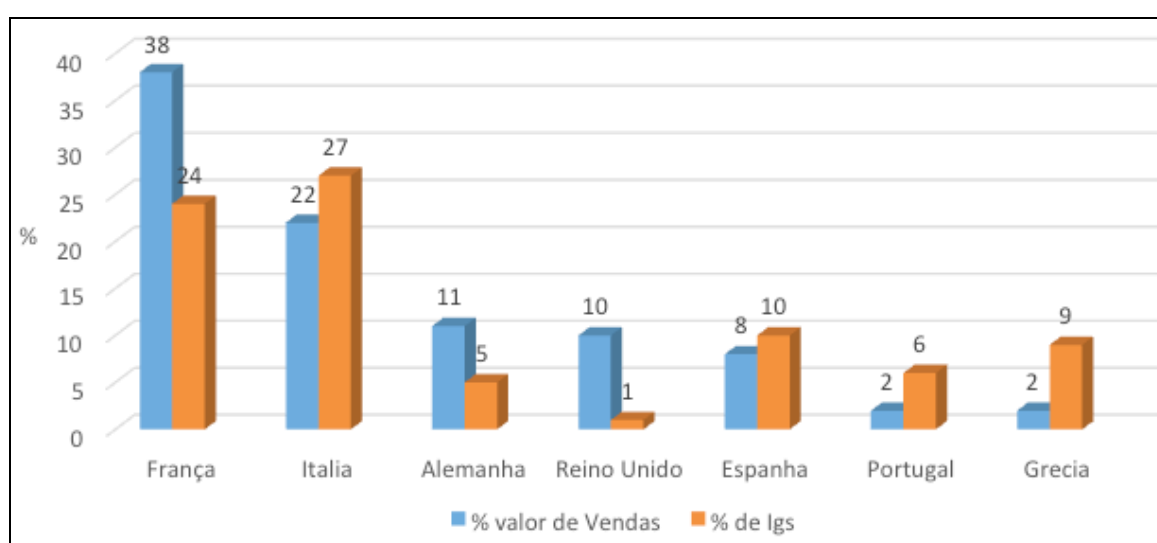


Figura 9 - Porcentagem de IGs em relação ao total na Europa e ao valor que representam nas vendas nacionais

Fonte: Chever *et al.* (2012)

Na sequência, em termos de valor de vendas foram a Espanha, Portugal, Grécia, Áustria, Irlanda, Hungria e Polónia. O valor total das vendas em cada um dos 16 países restantes dos Estados-Membros foi inferior a 300 mil Euros.

O estudo de Chever *et al.* (2012) estima em 2,23 vezes o acréscimo no preço dos produtos com IG em relação aos outros produtos. Isso significa que os produtos com IG foram vendidos 2,23 vezes mais caros que produtos similares sem IG.

O valor das vendas nas 4 categorias¹⁰ (vinho, produtos agroalimentares, bebidas espirituosas e vinhos aromatizados) aumentaram 12% entre 2005 e 2010. O setor agroalimentar teve o maior aumento (+ 19%) no período, principalmente em função do registo de novos DOPs / IGP (240 novas IGs).

2.4 Desenvolvimento local e Indicações Geográficas

Segundo Buarque (2008), o desenvolvimento local é um processo endógeno de mudança, que leva ao dinamismo económico a à melhoria da qualidade de vida da população em pequenas unidades territoriais e agrupamentos humanos. Para a FAO (2010) é conciliável promover os recursos naturais, culturais e sociais do território, contribuindo para o desenvolvimento local, a diversidade alimentar e a possibilidade de escolha dos consumidores.

Diante da necessidade do local se reinventar, de ser redescoberto para sua própria sobrevivência no mundo globalizado, a Indicação Geográfica aparece como uma possibilidade que vem ao encontro destes anseios. Amplamente utilizadas na União Europeia, as IGs de produtos agroalimentares utilizam-se da qualidade dos produtos vinculados a origem para criarem um valor no mercado, ao mesmo tempo em que consolidam o território.

A IG tem a característica de um produto com identificação de qualidade, ficando o produto indissociável do local em que é produzido. A sua reputação surge com o tempo por métodos de produção e de diálogo, de identificação dos recursos locais, de uma coletividade de produtores de determinado lugar e da preservação

¹⁰ Uma IG pode abranger mais de um produto como no caso da IGP Cítricos Valencianos (Espanha) para os produtos: laranja, citrus e clementine, ou da IGP Canard à foie gras du Sud-Ouest (França) - Périgord para os produtos: carnes frescas e produtos derivados.

deste conjunto de práticas que lhe deram origem (MASCARENHAS; WILKINSON, 2013). Ao surgir a demanda de um mercado de especialidades que está atrelado ao local de sua produção, baseado nos recursos naturais e no saber fazer dos produtores locais, é necessário que os atores locais se mobilizem para assegurar esta condição favorável de desenvolvimento.

Para Ávila (2001), o desenvolvimento local ocorre mediante o desabrochar das competências e habilidades da comunidade para ter a capacidade de agenciar e gerenciar os próprios ativos locais nas soluções e aspirações de toda natureza que se fizerem necessárias. Bourdain (2001) afirma que as configurações locais são constituídas por atores que as constituem em contexto de ação.

Muls (2008) ressalta a importância da governança¹¹ para o desenvolvimento local, ao criar uma interface entre o poder público, o setor privado e a sociedade civil, promovendo o desenvolvimento ao mesmo tempo em que descentraliza e melhora a distribuição regional. Concordando com esta ideia, Cerdan (2013) menciona que um dos elementos-chaves do sucesso das IGs foi de promover, criar e implementar novas formas de governança local e de regulação entre os diferentes agentes da cadeia produtiva. Cerdan (2013) acrescenta que as IGs criam um fator diferenciador, dando originalidade e características próprias para produto e território e que na literatura, a proteção e a promoção das IGs são justificadas pelos seus impactos no desenvolvimento territorial, ao verificar que um produto com IG proporciona melhor renda aos produtores e aos moradores da região

A FAO (2010, p. 1) desenvolveu um Guia para fomentar a qualidade vinculada a origem e as indicações sustentáveis, ponderando que:

Produtos agroalimentares, que possuem características específicas de qualidade e que podem ter certa reputação como consequência das particularidades do lugar de produção, dos fatores humanos e dos recursos naturais locais, que tenham uma identidade própria, podem ser parte de um processo de desenvolvimento sustentável. Neste contexto, atores locais podem converter recursos latentes locais em recursos ativos, preservá-los e

¹¹ A governança pode ser definida como o exercício da autoridade política, econômica e administrativa para a gestão dos negócios de um país. Ela recobre os mecanismos, os processos e as instituições através das quais os indivíduos e os grupos articulam seus interesses, ponderam suas diferenças e exercem seus direitos e obrigações legais. O conceito de governança não apreende o Estado enquanto entidade isolada, mas coloca em análise o conjunto das estruturas políticas e administrativas, das relações econômicas e das regras através das quais a vida produtiva e distributiva de uma sociedade é governada. A governança se atém ao estudo das instituições (POUILLAUDE, 1998 *apud* MULS, 2008).

melhorá-los, atingindo um reconhecimento social e um aumento da remuneração nos mercados.

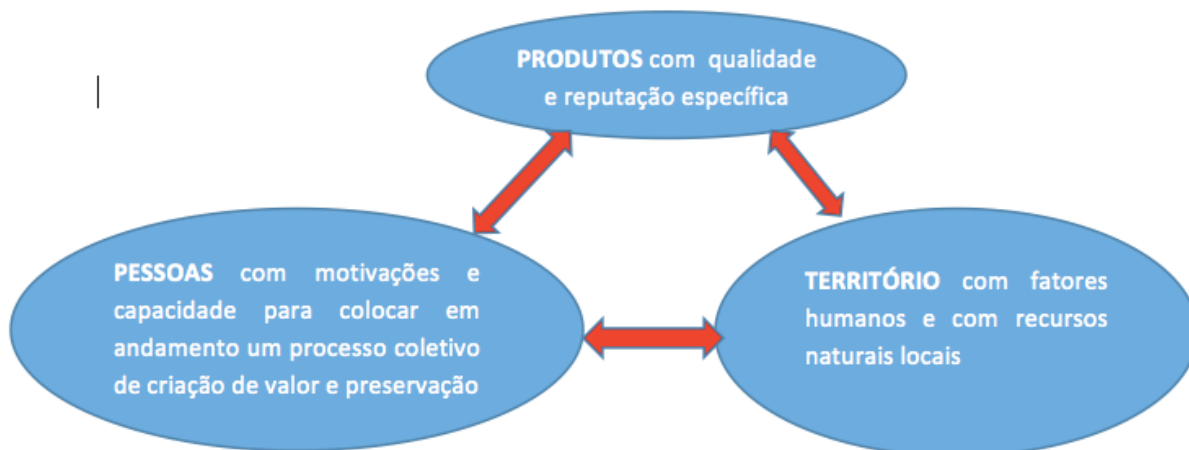


Figura 10 - Interação entre pessoas, produto e o território

Fonte: FAO (2010)

O Guia elaborado pela FAO (2010) propõe uma metodologia com base em círculo virtuoso, de qualidade vinculada à origem (Figura 10). Esta metodologia é organizada em cinco fases, com o envolvimento de atores locais e externos ao território e que desempenham uma função fundamental em todas as fases:

1- Identificação - A primeira fase corresponde a identificação do vínculo de produto e dos recursos naturais disponíveis para a sua produção, com o território e suas potencialidades, formulando estratégias a serem seguidas.

2- Qualificação - Nesta fase está a qualificação do processo em qual os mais variados atores locais podem reconhecer um valor agregado ao produto. Definir precisamente o produto, delimitar a área de produção, dar garantias do sistema, elaborar regras bem definidas.

3- Remuneração - A fase da remuneração está ligada aos mecanismos pelos quais o mercado consumidor pagará por este produto. Estabelecer normas, acordos, funções e competências adequadas com planificação da comercialização e aspectos operacionais da atividade comercial.

4- Reprodução - Os recursos preservados, renovados e com sustentabilidade a longo prazo, afim de garantir a reprodução do sistema. Adequar

regras para aumentar a sustentabilidade se necessário, bem como estimular outras atividades comerciais e de serviços.

5- Políticas Públicas - As autoridades governamentais devem desempenhar uma função importante no desenvolvimento local, aumentando as suas contribuições positivas ao longo desta cadeia de valor, garantindo um marco jurídico e institucional e manter uma política de desenvolvimento local com proteção do meio ambiente, valores culturais, equidade nas relações comerciais entre os elos da cadeia de valor.

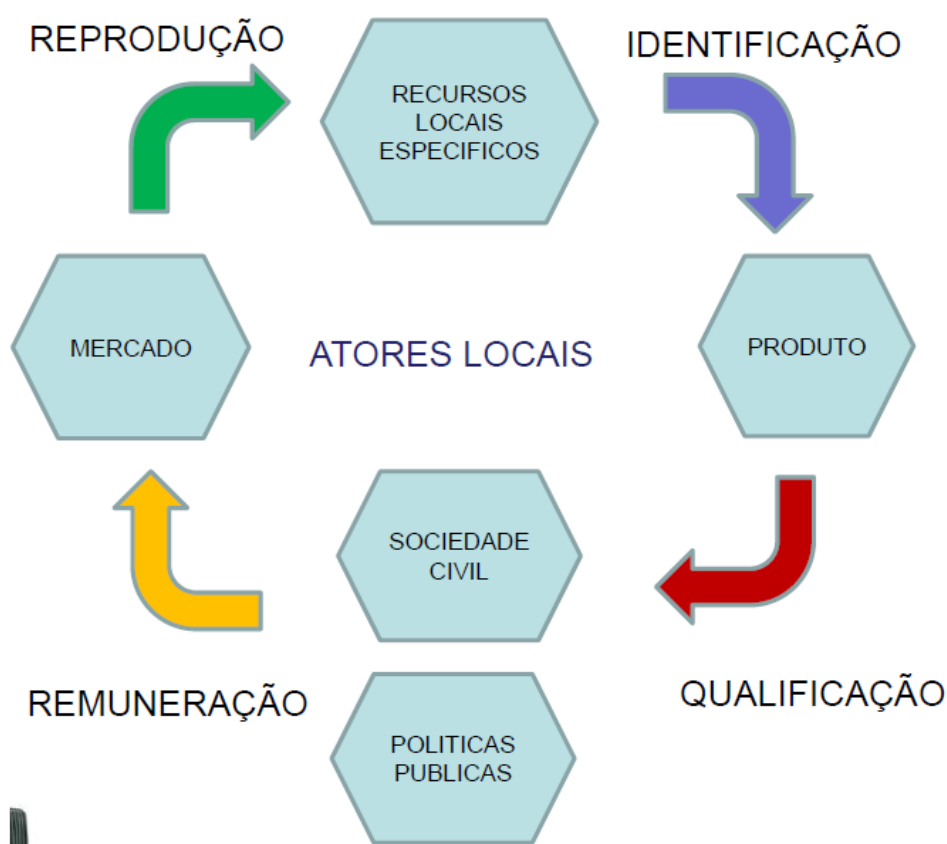


Figura 11 - Círculo virtuoso da qualidade vinculada a origem

Fonte: FAO (2010)

Segundo Cerdan (2013), os efeitos que uma indicação geográfica pode alcançar são diversos e de várias naturezas, com reflexos positivos sobre o produtor, o consumidor e a economia do local. De acordo com Cerdan, o primeiro efeito que se espera de uma IG é a agregação de valor ao produto, ou aumento de renda para o produtor.

Cerdan, Bruch e Silva (2010) elencam as principais vantagens de uma IG:

- Gera satisfação ao produtor, ao ver seu produto no mercado de especialidades, vinculado ao território e ao conhecimento local;
- Facilita a presença de produtos típicos no mercado, que obtém vantagem frente a outros produtos similares com qualidade e preço inferior;
- Preserva a diversificação de produção agroalimentar, particularidades e a personalidade de produtos que constituem patrimônio com identidade local;
- Aumenta o valor agregado dos produtos;
- Estimula a melhoria qualitativa dos produtos, já que são submetidos a controles de produção e elaboração;
- Aumenta a participação dos ciclos de comercialização dos produtos e estimula a elevação de seu nível técnico;
- Permite ao consumidor identificar os métodos de produção, fabricação e elaboração do produto, em termos de identidade e tipicidade;
- Melhora e estabiliza a demanda do produto, criando confiança do consumidor;
- Estimula investimentos na própria zona de produção;
- Melhora a comercialização dos produtos, facilitando o acesso ao mercado através de uma identificação especial (IP ou DO);
- Gera ganhos de confiança junto ao consumidor quanto a autenticidade dos produtos, pela ação dos conselhos reguladores que seriam criados e da autodisciplina que exigem;
- Facilita o marketing, através da IG, já que dilui o custo entre os produtores associados ao agrupamento;
- Promove produtos típicos;
- Facilita o combate à fraude, o contrabando e as usurpações;
- Favorece as exportações e protege os produtos contra a concorrência desleal externa.

Requier-Desjardin *et al.* (2003), ao analisar estudos de pequenas e médias empresas organizadas em distritos industriais, observam o comportamento cooperativo de instituições que se entrelaçam, melhorando o compartilhamento de informações muitas vezes comuns entre os atores locais, representando uma base social semelhante com identidade comum. Ainda os autores afirmam que esta

proximidade de valores e comportamentos reduz os custos de transação, melhorando a alocação de recursos e otimizando a eficiência das transações de mercado ao minimizar os custos de oportunismo e os custos contratuais para restringir possíveis perdas.

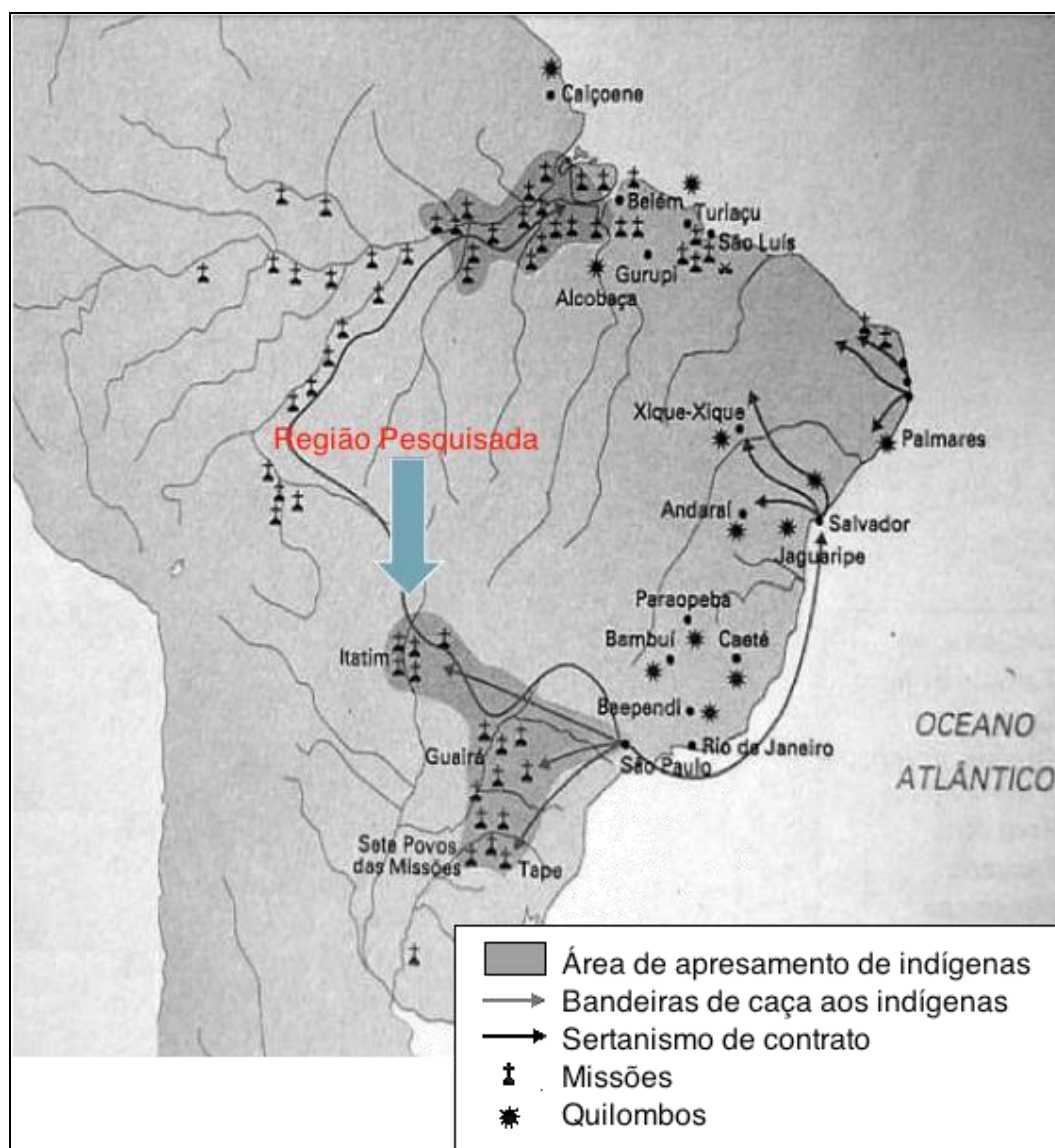
. Torre (2006) afirma que a ação coletiva, suas relações contratuais e sua confiança organizacional são importantes nas estruturas de governança, ajudando a manter a coesão entre os produtores locais e seu compromisso com objetivos comuns.

3 INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA MARACAJU - PRODUTO LINGUIÇA

Neste capítulo apresenta-se o surgimento e a ocupação do estado do Mato Grosso do Sul, a caracterização do município de Maracaju, e o surgimento da produção da linguiça e sua transformação local.

3.1 O Mato Grosso do Sul

No século XVI o sul do Mato Grosso, atual Mato Grosso do Sul, era ocupado por espanhóis que introduziram o gado e a erva mate. Os espanhóis ensinaram os índios guaicurús a montar cavalos e a manejar o gado, fazendo com que os índios dessa etnia se tornassem os primeiros fazendeiros da região. Até o início do século XVIII, o sul de Mato Grosso era ocupado por índios e paraguaios remanescentes das missões jesuítas de origem espanhola, principalmente de Itatim, que viriam a ser dizimados pelos bandeirantes (Mapa 1) (WEINGÄRTNER, 1995).



Mapa 1 - Ocupação do território no período colonial.

Fonte: Gondim (2011)

Por longos anos, a região sudoeste do atual estado de Mato Grosso do Sul esteve sob a influência espanhola. Para os portugueses esta vasta região desconhecida era uma área de difícil acesso, isolada, enquanto os espanhóis tinham no grande rio Paraguai um fácil caminho para alcançar as terras sul-mato-grossenses (GUIMARÃES, 2001).

Guimarães (2001) descreve que havia gado bravio nas campinas limpas da grande região da vacaria, de onde os sertanistas caçavam para o sustento. Mais tarde, essa região deu origem as primeiras criações feitas por fazendeiros que viriam se fixar nela. Com a descoberta de ouro em Cuiabá, em 1748 a coroa portuguesa criou a capitania de Mato Grosso. Dois anos depois foi assinado com a Espanha o

Tratado de Madri, permitindo aos portugueses tomar posse do sul de Mato Grosso, o que anulou a expansão espanhola (WEINGÄRTNER, 1995).

Como tudo acontecia em torno do ouro, descoberto na região de Cuiabá, atual capital do estado do Mato Grosso, ninguém pensou na possibilidade de se fixar no vasto território sul-mato-grossense. Nem mesmo a abundância do gado nativo e campo farto para a criação em clima bom, terras boas e rios navegáveis, fazia alguém se interessar por esse grande território (GUIMARAES, 2001).

No século XIX, com o declínio da produção das minas de ouro, ocorreu uma crise econômica nos estados de Minas Gerais, Goiás e Mato Grosso. A situação era de convulsão social e de pobreza absoluta em cidades quase fantasmas. Essas províncias ficaram instáveis política e economicamente, situação que ajudou na expansão populacional do sul do Mato Grosso, atual Mato Grosso do Sul. Atraídos pela fertilidade do solo e pela grande quantidade de gado bovino nos campos de Vacaria e Pantanal, cuiabanos, goianos, mineiros, paulistas e gaúchos migraram para esta região (WEINGÄRTNER, 1995).

Guimarães (2001) relata que, entre os muitos que vieram, estava Antônio José de Souza, saído do Sertão dos Garcias, hoje região de Paranaíba, no nordeste do Mato Grosso do Sul, e que, em 1844, fundou a fazenda Água Fria, localizada na região do município de Maracaju, nos altos do Rio Brilhante, onde antes os bandeirantes faziam roça para se provisionarem. O processo de povoamento, que começou na primeira metade do século XIX, foi interrompido e anulado durante a Guerra do Paraguai, entre os anos de 1864 e 1870. A invasão paraguaia determinou o abandono da região, retornando a maioria de seus moradores para Minas Gerais e seus locais de origem (BRASIL, 2014).

No centro, oeste e sul do atual estado de Mato Grosso do Sul encontravam-se propriedades e povoados abandonados ou destruídos pela guerra, com populações dispersas e abatidas pela fome, miséria e doenças. Os sul-mato-grossenses, foragidos nos Morros, no Sertão dos Garcias, ou na distante Cuiabá, voltaram a fazer escambo, criar gado, plantar cereais, trabalhando em família na roça ou no processamento de farinhas (milho, mandioca), queijo, ou açúcar (rapadura), tecendo os seus próprios panos de roupa, fazendo os petrechos de couro (GUIMARAES, 2001).

Após a Guerra com o Paraguai intensificou-se a migração para o sul de Mato Grosso (WEINGÄRTNER, 1995). Assim, criavam-se oportunidades para novas

possibilidades, especialmente devido à presença de terras férteis em grande quantidade e possibilidades de atividades extrativas.

O recorte geográfico dessa região, que ocorreu entre o período de 1870 (quando se iniciou a exploração dos ervais nativos na região) e 1937 (quando entrou em vigor a Constituição que proibiu o arrendamento de grandes propriedades em regiões de fronteira), conferiu à região uma estrutura territorial assentada na grande propriedade rural. Com o retorno dos fazendeiros e o enfraquecimento do Estado paraguaio, muitas empresas estrangeiras investiram em fazendas de gado na região (SILVA, 2011).

Conforme Côrrea (2006, *apud* SILVA, 2011), a Guerra do Paraguai trouxe novas oportunidades de exploração dos recursos regionais com a abertura do rio Paraguai à navegação, possibilitando o comércio internacional e contando com investimentos de capitais estrangeiros que adquiriram milhões de hectares para o desenvolvimento da pecuária extensiva, e consequente, reocupação da fronteira oeste brasileira.

De acordo com Ferreira e Rosa (1988), a colonização do sul-mato-grosso resultou da entrada de migrantes do Paraná, por iniciativa do Barão de Antonina, de São Paulo e, principalmente, por mineiros que vieram ou passaram por Uberaba (Mapa 2). O Ciclo da Erva-Mate foi um atrativo momentâneo e localizado da economia. Já o Ciclo do Gado teve início no final do século XVIII, com o fim do Ciclo do Ouro que levou a uma crise econômica nos estados de Minas Gerais, Goiás e Mato Grosso.



Mapa 2 - Migrações para o sul de Mato Grosso nos séculos XIX e XX.

Fonte: Gondim (2011)

Em 2014, a população estimada do estado do Mato Grosso do Sul era de 2.619.657 habitantes em uma área de 357.145,532 km² (IBGE, 2014). Os costumes, tradições, diversidade e riqueza cultural de Mato Grosso do Sul recebem influência de vários povos: mineiros, paulistas, paraguaios, gaúchos, paranaenses, turcos, sírios, libaneses, japoneses, portugueses, italianos, espanhóis, armênios, palestinos e bolivianos (MATO GROSSO DO SUL, 2014).

A principal fonte econômica do Estado é a agricultura, com culturas de soja, arroz, café, trigo, milho, feijão, mandioca, algodão, amendoim, cana-de-açúcar e a pecuária. Nos campos limpos pratica-se a pecuária de corte, com numeroso rebanho bovino. Os suínos assumem importância nas áreas agrícolas. No pantanal, a oeste, estão as melhores pastagens do Estado (MATO GROSSO DO SUL, 2014).

A economia do estado é baseada essencialmente na comercialização de *commodities*. Diante dessa realidade e da riqueza sociocultural e biodiversidade local, a possibilidade de desenvolvimento de produtos locais com saber fazer único e especializado toma grande relevância para o desenvolvimento local, com empoderamento da coletividade baseado nas especificidades de um produto.

No estado alguns produtos aparecem com potencialidade dentro desta estratégia de diferenciação dos signos distintivos (IG e marca coletiva), como a farinha do Pulador de Anastácio, na região do Planalto, o café do Vale do Ivinhema, os bezerros de qualidade de Camapuã, o novilho precoce de Mato Grosso do Sul, a erva mate para tereré da Fronteira Brasil/Paraguai, a melancia de Eldorado, o queijo Brum de Paraíso das Águas e a linguiça de Maracaju, objeto da pesquisa.

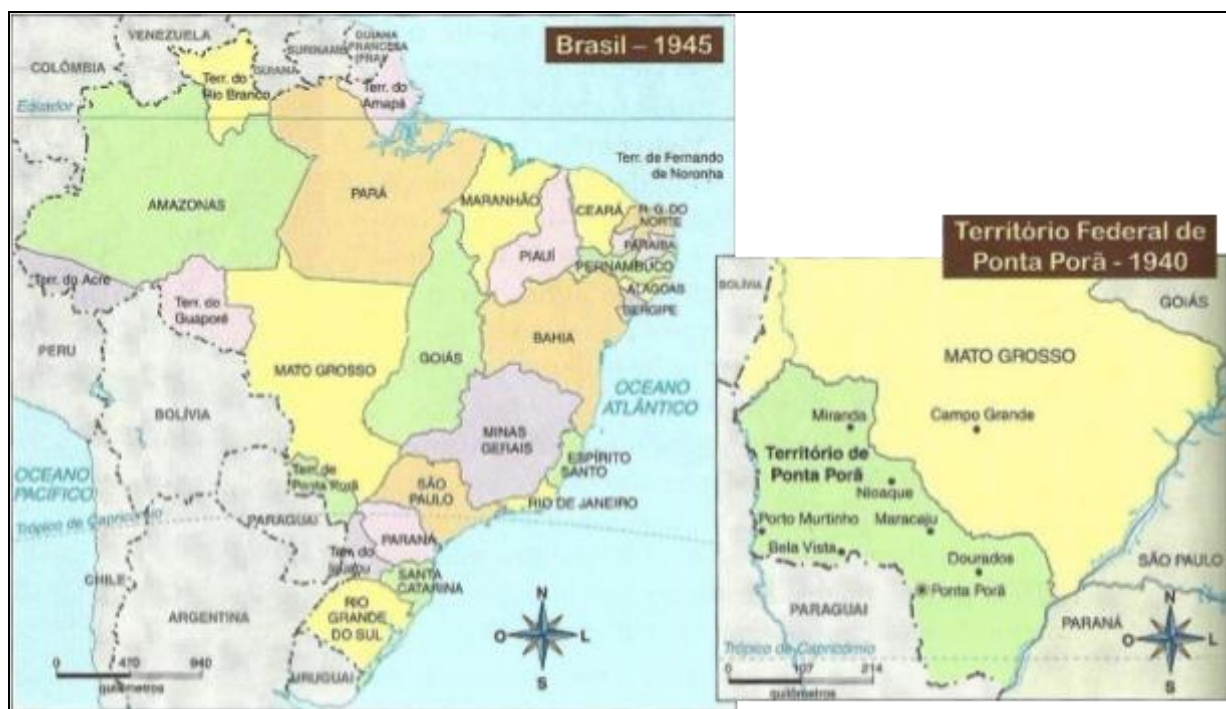
3.2 O município de Maracaju

Conforme levantamento de divisas municipais, em um trabalho conjunto da Agência de Desenvolvimento Agrário e Extensão Rural de Mato Grosso do Sul (AGRAER MS) e IBGE (2013), o município de Maracaju está sob a influência da Bacia do Rio do Prata. Os principais rios são: Rio Brilhante, Rio Santa Maria, Rio Dourados e Rio Ivinhema. Maracaju faz divisa com os municípios de Dois Irmãos do Buriti, Sidrolândia, Rio Brilhante, Itaporã, Dourados, Ponta Porã, Guia Lopes da Laguna, Nioaque e Anastácio.

Localizado no sudoeste do estado de Mato Grosso do Sul, o município tem área de 5.299,184 Km², altitude de 384 m, clima tropical, com bioma de Cerrado e Mata Atlântica (IBGE, 2014). Sua vegetação é antropizada, sendo 90% de lavoura e pastagem e 10% de Savana florestas. O solo é predominantemente Latossolo Roxo (86,2%), com 88,5% aptos para a lavoura e pecuária (MARACAJU, 2014). O período normal de chuvas é de setembro a março (FERREIRA; ROSA, 1988). A população era de 39.095 habitantes em 2012 (IBGE, 2012). O IDH Municipal de 2010 era de 0,736, considerado na faixa alta de desenvolvimento humano, sendo o 5º do estado de Mato Grosso do Sul (PNUD, 2012).

Em 1922, João Pedro Fernandes, radicado no local denominado São Bento, hoje Sidrolândia, transferiu sua farmácia para Santa Rosa, município de Nioaque e à margem direita do Rio Brilhante. Em 1923, em consequência de um surto de malária e atendendo apelo dos moradores, transferiu seu estabelecimento comercial para a região onde hoje se ergue a cidade de Maracaju. Data deste ano a fundação do núcleo que hoje é a cidade de Maracaju. A prosperidade da localidade logo levou o local a categoria de Município pela Lei nº 987 de 07 de julho de 1928 (MARACAJU, 2014).

Campestrini (2009) relata que em 1943 foi criado, pelo presidente Getúlio Vargas, o Território Federal de Ponta Porã, diante da necessidade de se ocupar e nacionalizar essas distantes regiões do Brasil (Mapa 3). Maracaju integrou esse território, sendo temporariamente sua capital em 1944. O Território de Ponta Porã transformou a região, com o fortalecimento do comércio, da agricultura, da pecuária, melhoria no atendimento à saúde, a segurança, a educação, e com construção de estradas e pontes, se tornando atrativa a imigrantes. Esse desenvolvimento ocasionou o aumento significativo da população do território, que foi extinto pela Constituinte de 1946, após forte interferência de cuiabanos (CAMPESTRINI, 2009).



Mapa 3 - Território Federal de Ponta Porã, no ano de 1943.

Fonte: Gondim (2011)

Ferreira e Rosa (1988) ressaltam que as principais atividades econômicas do Município de Maracaju nos anos 80 eram a pecuária de gado de corte, com espécimes das raças Guzerá e Nelore, a lavoura mecanizada, produtora em grande escala de soja, trigo, arroz, feijão e milho, o comércio bastante desenvolvido e a sua indústria de álcool. Hoje, segundo IBGE (2010), Maracaju é o principal município de Mato Grosso do Sul em valor de produção agrícola e em área plantada. Conforme Oliveira (2013), está entre as cinco maiores economias do estado. Tem o farelo de

soja como o principal produto exportado, seguido da soja em grãos e da carne bovina.

O município é reconhecido como um dos pioneiros na técnica de plantio direto, dos sistemas integrados lavoura-pecuária e lavoura-pecuária-floresta e é também detentor de técnica de difusão de agricultura e pecuária através da Showtec, um evento de demonstração e discussão de tecnologias e inovações para os produtores rurais, estando entre os dez maiores eventos de tecnologias para o setor agropecuário no Brasil (FUNDAÇÃO MS, 2014).

3.3 Origem da produção de linguiça

A preservação de carne começou há milhares de anos, entretanto, a história da linguiça é um caminho difícil de rastrear e está ligada ao abate de animais e o desejo de usar toda a carne da captura. Os primeiros seres humanos caçavam e tentavam encontrar maneiras de estender a usabilidade de sua carne. Com o surgimento de especiarias vindo do Extremo Oriente, a canela e a pimenta apareceram como ingredientes usados no processo de conservação (MARCHELLO; ROBINSON, 2012).

Leitão (2011) pondera que a linguiça também vem da expressão italiana “*luganega*”, de origem da tribo lucaniana. Acredita-se que esta tribo ensinou os romanos a embutir carnes, tecnologia que estes difundiram ao resto do mundo. Cunha (2010) afirma que importantes na dieta do homem por mais de 2 mil anos, a linguiça e o embutido se confundem na literatura e que a palavra embutido deriva de *salsus*, que em latim significa salgado ou carne conservada por sal. A elaboração de embutidos iniciou-se como um simples processo de salga e secagem para a conservação da carne fresca que não poderia ser consumida imediatamente.

Leitão (2011) afirma que a linguiça feita no Brasil originou-se das influências portuguesas, das linguiças também chamadas por lá de “enchidos”, originalmente embutidas com carne de porco e temperadas com cebola, alho e páprica (MARCHELLO; ROBINSON, 2012)

Silva (2011) explica que a salga foi usada na antiguidade por egípcios e mesopotâmicos para conservação de alimentos. Foi desenvolvida com a necessidade de se preservar os peixes a serem comercializados por aqueles povos.

Na ausência de refrigeração e na necessidade de não haver desperdício de alimentos, quando um animal era sacrificado e não era comido na hora em sua totalidade, recheavam-se salames e mortadelas que eram salgados e curados (ou defumados) para se conservar por meses. Desta maneira, as carnes eram picadas, condimentadas e colocadas dentro da tripa lavada (REVISTA VIP, 2010).

O sal, além de realçar o sabor, desidrata os alimentos impedindo a proliferação de micro-organismos (fungos e bactérias) pela reduzida atividade de água nos alimentos, garantindo uma disponibilidade de alimentos por mais tempo. Além disto, o sal tem a propriedade de solubilizar as proteínas e intensificar os sabores e aromas e a tripa ajuda a proteger a carne (DICKEL, 2010).

A legislação brasileira, através da Instrução Normativa nº 4, de 31 de março de 2000 (MAPA, 2000), define a linguiça como um produto cárneo industrializado, obtido de carnes de animais de açougue, adicionados ou não de tecidos adiposos, ingredientes, embutido em envoltório natural ou artificial, e submetido ao processo tecnológico adequado, classificando-a de acordo com a tecnologia de fabricação como produto fresco; produto seco, curado e/ou maturado; e produto cozido.

3.4 Produção da Linguiça de Maracaju

Produto cárneo que tornou-se sinônimo de Maracaju, a linguiça surgiu da necessidade em tempos de suprimentos escassos. Com o passar do tempo, a maneira de se fazer a linguiça, que chegou, principalmente, com os mineiros, foi sendo modificada pela cultura local na região de Maracaju. Os homens abatiam o bovino e as mulheres separavam as partes. Na inexistência de geladeira, a conservação se dava pelo enchimento das tripas do animal pela carne selecionada, partes nobres, sendo que com o dianteiro se fazia o charque (OLIVEIRA, 2013).

De acordo com Oliveira (2013, p. 25):

[...] podemos afirmar que a origem da Linguiça de Maracaju está ligada à tradição das famílias que colonizaram os vastos campos da serra de Maracaju. As principais famílias colonizadoras vieram do triângulo mineiro e trouxeram a tradição da produção da linguiça caseira, que era feita com carne suína inicialmente, mas quando as comitivas chegavam ao sudoeste de Mato Grosso, hoje Mato Grosso do Sul, os suprimentos já estavam escassos, e com isso passaram a utilizar a carne de boi para fazer a

linguiça, levando-se em conta a tradição da pecuária bovina que já predominava em nosso estado.

No processo local, o corte da carne é chanfrado¹², pois segundo os produtores de linguiça retém melhor o “suco da carne”. Depois de temperada com alho e sal, e regada a laranja azeda, presente nos campos de vacaria e que funcionava como conservante natural, a massa é embutida e deixada secando. Com o passar do tempo, o produto passou a ser consumido não só pela população local, mas também por viajantes e convidados de confraternizações (casamentos, batizados, entre outros eventos) das famílias da região, ficando a localidade conhecida como centro de fabricação da “Linguiça de Maracaju”.



Foto 1 - Processo de secagem durante a festa da Linguiça de Maracaju.

Fonte: Maracaju (2011)

Conforme relatado por Oliveira (2013), quando o produto começou a ganhar reputação, na década de 80, alguns moradores do município começaram a produzi-lo com fins comerciais. Os açougues da época já tinham a linguiça como principal produto de geração de renda.

Em 1994 surgiu o que é hoje a maior festa gastronômica do estado, a “Festa da Tradicional Linguiça de Maracaju”, com o empenho do então presidente do Rotary Clube da Cidade de Maracaju, Gerson Marcondes. Em 2004 começou a ser reconhecida nacionalmente, com cobertura do evento pelo programa “Mais Você” da emissora Rede Globo. Neste mesmo ano foi regulamentada a Lei Municipal Nº 1.379/2004, que dispõe sobre a criação do Selo da “Linguiça Tradicional de

¹² Cortar em ângulo ou de esguelha, fazendo quinas ou arestas.

Maracaju”, cabendo ao Departamento de Inspeção e Vigilância Sanitária da Secretaria Municipal de Saúde de Maracaju a fiscalização, inspeção, orientação sanitária e normalização (MARACAJU, 2004).

A Linguiça de Maracaju também está no Livro dos Recordes (Guinness Book) desde 1998 por ter produzido a maior linguiça contínua do mundo, feita em abril de 1997 a partir de uma tripa de 31 metros com aproximadamente 30 Kg (Foto 2).



Foto 2 - Linguiça com 31 metros de tripa.

Fonte: Maracaju (2011)

Segundo Oliveira (2013), em 2012 produziram-se 30 toneladas do produto durante a festa da linguiça de Maracaju. Em 2013 foram identificadas 18 empresas legais produtoras da Linguiça de Maracaju, gerando 70 empregos diretos com produção mensal de 11 toneladas.



Foto 3 - Entrada de Maracaju, que faz referência a Linguíça, símbolo do município.

Fonte: Fonte: Elaborado pelo autor.

4 METODOLOGIA

Este capítulo apresenta a metodologia adotada, a coleta de dados e as variáveis utilizadas na pesquisa.

4.1 Método de pesquisa

A pesquisa caracteriza-se por uma abordagem qualitativa, onde é possível trabalhar com representações sociais, diagnosticando as percepções comuns e incomuns presentes na subjetividade das pessoas envolvidas na coleta de dados na condição de objeto-sujeito (MARQUES *et al.*, 2008).

O método científico surgiu caracterizado pela racionalidade técnica estritamente quantitativa, não respondendo as questões subjetivas, as situações problemáticas surgidas dentro do contexto social (LAKATOS; MARCONI, 2004).

Pesquisas qualitativas são percebidas como adequadas a uma abordagem em que o foco do estudo recai sobre a investigação do subjetivo dos indivíduos e suas formas de interpretação do meio social onde estão inseridos. Para De Deus Cunha e Maciel (2010), as abordagens qualitativas são adequadas ao paradigma positivista, apoiam-se sobre a dedução de hipóteses de teorias pré-formuladas.

A estratégia de pesquisa é baseada em estudo de caso. De acordo com De Deus, Cunha e Maciel (2010) ao estudar o caso é realizado o estudo das particularidades e da complexidade de um caso singular dentro de determinadas circunstâncias.

Segundo Yin (2005), um pesquisador tem pouco ou nenhum controle sobre eventos comportamentais, sendo que o estudo de caso investiga um fenômeno contemporâneo em seu contexto no mundo real, podendo contribuir ao

conhecimento dos fenômenos individuais, grupais, organizacionais, sociais, políticos e relacionados, buscando entender fenômenos sociais complexos.

Quanto ao objetivo exposto, a pesquisa pode ser caracterizada como exploratória ao obter maiores informações, com a possibilidade de se chegar a problemas específicos e estabelecer hipóteses para estudos posteriores (MARQUES *et al.*, 2008). Pesquisas exploratórias proporcionam maior familiaridade com o problema, tornando-o mais explícito e aprimorando ideias ou a descoberta de intuições que possibilita a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado (GIL, 1999)

Ainda foi utilizada a metodologia de pesquisa-ação que é um tipo de pesquisa social concebido e realizado em estreita associação com uma ação ou com a resolução de um problema coletivo e no qual os pesquisadores e os participantes representativos da situação da realidade a ser investigada estão envolvidos de modo cooperativo e participativo (THIOLLENT, 1985).

Segundo Baldissera (2001), uma pesquisa pode ser qualificada de pesquisa-ação quando houver uma ação por parte das pessoas implicadas no processo investigativo e centrada no agir participativo e na ideologia de ação coletiva.

Ainda conforme Baldissera (2001), a pesquisa ação traz uma relação entre os pesquisadores e pessoas envolvidas no estudo da realidade do tipo participativo/coletivo. A participação dos pesquisadores está inserida no processo do conhecer havendo uma reciprocidade/complementariedade com os envolvidos, que têm algo a “dizer e a fazer”.

Dentro da metodologia de pesquisa-ação, o fato do pesquisador participar do processo como representante do Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento fez com que utilizasse muitas vezes a metodologia de fomento aos Signos Distintivos, Indicações Geográficas e Marcas Coletivas do Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento, conforme visto na revisão.

4.2 Coleta de dados

Os dados foram obtidos por meio de pesquisa bibliográfica, documental e entrevistas.

Como parte fundamental para o embasamento do trabalho foi feita a pesquisa bibliográfica com o levantamento de informações em livros, revistas, teses e dissertações em meio impresso, na internet e em filmes na busca da recuperação do conhecimento científico acumulado.

Na pesquisa documental foram levantadas legislações, portarias, instruções normativas, acordos internacionais, relatórios técnicos, mapas, atas de campo, com a obtenção dos dados sobre o caso pesquisado. A obtenção dos dados de campo foi feita a partir de participação (pesquisa-ação) em reuniões com produtores da tradicional linguça de Maracaju e autoridades municipais, na cidade de Maracaju, entre os anos de 2009 e 2014.

Foram também realizadas entrevistas com produtores da linguça de Maracaju, na cidade de Maracaju, durante a fase de construção do dossiê para entrega ao INPI. As entrevistas foram semi-direcionadas com questões abertas sobre as relações entre os atores locais e suas expectativas quanto ao projeto da IG. As informações obtidas foram de caráter subjetivo, como motivações para participar da criação da IG, opiniões e sentimentos permitindo examinar informações e fenômenos ou fatos que se desejava estudar com maior realismo.

4.3 Variáveis abordadas na pesquisa

Este estudo é direcionado a Indicação Geográfica na espécie da Indicação de Procedência Maracaju para o produto linguça. Foi considerada a construção do processo de registro pelo INPI para esta figura da propriedade intelectual com interesse na implantação da Indicação Geográfica na modalidade de Indicação de Procedência no município de Maracaju, no estado de Mato Grosso do Sul. As variáveis pesquisadas correspondem aos objetivos específicos:

- Arranjos necessários para a implantação da IG Maracaju para o produto linguça: processo cooperativo e interativo e existência de acordos coletivos desenvolvidos pelos atores locais e instituições (MULS, 2008, ÁVILA, 2001, REQUIER-DESJARDIN *et al.* 2003). Presença de regras de produção com base nos vínculos existentes entre o produto, as pessoas e o local (FAO, 2010; MASCARENHAS, WILKINSON, 2013) no projeto de implantação da IG Maracaju para o produto linguça.

- *Características necessárias para a implantação de uma IG na modalidade de Indicação de Procedência*: Se há reputação/notoriedade e a correta identificação do produto e dos recursos locais necessários a valorização do produto pelo mercado (BRASIL, 1996; GADE, 2004; EU, 2004; MAPA, 2013). Foi também avaliada a existência de uma coletividade legítima do território (MAPA, 2010, EDELLI, 2013, UE, 2006 e INAO, 2009).

Finalmente são analisadas as possibilidades de implantar uma Indicação Geográfica (IG) no Centro-Oeste do Brasil, mais especificamente a produção de linguiça de Maracaju, medida pela mobilização dos atores locais ao projeto, e seu empoderamento na política e governança, com melhoria de trabalho e renda dos produtores e população local após a implantação da IG. Para isso é avaliado o engajamento privado dos produtores e da população local na valorização do território e do saber fazer preservado e a presença de uma política pública com legislação adequada para o tema (UE, 2012; GADE, 2004; INAO, 2014; EDELLI, 2013; MAPA, 2010 e 2013).

5 ANÁLISE E RESULTADOS

O capítulo apresenta os resultados da pesquisa conforme as variáveis identificadas na metodologia. Na primeira parte são analisados os arranjos necessários para a implantação da IG Maracaju para o produto linguça. Na segunda parte são analisadas as ferramentas disponíveis e necessárias para a implantação de uma IG na modalidade de Indicação de Procedência (IP). O terceiro item aborda as possibilidades de implantar uma Indicação Geográfica (IG) no Centro-Oeste do Brasil, mais especificamente a produção de linguça de Maracaju.

5.1 Arranjos necessários para a implantação da IG Maracaju para o produto linguça

Os processos cooperativos e interativos e a existência de acordos coletivos desenvolvidos pelos atores locais e as instituições juntamente com políticas públicas convergentes, são de fundamental importância para o sucesso do projeto desta IP.

5.1.1 Implantação do processo de criação da IG Maracaju para o produto linguça e atores envolvidos

A primeira reunião com abordagem do tema de Indicação Geográfica ocorreu em 24 de março de 2009, com representantes da Superintendência Federal de Agricultura de Mato Grosso do Sul, do executivo e legislativo municipal, Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, Rotary e 13 (treze) produtores de linguça de Maracaju.

No começo do processo de criação da Indicação de Procedência, a cada reunião os atores locais se mostravam envolvidos e motivados. Neste processo surgiam naturalmente lideranças e ideias novas. No início, o grupo vislumbrava a proteção, o aspecto econômico de um produto com valor agregado e o acesso a novos mercados. Foi observado que alguns tinham bem definidos os seus objetivos, enquanto outros não.

Entre as maiores motivações do grupo para aderir ao projeto da IP Maracaju, estava a preocupação em garantir um produto de qualidade e que mantivesse a tradição do povo de Maracaju. Os participantes queixavam-se que produtos vendidos com aparas de açougue e sem o tratamento higiênico necessário para um alimento seguro exibiam a nomenclatura de Linguiça de Maracaju. A lei municipal 1370/2004, que criou o selo da linguixa tradicional de Maracaju e que certifica que o produto é de Maracaju e esta sendo produzido dentro das normas de higiene, resolveu apenas parte do problema. A usurpação do nome Maracaju por comerciantes distantes do local consagrado era outra grande preocupação deste grupo.

Ao longo da construção do processo do dossiê para obtenção de IP, a quantidade de associados foi flutuando. Os trabalhos começaram com 13 participantes, chegaram a 16 e se estabilizaram em 12 produtores associados no começo de 2015. Entretanto, existem mais de 20 pontos de venda do produto em Maracaju, o que indica a ausência de vários produtores.

5.1.1.1 Ações para apresentação do dossiê ao INPI

Em 2010 foram estabelecidas 39 ações a serem realizadas até a entrega do dossiê junto ao INPI. Estas ações eram divididas em 15 grandes grupos, algumas delas já completadas, outras em parte e outras a serem realizadas conforme segue:

Atividades realizadas até maio de 2015:

- Realinhamento do projeto;
- Formalização do Comitê Gestor;
- Descrição dos procedimentos de obtenção e produção da linguixa;
- Levantamento histórico da produção;
- Delimitação da área de produção da linguixa de Maracaju;

- Construção do caderno de normas de produção;
- Criação e definição do órgão de controle da IP - Conselho Regulador;
- Definição do sistema de controle de produção, sua análise e auditoria;
- Desenvolvimento da identidade visual;
- Sistematização das reuniões de monitoramento do projeto;
- Organização formal do processo a ser encaminhado ao INPI.

Atividades realizadas em parte até maio de 2015:

- Sensibilização dos parceiros na busca de subsídios para o projeto;
- Identificação e envolvimento dos principais produtores da linguíça na área delimitada.

Atividades a serem realizadas depois de maio de 2015:

- Implementação do caderno de normas pelos produtores e pelo Conselho Regulador da IP.
- Elaboração de estratégia de marketing da IP para o mercado, com definição do executor pela associação.

As atividades que já foram realizadas até maio de 2015 permitem cumprir as exigências para a solicitação de registro da IP junto ao INPI. As atividades de sensibilização e envolvimento dos principais produtores da linguíça na área delimitada devem ser seguidamente estimuladas a fim de motivar e mobilizar os atores em torno de uma visão compartilhada para o planejamento e execução das ações para atender as normas de produção e promoção da linguíça de Maracaju, abordando o coletivo no modelo de negócio.

O sucesso da IP está diretamente relacionado a sinalização ao mercado pelos produtores, das suas especificidades, modo de produção e garantias. Para a implementação da IP é necessário que haja normas de produção auditáveis pelo conselho regulador, de maneira que o mercado perceba a credibilidade da iguaria. Somente aplicando estas normas coletivas e recebendo a chancela do conselho regulador que existe a possibilidade de sinalizar ao mercado um produto com qualidade vinculada a origem. Uma vez finalizado esse processo é possível e necessário promovê-lo após a identificação dos mercados de especialidades pretendidos para sua comercialização.

5.1.1.2 Sistema agroindustrial (SAG) da linguiça de Maracaju

Batalha e Scarpelli (2014), descrevendo o Sistema Agroindustrial - SAG, ressaltam que os limites de análise precisam ser estabelecidos descrevendo matérias-primas, produtos e operações agroindustriais envolvidas, assim como o ambiente que os cerca, e que os diversos componentes do sistema estão em contínua interação, resultando em sinergias ou antagonismos. Os autores afirmam que o termo Sistema Agroindustrial é mais genérico e menos específico do que cadeia ou complexo agroindustrial e que subentende-se que nos Sistemas Agroindustriais ocorra a participação coordenada de produtores agropecuários, agroindustriais, distribuidores, organizações, transporte, entre outros, na produção industrialização e distribuição de alimentos e insumos.

De acordo com Zylberstajn (1999), o papel institucional do estado é de formular políticas públicas e de interferir nas características de assimetria informacional no mercado de alimentos. Um aparato legal que regulando as ações humanas e as organizações são partes importantes do funcionamento do sistema.

Em consequência, a análise da cadeia produtiva deve considerar a existência dos ambientes institucionais, organizacional e empresarial. O ambiente institucional é constituído pelas leis federais, estaduais e municipais juntamente com os costumes, cultura e tradição que diferenciam a sociedade e envolvem as políticas setoriais e o comportamento das empresas e dos negócios. Esse ambiente influencia o ambiente organizacional (SOUZA *et al.*, 2005).

O ambiente organizacional confere suporte ao funcionamento das cadeias produtivas e é constituído por universidades, órgãos de pesquisa, normalização, fiscalização, associações cooperativas sindicatos e as próprias empresas (SOUZA *et al.*, 2005).

As características de cada segmento são discutidas com o objetivo de compreender o funcionamento da cadeia da linguiça de Maracaju no contexto atual, onde a produção está restrita a comercialização local no município de Maracaju.

a) Insumos - carne bovina, envoltório (tripa), laranja azeda, pimenta, sal, alho, cheiro verde.

A carne bovina e o envoltório são fornecidos por frigoríficos com SIF e SIE localizados nos municípios em um raio de 300 km. No atual estágio de produção

existe uma preocupação quanto ao padrão da carcaça a ser obtida com a preferência por uma carne “mais gorda” (utilização da gordura da própria carcaça na confecção da linguiça) e alimentada a pasto. Não há um controle rígido das características do animal a ser abatido.

Laranja azeda, pimenta e cheiro verde são muitas vezes cultivados pelos próprios produtores nos quintais de suas casas, de seus estabelecimentos comerciais ou mesmo nas propriedades rurais do município, sem que haja um fornecedor comercial instituído formalmente.

Sal e alho são adquiridos no comércio varejista local.

b) Produção/Processamento da Linguiça - a maioria do processamento de linguiça é realizada de maneira artesanal com emprego de baixa tecnologia e mão de obra familiar. As empresas são regulamentadas conforme legislação municipal sanitária. Entretanto, existe a iniciativa recente do emprego de tecnologias mais modernas, com a introdução da cadeia de frio, de máquinas de cortes e misturadores de carnes, da implantação de controle ambiental e do uso de fluxograma na produção. Essas adequações são necessárias para a prévia inspeção higiênico-sanitária e tecnológica, que possibilita a comercialização além das divisas municipais.

As empresas produtoras de linguiça são caracterizadas como açougues e casas de carne em sua grande maioria, onde processam outros produtos cárneos e de diferentes espécies, sendo raro o produtor exclusivo para esta iguaria. Conforme à Secretaria de Desenvolvimento Econômico do município existem vinte produtores de linguiça de Maracaju cadastrados com produção anual de aproximadamente 240 toneladas. Hoje há uma grande concorrência na cidade entre alguns produtores.

c) Distribuição - os produtores vendem a produção diretamente no ponto de venda final: açougues, mercados e afins. O pouco da produção vendida a varejistas no próprio município é distribuído pelos produtores, na forma resfriada ou congelada e sempre no formato tradicional que é de espiral. Os contratos de comercialização são informais.

d) Varejo - os pontos de venda do produto diretamente são restaurantes, açougues e supermercados no município. Não há comércio fora do município pois existem apenas empresas com Serviço de Inspeção Municipal, que limite a comercialização ao município.

e) Ambiente Organizacional - é estruturado por entidades na área de influência da cadeia produtiva, como órgãos do governo, empresas de pesquisa, instituições de crédito, agências credenciadoras.

- Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento - MAPA: atua na articulação e fomento da Indicação Geográfica para o produto e na Coordenação do processo de adesão ao SISBI - Serviço de Inspeção de Produtos de Origem Animal que faz parte do SUASA - Sistema Unificado de Atenção a Sanidade Agropecuária. O MAPA padroniza e harmoniza os procedimentos de inspeção de produtos de origem animal para garantir a inocuidade e segurança alimentar.
- Organizações de assistência aos produtores: O SEBRAE contribui por meio de consultorias pontuais de Boas Práticas.
- Prefeitura Municipal: tem disponibilizado corpo técnico através da Secretária de Desenvolvimento Econômico para a estruturação desde a contratação de consultoria particular para o desenvolvimento do produto até a administração burocrática na cedência de profissional qualificado para o auxílio das ações gerenciais e administrativas da Associação.
- Pesquisa: Há uma grande lacuna ainda não explorada pelas instituições ligadas a pesquisa no ambiente organizacional. Universidades e empresas de pesquisa poderiam auxiliar na qualificação e descrição das características de produção e reprodução dos recursos locais.
- Associações de classe: A Associação de Produtores da Tradicional Linguça de Maracaju - APTRALMAR representa os interesses da coletividade dos produtores associados, viabilizando suas demandas. A associação, quando do depósito do pedido do registro no INPI, era formada por 8 produtores-fundadores e mais 12 produtores que entraram posterior a sua fundação. Ainda poderão ser sócios da APTRALMAR: Proprietários de empresas que exerçam atividades econômicas no país, ligadas a produção dos derivados de carne (açougues; frigoríficos; supermercados; mercados; casa de carnes; indústrias e distribuidores).

f) Ambiente Institucional - A lei municipal que criou o selo da “linguiça tradicional de Maracaju” tem caráter sanitário e contempla a produção e comercialização da linguiça tradicional de Maracaju. A Lei permite a aplicação das regras pelos pequenos produtores artesanais. Com o advento do projeto da Indicação Geográfica, os costumes e tradições da utilização de carnes de primeira, do uso dos recursos naturais locais como a laranja azeda e todo o ritual do fabrico da iguaria foram preservados com maior ênfase pelos produtores que fundaram a APTRALMAR, vislumbrando o acesso a novos mercados.

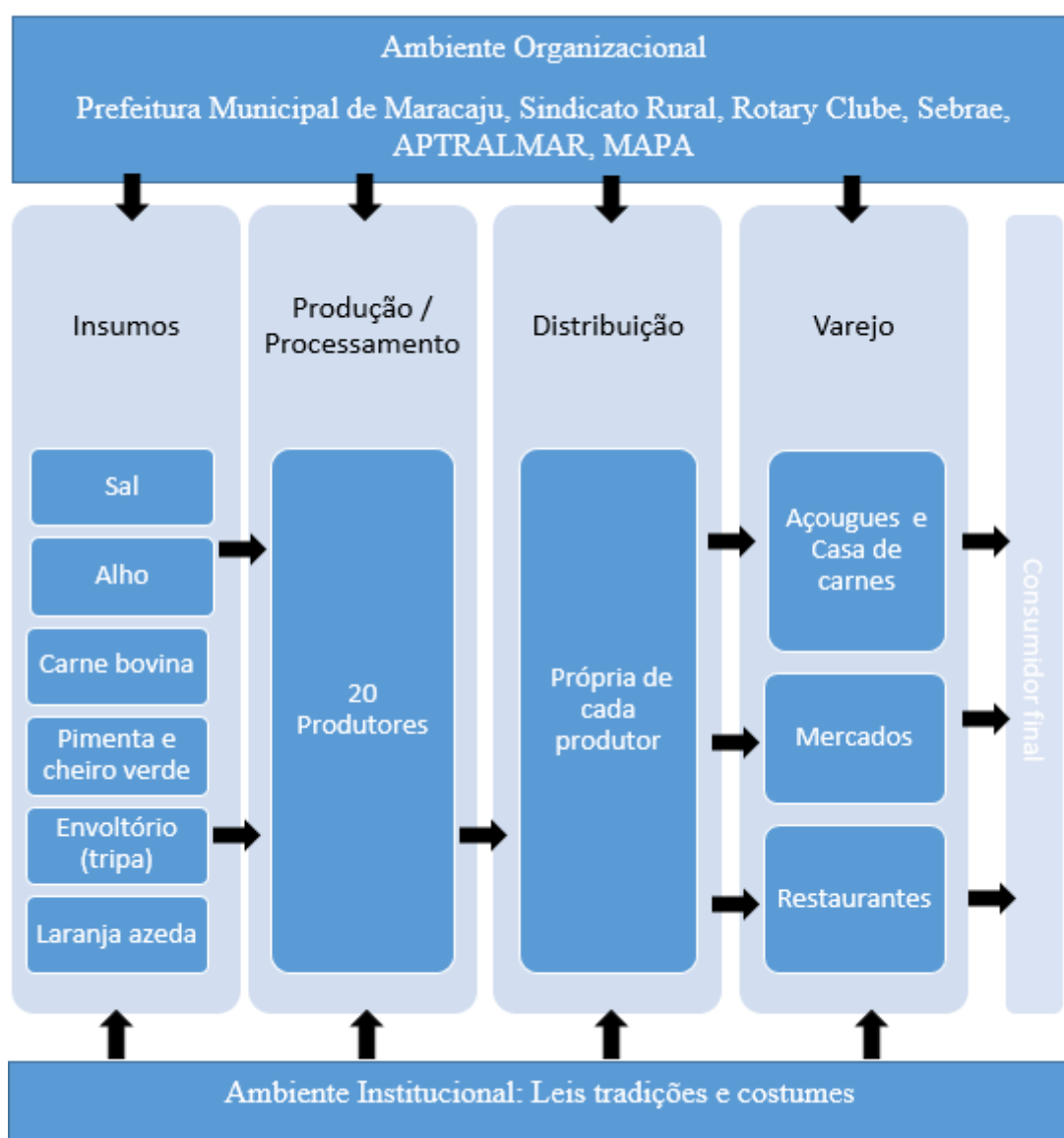


Figura 12 - Cadeia produtiva da linguiça de Maracaju

Fonte: Elaborado pelo autor.

Com a expansão da presença do produto no mercado será imperativo uma organização da cadeia produtiva para a gestão da IP. Os aspectos da coordenação da cadeia passam a ter maior importância conforme aumenta o acesso a novos mercados. Cada ação tecnicamente independente ao longo da cadeia deve ser executada por um agente especializado.

5.1.2 Relação entre atores

Apesar de muitos dos atores locais se conhecerem, o trabalho comercial era desenvolvido individualmente, embora os problemas enfrentados eram comuns a maioria. Conforme observado por Vilpoux (2014), a ocorrência de cooperação entre os produtores depende, em primeira instância, da existência de dependência entre eles. O autor acrescenta que a dependência entre atores significa a existência de uma receita líquida positiva da interação entre eles, considerando-se os ganhos econômicos e de outra natureza e os custos ligados a interação.

As relações verticais na cadeia da linguiça de Maracaju, como no caso da aquisição das matérias-primas carnes, envoltórios e sal, têm como mecanismo de coordenação o mercado spot, onde não há o compromisso de uma relação continuada. O mesmo tipo de arranjo institucional é utilizado nas transações com o consumidor final, hoje restrito ao mercado local.

Ao objetivar acesso a novos mercados para a linguiça de Maracaju, na condição de uma IP em um mercado de especialidades, a qualidade vinculada a origem torna-se um atributo valorizado. As relações verticais para o fornecimento de matéria prima e a negociação para grandes volumes do produto em maiores redes de distribuição tendem a tornarem-se mais exigentes, passando do mercado spot para arranjos contratuais formalizados. A adoção de um caderno de normas de produção e as necessidades de atender mercados mais exigentes reduz a liberdade dos produtores, que devem se coordenar melhor com seus fornecedores de um lado e com os clientes do outro. Novos arranjos devem aparecer, deixando um espaço cada vez menor para o mercado spot.

North (1990) afirma que as instituições são regras do jogo de uma sociedade que estabelece limites as interações humanas por meio de regras formais

(leis, direitos de propriedade, regulamentações) e informais (tradições e costumes), ao passo que as organizações fazem referência aos agentes. Conforme o autor, o papel das instituições é organizar o ambiente de negócio, reduzir as incertezas criando um ambiente favorável para a tomada de decisão.

De acordo com Vilpoux e Oliveira (2010) com a redução da incerteza, a partir do estabelecimento de um padrão de comportamento entre os atores, as instituições afetam os custos de transação e, em consequência, a própria produção.

Neste processo de relações verticais, no caso da obtenção do insumo carne a partir de uma relação individual de cada produtor com um frigorífico, o grau de liberdade é bastante limitado, pela pouca oferta de frigoríficos na região.

A APTRALMAR pode desenvolver ações coletivas na compra de insumos, gerando uma melhor condição de compra, diminuindo o poder de negociação dos frigoríficos. Além disto, as ações coletivas podem mitigar os riscos ao longo da cadeia e reduzir a assimetria de informações.

Arranjos horizontais (arranjos cooperativos) podem existir em diversos elos da cadeia produtiva (fornecedores, produtores, varejistas). No caso dos produtores a agregação em torno da APTRALMAR, formando uma rede de cooperação, poderia facilitar o enfrentamento da alta competitividade encontrada no mercado, constituindo uma alternativa para o acesso a mercados fora de Maracaju.

Em comum, os associados possuem baixo capital, mão de obra familiar, baixo investimento em tecnologia e estruturas e dificuldades de acesso a fontes de financiamento. Ao participar de um arranjo cooperativo há possibilidade deles atingirem melhores mercados do que atuando isoladamente, podendo promover ações e estratégias com ganhos de diversas naturezas. Entre estes ganhos podem ser identificados a maior legitimidade de representação, maior confiança, poder de barganha junto a fornecedores, diminuição de assimetrias de informações, aprendizado com formação de novo ambiente de diferenciação no mercado, acesso a recursos, maior segurança e estabilidade das atividades.

Quanto a IP, por se tratar de um processo coletivo e participativo, ao mesmo tempo em que é uma condição *“sine qua non”* para se obter o registro, a APTRALMAR é o agente principal dos produtores da linguiça, sendo responsável pelo sucesso da IP através da sua gestão. As reuniões anteriores ao depósito do pedido junto ao INPI reuniam um número maior de associados. Uma vez depositado o pedido, as reuniões têm atraído um menor número de associados. É possível

imaginar que esta redução se deu em função dos associados aguardarem o reconhecimento pelo INPI, para seguir os próximos passos de modo individual. Essa atitude pode ser considerada um grande erro, pois há muito que se fazer, desde a implantação do caderno de normas, o modelo de negócio e a estratégia de marketing. Outro fator é o oportunismo dos produtores na busca de seu próprio interesse.

Através da APTRALMAR foi desenvolvido todo o processo de identificação, qualificação e regras de caráter voluntário para a obtenção e utilização do produto.

5.1.3 Regras de organização da produção de linguiça

Diante da necessidade de detalhamento da descrição na forma de obtenção e fabrico da linguiça, foram estabelecidas regras comuns a serem praticadas com consenso e que levassem a reprodução das especificidades do produto. Desta maneira produziu-se o Regulamento da IP linguiça de Maracaju.

As informações fazem parte dos trabalhos que foram constituídos pelo Comitê Gestor e culminaram no processo proposto pela Associação dos Produtores da Tradicional Linguiça de Maracaju (APTRALMAR) para o reconhecimento da Indicação Geográfica da espécie Indicação de Procedência “Maracaju” produto linguiça (Figura 13). O mesmo foi depositado sob número BR402014000007-7 em 03/07/2014 junto ao INPI.



Figura 13 - Logo da IP MARACAJU para o produto Linguíça

Fonte: APTRALMAR (2014)

a) Área delimitada

Com base no levantamento histórico e cultural da Linguíça de Maracaju, e conforme a importância socioeconômica atual, avaliada pelos levantamentos nas unidades produtivas que lhe conferem a tipicidade e que comercializam este produto, foi observada que a comercialização da Tradicional Linguíça de Maracaju se dá por unidades produtoras restritas a área urbana no município de Maracaju.

Entretanto, ocorre a produção da tradicional Linguíça de Maracaju em algumas propriedades rurais nesta região, sem que haja neste momento a comercialização da mesma, mas com a mesma tradição e tipicidade que tornou o produto conhecido.

Desta maneira, definiu-se o mapa político administrativo do município de Maracaju no Mato Grosso do Sul (Mapa 4), nas áreas urbana e rural, determinando assim a exclusividade de uso do nome geográfico pelos produtores desta iguaria, inseridos na área delimitada da IG Maracaju para o produto Linguíça de Maracaju, desde que sigam o Regulamento de uso e se submetam as demais regras do Conselho Regulador.



Mapa 4 - Localização geográfica de Maracaju.

Fonte: Wikipédia (2014)

O documento final da área delimitada foi produzido pela Divisão de Política, Produção e Desenvolvimento Agropecuário da Superintendência Federal de Agricultura de Mato Grosso do Sul do Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento como parte do Instrumento Oficial em quinze de maio de 2014.

A área delimitada com o mapa político do município de Maracaju teve como referência o Relatório Final do Levantamento de Divisas Municipais de Maracaju, de setembro de 2013, produzido pela Agência de Desenvolvimento Agrário e Extensão Rural - AGRAER MS, juntamente com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE/MS. Também serviu de base para o documento final o Memorial Descritivo produzido pela Secretaria Municipal de Viação, Obras e Urbanismo da Prefeitura Municipal de Maracaju - MS (Mapa 5).

Isto significa que o padrão mínimo de qualidade, baseado nas legislações sanitárias, ambientais e trabalhistas vigentes, é obrigatório para todos os produtos e não constitui um fator de diferenciação. Ressalta-se a qualidade específica que deverá ser seguida pelos produtores que queiram fazer uso do produto com IG.

Das características dos animais como matéria prima para o produto final, admitem-se novilhas e machos castrados, proibindo-se animais de descarte. Não há distinção de raças, podendo ser animais puros ou de cruzamentos, com idade entre 18 e 36 meses e o manejo ter preceitos de bem-estar animal.

O processo de desossa só poderá ocorrer após a maturação de 24 horas em sala climatizada com temperatura de até 10°C. As carcaças e ou cortes devem ter a sua guarda em câmaras frias com temperatura controlada não superior a 7°C. As Boas Práticas e o bem-estar animal, controlados pelos produtores com fiscalização do Conselho Regulador, devem estar presentes em todas as fases da produção.

- Da elaboração

Como especificidade só poderão ser utilizados os cortes resfriados, nunca congelados: contrafilé, filé mignon, picanha, coxão mole, alcatra.

O teor de gordura, deve estar entre 15 e 25% da massa total. O embutimento pode ser feito em tripas naturais salgadas lavadas, de bovino ou suíno.

Os temperos usados no produto são o sal, que pode variar de 1,5 a 2,0% do volume da massa, o alho e o suco de laranja azeda da terra (Figura 14). São temperos facultativos, a salsa, a cebolinha, as pimentas dedo de moça ou bodinha.

Para a avaliação do processo, é previsto que o estabelecimento credenciado pelo Conselho Regulador seja avaliado anualmente por um dos membros deste conselho através de uma lista de checagem de aspectos gerais de instalações e das boas Práticas de Fabricação. Já para a avaliação do produto deverá ocorrer uma verificação microbiológica bimensal.



Figura 14 - Laranja azeda.

Fonte: Elaborado pelo autor.

c) Características do produto

Nome do produto: Linguiça de carne bovina res, com classificação variável frescal de acordo com a tecnologia de fabricação, conforme Regulamento Técnico de Identidade e Qualidade de Linguiça (MAPA, 2000).

Produto: a base de carne bovina;

Descrição: cortes de carnes bovinas com gordura, embutidos em tripas de bovinos ou suínos, preparados com carnes procedentes de animais que cumpram os requisitos estabelecidos no regulamento de produção e adicionados de ingredientes naturais aromáticos;

Formato: espiral (Figuras 15)

Peso: variação de 0,9 a 1,2 Kg;

Dimensões: espiral com espessura de 3,2 a 3,5 cm.

Ainda fazem parte deste Regulamento de uso, capítulos que tratam de: rotulagem, conselho regulador, dos direitos e obrigações, das infrações, penalidades e procedimentos dos produtores inscritos e as generalidades.



Figura 15 - O formato espiral característico da linguiça de Maracaju.

Fonte: Elaborado pelo autor

Ao descrever com clareza as especificidades e o saber fazer, conforme o caderno de normas proposto pela coletividade, explicando a origem e as características geográficas para a obtenção da linguiça de Maracaju, bem como a obrigação de submeter a produção a controles por um conselho regulador, é mostrado aos consumidores um produto com credibilidade, legitimidade e que oferece garantias diferentes de outros produtos cárneos.

5.2 Características necessárias para a implantação de uma IG na modalidade de Indicação de Procedência

A identificação de um produto com reputação estabelecida e de recursos locais suficientes para a produção são indispensáveis para o estabelecimento de uma IP. A existência de uma coletividade legítima do território para organizar essa IP é outra das exigências iniciais.

5.2.1 Presença de reputação / notoriedade

Dentre os fundamentos que norteiam a solicitação do reconhecimento da IP, conforme legislação vigente no artigo 177 da Lei da Propriedade Industrial 9279/96, um dos principais é a existência de um nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que tenha se tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço. No artigo 8º da Instrução Normativa nº 25/2013, para solicitação de IP, são necessários documentos que comprovem ter o nome geográfico se tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação do produto ou de prestação de serviço.

O levantamento histórico e cultural do projeto da IP linguiça de Maracaju, para os associados e todos os envolvidos, correspondeu a um momento de aprendizagem, com a aproximação da relação entre os associados e uma visão coletiva do processo ligado a tradição dos colonizadores da Serra de Maracaju. Através de documentos, fotos e relatos por parte dos mais antigos moradores da região foi possível descrever a história do produto que surgiu da necessidade da conservação da carne bovina e utilizou-se do saber fazer das pessoas do local, que souberam identificar os recursos naturais locais como a laranja azeda.

A identificação do produto e dos recursos locais contribuiu para a implantação de um processo produtivo sustentável. No entanto, a valorização destes recursos pode prejudicar a sustentabilidade dos recursos locais, comprometendo o patrimônio cultural e natural, assim como as tradições da população local.

O reconhecimento pelos consumidores extrapolou o mercado regional. Hoje, a festa da linguiça de Maracaju faz parte do calendário de festas gastronômicas do Estado de Mato Grosso do Sul, sendo considerada a maior do estado. Oliveira (2013) comenta que a festa, da mesma maneira que a linguiça, passou a ser reconhecida nacionalmente em 2000, com ampla divulgação dos meios de comunicação, inclusive com cobertura total do evento pela Rede Globo. A notoriedade do produto pode ser percebida pela própria usurpação do nome linguiça de Maracaju em outros estados do Brasil.

O resgate cultural e o levantamento da notoriedade do produto resultaram no livro: *Cultivando a Tradição Através da Gastronomia Maracajuense: Linguiça de*

Maracaju, de Nayara Osmar de Oliveira em 2013, e que faz parte da documentação entregue ao INPI.

5.2.2 A coletividade representada pela APTRALMAR

Em 2009, após um trabalho de prospecção realizado pelo Serviço de Política e Desenvolvimento Agropecuário da Superintendência Federal de Mato Grosso do Sul (SEPDAG/SFA/MS), hoje denominado Divisão de Política Desenvolvimento Agropecuário - DPDAG, e em congruência com a política do MAPA de fortalecimento dos produtos e de seus territórios de origem, foi proposto para alguns produtores e para o poder executivo local uma reunião para sensibilização e apresentação do conceito de Indicação Geográfica. Essa reunião serviu para motivação e mobilização dos atores locais.

Na prospecção observou-se que o município tinha um produto típico e com notoriedade regional muito forte. Aproveitando dessa notoriedade, o produto era vendido em outras regiões usando o nome de Maracaju. Permanecia a dúvida se esse nome era usado como uma referência de qualidade ou uma usurpação. Até os produtos vendidos na cidade eram muito diferentes uns dos outros. Em relação a matéria prima, alguns produtores respeitavam a tradição, com os pedaços corretos do bovino, mas outros utilizavam restos e aparas de açougue, ocasionando produtos de diferentes qualidades. Até a apresentação variava, com produtos em forma de ferradura, antagônica ao espiral que é a forma tradicional.

Existia um risco real de perder o conhecimento tradicional, com a modificação desta tradição ligada ao território e as pessoas. Desta maneira, em uma ação coordenada pela SFA/MS MAPA, no dia 24 de março 2009, na câmara municipal de Maracaju, foi feita a primeira reunião, com apresentação da ferramenta da Indicação Geográfica para a cidade de Maracaju, especificamente para o produto linguíça. Estiveram presentes produtores, comerciantes, agentes públicos e a comunidade em geral.

As possibilidades que o projeto poderia trazer foram prontamente absorvidas por alguns produtores da linguíça e pela Prefeitura Municipal. Assim, foram realizadas com o MAPA nove reuniões, ao longo de 2009, para tratar exclusivamente do Projeto Indicação Geográfica Maracaju para o produto Linguíça.

Como os produtores não estavam organizados em torno de uma coletividade, foi fundada em 12 de junho de 2009, na cidade de Maracaju, a Associação dos Produtores da Tradicional Linguíça de Maracaju, a APTRALMAR (Figura 16). A associação é uma sociedade civil sem fins lucrativos, com sede e foro na cidade de Maracaju, Estado de Mato Grosso do Sul, e com personalidade jurídica distinta de seus associados.



Figura 16 - Logotipo da APTRALMAR

Fonte: APTRALMAR (2014)

A partir da criação da APTRALMAR existia um agrupamento de produtores que já tinha identificado os recursos locais específicos para a produção da linguíça ao longo dos anos. Naquele momento era necessário um esforço coletivo para o desenvolvimento do processo de definição das regras de produção, de seus controles, monitoramento e preservação do produto para a obtenção do reconhecimento perante o INPI da IP Maracaju para o produto Linguíça.

As finalidades da associação estão definidas no artigo 3º do estatuto social:

A APTRALMAR tem por finalidade a prestação de quaisquer serviços que possam contribuir para o fomento e racionalização das atividades econômicas, sociais e culturais de seus associados, com o direito de orientar na produção, certificação e colocar “Proteção da Origem” à Indicação Geográfica da tradicional linguíça de Maracaju e quaisquer outros produtos que vierem a ser produzidos e tudo mais que possa caracterizar prestação de serviços e interesses dos associados.

A APTRALMAR deve divulgar e promover Maracaju e o Mato Grosso do Sul em todos os sentidos; elaborar processos junto ao INPI e ao MAPA, para

certificação da qualidade da Tradicional Linguíça de Maracaju, representando seus produtores como proprietários intelectuais do mesmo, usando a preservação e proteção do IG, marca de certificação ou mesmo marca coletiva. Com o objetivo de penetrar em novos mercados também contempla no estatuto a possibilidade de exportação da tradicional linguíça de Maracaju.

Neste estatuto está prevista a associação de qualquer pessoa física e jurídica que tenha atividade de produção da tradicional Linguíça de Maracaju, comercio de carne ou toda atividade correlata aos objetivos da Associação, existindo dois tipos de associados:

- a) Associados Produtores: Aqueles associados que possuam atividades na produção da Tradicional Linguíça de Maracaju dentro da região delimitada;
- b) Associados Setoriais: Todas as pessoas físicas ou jurídicas que tenham afinidade com o objeto da Associação, não enquadradas na classificação anterior e paguem mensalmente valor fixado pelo Conselho Deliberativo.

Fica o uso restrito da Indicação Geográfica a modalidade de produtor, que quando autorizado pelo Conselho Regulador para utilização em seus produtos da Indicação Geográfica deverá de acordo com o artigo 9º em seu parágrafo 2º:

- a) Zelar pela imagem da Indicação Geográfica “Linguíça de Maracaju”;
- b) Prestar as informações cadastrais previstas no Regulamento de Indicação, e;
- c) Adotar as medidas normativas do Regulamento de Indicação além daquelas necessárias ao controle da produção por parte do Conselho Regulador.

De acordo com a última revisão do Estatuto, versa no seu artigo 46:

O Conselho Regulador será constituído de 09 (nove) membros, eleitos por uma Assembleia Geral, pelo prazo de 02 (dois) anos, podendo fazer parte de sua composição membros da sociedade e poder público, eleitos pela Assembleia Geral da APTRALMAR. Parágrafo 1º - Seus membros poderão ser substituídos:

- a) Por pedido do Próprio Conselheiro;
- b) Por descumprimento do Estatuto;

Parágrafo 2º - A composição do Conselho Regulador respeitará os seguintes segmentos:

- a) 05 (cinco) Produtores Natos da Tradicional Linguíça de Maracaju, sócio;
- b) 01 (um) Nutricionista;
- c) 01 (um) Veterinário;
- d) 01 (um) Representante da Vigilância Sanitária Municipal;
- e) 01 (um) Representante da ASSEMA - Associação Empresarial de Maracaju.

Ainda, é de competência do Conselho Regulador a gestão, a manutenção e a preservação da Indicação Geográfica regulamentada, orientando e controlando a

produção, elaboração e a qualidade dos produtos da “Linguiça Tradicional de Maracaju”. Entre outras finalidades, o Conselho deve zelar pelo produto com IG no mercado nacional e internacional, orientando o Conselho Deliberativo, além de propor melhorias ao Regulamento de Uso do produto.

O Conselho Deliberativo, uma vez instituído, será composto por 7 membros e entre suas competências está a de decidir sobre casos não previstos no Estatuto.

Entre as incertezas dos produtores, havia a dúvida quanto ao local apropriado para a produção do comércio interestadual e o modelo de gestão da produção em local compartilhado.

O produto precisa de um status sanitário além do registro no Serviço de Inspeção Municipal (SIM), pois este sistema, conforme legislação, só respalda o comércio municipal de produtos de origem animal. Diante da expectativa do agrupamento ter acesso a mercados além dos limites municipais e estadual de Mato Grosso do Sul, neste primeiro momento, e com o apoio do Poder Público Municipal, foi adotado a estratégia de buscar a equivalência do Serviço de Inspeção Municipal de Maracaju (SIMM) com as regras do Sistema Brasileiro de Inspeção de produtos de Origem Animal (SISBI), conforme Decreto Presidencial nº 5.741/2006 (BRASIL, 2006). Com o SISBI, os estabelecimentos registrados no SIMM de Maracaju teriam a prerrogativa de comercialização intermunicipal e interestadual de produtos de origem animal. Para que isto aconteça é necessário que o município faça a adesão ao SISBI do seguimento carne, através de processo documental e auditorias. Outras alternativas seriam os produtores atender aos requisitos do Serviço de Inspeção Estadual (SIE), para o comércio estadual; ou atender as exigências do Serviço de Inspeção Federal (SIF).

O município já pleiteou a adesão ao SISBI e o processo está em andamento. Uma primeira auditoria orientativa foi feita para um frigorífico e para o Entrepasto de Carne onde será processada a Linguiça de Maracaju. Ambos os estabelecimentos são registrados no SIMM. Somente o Entrepasto deverá estar habilitado para comércio interestadual, pois os associados da APTRALMAR concordaram, com a anuência do proprietário do Entrepasto, que é associado produtor, que este será utilizado como local da produção inicial de todos os produtores associados da APTRALMAR para o produto Linguiça Indicação de

Procedência Maracaju. A empresa foi construída recentemente e tem capacidade instalada de 2.000 Kg/dia.

A produção inicial da linguiça de Maracaju rotulada como IP deverá ser realizada por funcionários treinados pela associação sob a supervisão de cada produtor responsável pela sua marca, ou pelos funcionários registrados e treinados pelo entreposto sob a supervisão de cada produtor, devendo os mesmos serem responsáveis pelo atendimento do Regulamento de Uso. A comercialização poderá ser feita individualmente por cada produtor ou coletivamente.

Há também a intenção de construir a Casa da Linguiça de Maracaju, local da Associação para fabrico do produto, preservação, exposição da história, da origem e da tradição do povo local, com manifestações de arte e cultura.

Um enfrentamento que deve ocorrer é relacionado a existência de um registro em vigor da marca Maracaju, para produtos cárneos. O detentor da marca produz uma Linguiça nominada de Maracaju e mantém um restaurante típico regional em Campo Grande /MS com o mesmo nome. Ao mesmo tempo em que divulga a tradição do produto e do município, usa o produto como referência de falsa procedência. Diante deste fato, a Superintendência Federal de Agricultura de Mato Grosso do Sul mediu uma reunião entre representantes da APTRALMAR e a Prefeitura Municipal de Maracaju de um lado, e o representante legal da marca Maracaju do outro, onde foi explicado o projeto de Indicação Geográfica que estava em andamento e o possível litígio entre Indicação Geográfica e Marca. Nesta reunião houve o entendimento de que as duas partes poderiam chegar a um acordo, e que a partir dali haveria uma negociação direta entre as partes. Infelizmente as conversas não evoluíram, sem, contudo fecharem-se as portas para um acordo futuro.

Havia a possibilidade de fazer-se uma consulta formal ao INPI pela procuradoria do município de Maracaju a respeito da controvérsia. Mas, diante da falta de definição das leis e normativas brasileiras, o agrupamento resolveu dar andamento ao dossiê, protocolar o pedido no INPI e esperar a definição por parte da instituição.

5.3 Implantação de uma Indicação Geográfica (IG)

Com uma identidade cultural diversificada com grande miscigenação, uma enorme riqueza de recursos naturais e grande biodiversidade, com espécies endêmicas, o Brasil, assim como o Centro-Oeste, tem um terreno fértil para desenvolvimento da Indicação Geográfica.

O sucesso da implantação de uma Indicação Geográfica esta alicerçada na sinergia das políticas públicas pelos entes governamentais (setor público) e no empoderamento das ações do território pelos atores locais (setor privado).

5.3. 1 Políticas Públicas de incentivo a IG

As Políticas Públicas de incentivo as IGs devem desempenhar o papel de estabelecer um ambiente institucional nas diferentes etapas do projeto, com base nas características e potencialidades de cada território, promovendo seu capital social com inclusão dos agentes locais, a utilização racional dos recursos naturais locais e atraindo recursos exógenos, garantindo além da proteção, efetivos instrumentos de desenvolvimento rural/local.

5.3.1.1 Aspectos gerais

Sendo um tema relativamente recente e emergente no Brasil, apesar de seus avanços, necessita de políticas públicas coordenadas, com atuações uniformes e congruentes das instituições que participam desta construção, cada qual colaborando com sua competência regimental, com uma regulação harmônica em relação ao marco internacional (ADPIC) e a países com melhor retorno de resultados com esta ferramenta (União Europeia).

Com base no ADPIC de 1995, países utilizaram-se de vários instrumentos passíveis de políticas públicas de proteção da IG, desde leis nacionais sobre práticas comerciais relativas a repressão da concorrência desleal ou a proteção dos consumidores, até regulamentos específicos para seu registro. Como membro da OMC, o Brasil teve a obrigação de reconhecer e proteger as IGs como direito de propriedade intelectual. Para isto desenvolveu seus próprios marcos jurídicos.

Oferecer políticas públicas de proteção como direito de propriedade intelectual aos produtos IG, requer mais do que o estabelecimento das regras do

jogo. Também devem ser garantidos a participação de todos os atores locais na gestão e o desenvolvimento do sistema IG no local.

O interesse jurídico das IGs por atores locais vai além do uso indevido dos nomes geográficos. Há também interesse no reconhecimento oficial, uma vez que sinaliza garantia de qualidade aos consumidores ao mesmo tempo em que reforça o produto com o orgulho e a identidade local (FAO, 2010).

Uma IG bem implantada deve ter uma sustentabilidade econômica, com políticas de desenvolvimento que garantam procedimentos de registro transparentes, definindo claramente as condições a serem respeitadas, com regras eficientes para a gestão e controle coletivo da cadeia de valor da IG, bem como um ambiente institucional que garanta este desenvolvimento positivo.

Quanto a relevância dos aspectos econômicos, sociais e muitas vezes ambientais, as políticas públicas podem auxiliar para o bom aproveitamento destas potencialidades na valorização e constituição das IGs.

Segundo a FAO (2010), os agentes públicos dispõem em diversos níveis, de variados instrumentos políticos, mesmo que não específicos para produtos IG. Muitas vezes um problema imediato da cadeia de valor pode ser solucionado por uma ação de política pública anterior aos protocolos necessários para uma IG. Um exemplo pode ser dado com a cadeia de valor da melancia de Eldorado/MS, potencial produto para o uso de signos distintivos, IG ou, marca coletiva, em que as necessidades de financiamento e securitização do plantio eram mais urgentes do que a proteção e promoção de uma marca de uso coletivo. Por meio da demanda de financiamento por parte dos produtores em reuniões de organização da produção, foi possível chegar ao Zoneamento Ecológico-Econômico que viabilizou o financiamento e a securitização da cultura.

É também possível tomar por base as conquistas da França ao garantir desenvolvimento rural com alimentos autênticos, baseados na tradição e no saber fazer em seus territórios através do *terroir*. As políticas agrícolas devem assegurar diversidade e qualidade na oferta de alimentos, aliadas a um desenvolvimento sustentável dos territórios com responsabilidades compartilhadas (EDELLI, 2013). Muito desta conquista foi obtida pela Política Agrícola Comum (PAC), criada na França em 1962, que se modernizou e adaptou-se a necessidade de acompanhar as exigências do mercado e dos produtores (GADE, 2004). Dentro do princípio patrimonial, os produtores se preocupam com a proteção de paisagens rurais, das

comidas tradicionais, dos produtos e de outros elementos relativos a identificação nacional e patrimônio regional. Eles obtêm sucesso neste modelo de pluralidades pela comercialização de produtos agroalimentares, através do turismo rural, atividades culturais e a criação de novas empresas, abrindo espaço para as regulamentações que colocam em evidência os Signos de Identificação de Qualidade de Origem (SIQO) (UE, 2012).

Na França as IGs são importantes do ponto de vista social, para fixar o homem no campo e manter a organização e conservação do território.

Nesta estrutura, de acordo com Gade (2004), na França o INAO tem um papel bem definido dentro da Política das IGs ao desempenhar um papel importante na valorização dos produtos de *terroir*, na implementação de um marco institucional que permite reconhecimento, proteção e apoio aos atores locais, nas diferentes etapas do projeto, antes e quando do reconhecimento da IG e ao longo de sua existência. O INAO participa do desenvolvimento e da delimitação das zonas de produção com orçamento oriundo do Ministério da Agricultura (cerca de 70 %) e por direitos sobre produtos e royalties (INAO, 2014; EDELLI, 2013).

O Instituto trabalha em parcerias com indústrias (Federações, Associações), serviços centrais e/ou descentralizados do Estado, profissionais (através de agrupamentos, organismos de controle), coletividades territoriais (comunas, conselhos gerais e regionais), câmaras setoriais (câmara de agricultura, câmara de comércio), escritórios de turismo, adidos de agricultura nas embaixadas (atividade internacional), instituições escolares e universitárias, escritórios de turismo entre outros (EDELLI, 2013).

Mediante os avanços obtidos na França, o Brasil firmou protocolos de Cooperação para aprofundar e estender as relações bilaterais no tema das IGs e setores a elas relacionados com o intuito de avançar em suas políticas públicas para o setor rural.

Além das políticas de proteção da propriedade intelectual, de promover o desenvolvimento rural e a sustentabilidade das cadeias produtivas de produtos com qualidade vinculada a sua origem geográfica, o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento - MAPA, atua efetivamente no desenvolvimento das IGs no Brasil através da Coordenação de Incentivo à Indicação Geográfica de Produtos Agropecuários – CIG, e das Divisões de Política, Produção e Desenvolvimento Agropecuário - DPDAG nos estados. As políticas públicas desenvolvidas pelo MAPA

podem ser iniciadas na disponibilização das informações, sensibilização dos interessados e as possibilidades de desenvolvimento local/rural, colaborando na realização de estudos complementares, na elaboração de normas e condições com enfoque de sustentabilidade, prestando auxílio nas informações sobre os procedimentos para o reconhecimento do registro de IG pelo INPI.

Prestando apoio na evolução sustentável das regras e especificações das IGs, o MAPA pode celebrar convênios para incrementar as cadeias produtivas agropecuárias com potencial de IG, acompanhar e monitorar os produtos agropecuários já certificados. O objetivo do MAPA é a ampliação do rol de produtos protegidos por IG no Brasil e em outros mercados de interesse, com o consequente aumento da renda e do emprego nas cadeias de produção envolvidas, nas comunidades locais organizadas. Ele busca também a defesa dos interesses do agronegócio diante das imposições do mercado internacional. O MAPA participa diretamente das políticas de incentivo ao uso dos Signos Distintivos, Indicações Geográficas e Marcas Coletivas (MAPA, 2013).

Outro organismo com participação, O SEBRAE, através de consultorias, atua na capacitação e na organização da gestão de projetos de IGs e na promoção de produtos registrados com IG. Também tem facilitado a disponibilidade de recursos financeiros para estruturação, organização e gestão de projetos de IG através de editais.

O INPI, autarquia federal vinculada ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior - MDIC, é responsável pela análise e deliberação sobre os registros de IGs e participa de atividades articuladas com órgãos parceiros, empresas privadas e outras entidades, promovendo a divulgação nos sistemas de proteção da propriedade intelectual (INPI, 2015).

A EMBRAPA desenvolve um trabalho de apoio ao reconhecimento, fomento e organização das IGs no Brasil (MASCARENHAS e WILKINSON, 2013). A EMBRAPA PANTANAL foi de fundamental importância na transferência de tecnologia e caracterização da IP Pantanal para o produto mel.

Os agentes públicos a nível nacional devem garantir o marco regulatório adequado do ponto de vista jurídico e econômico, ao passo que os agentes públicos regionais e locais, dada a proximidade com a cadeia de valor, devem assegurar uma representação equilibrada dos atores nas IGs, regular o processo de definição da IG e mediar possíveis conflitos internos do agrupamento. Eles devem também orientar

quanto a sustentabilidade dos recursos locais específicos e do meio ambiente, prestar apoio ao funcionamento das IGs por medidas de fomento para potencializar o desenvolvimento do produto IG nos mercados.

Para a FAO (2010), as instituições públicas que intervêm no setor agroalimentar são fundamentais do ponto de vista funcional. Outras instituições relacionadas com a propriedade intelectual, o turismo, a cultura, a educação e a indústria devem estar envolvidas e formular políticas para as suas respectivas áreas.

No Brasil, não existe uma política pública única para os produtos IGs. Os resultados positivos de uma boa política serão manifestos em função da coordenação dos diversos atores e dos diferentes instrumentos políticos respeitando o local.

O conceito da Indicação Geográfica precisa ser melhor promovido para chegar ao público através de uma forte publicidade feita pelo estado, pois há falta de conhecimento deste sistema pelos brasileiros. Esta obrigação é dos órgãos do estado com compromisso institucional do desenvolvimento sustentável e da proteção intelectual. Apesar das diferenças, pode-se fazer uma analogia ao produto orgânico, que algumas décadas atrás era movido por grupos ecológicos e militantes e não tinha inserção mercadológica, e hoje é reconhecido pela população com uma política pública de apoio e forte promoção condizentes com sua importância. A indicação geográfica pode observar os avanços que o produto orgânico trilhou no Brasil, movido pelos mesmos apelos de consumo consciente e saudável, para sedimentar sua fatia do mercado.

Outra ação que pode trazer uma maior capilaridade na identificação com o sistema IG pela sociedade consumidora, é a adoção de um selo único para os produtos com esta característica, a exemplo da União Europeia, que identifica seus congêneres com o mesmo formato e cores que variam conforme a espécie de IG, e não cada região protegida ter o seu selo identificador, o que dificulta o reconhecimento do sistema pelos consumidores.

A proteção do produto e não do nome do local, conforme adotado na União Europeia parece mais lógica. É possível imaginar um problema futuro no Centro-Oeste: a região do Pantanal recentemente recebeu o registro de Indicação de Procedência para o produto mel. No entanto, existe uma gama de produtos potenciais dentro do bioma onde já existem estudos para o desenvolvimento dos signos distintivos, sejam eles Indicação Geográfica ou Marca Coletiva. Pantanal para

IG foi concedido ao Conselho das Cooperativas, Associações, Entrepósitos e Empresas de Afins a Apicultura do Pantanal do Brasil – CONFENAL. Como outros produtores de carne, de queijo, de produtos da biodiversidade da região se inserem neste registro uma vez que o produto é mel? A legislação ainda não prevê tal caso.

Outro ponto dissonante é a ausência de um processo de certificação. Existem protocolos de produção, mas não há controle dos cadernos de normas, dos cadernos de especificações, sejam eles aferidos por autoridades públicas ou organismos de controle de terceira parte. Na ausência de um plano de verificação é a credibilidade de todo um sistema que falha em trazer sua confiança ao consumidor. O marco regulatório deve ser constantemente aprimorado, ser regular e estável.

Segundo a FAO (2010), em alguns casos os agentes públicos podem intervir diretamente na implementação da IG, participando juntamente com os produtores nas regras e no controle das IGs, entretanto, sem substituir as funções privadas próprias dos atores econômicos.

5.3.1.2 Políticas públicas na implantação da IG da linguça de Maracaju

Em dezembro de 1994, o Decreto Nº. 1.335 buscou internalizar de maneira harmônica o Acordo sobre os Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual relacionados com o comércio, incorporando os Resultados da Rodada Uruguai Comerciais Multilaterais do *GATT*¹³ – *General Agreement on Tariffs and Trade*, ou seja, Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio, que faz menção ao uso dos signos distintivos.

Os requisitos necessários para as condições do registro das IGs estão contemplados na Lei Federal 9.279/1996, que regula direitos e obrigações relativos a propriedade industrial, que trata de Indicações Geográficas do art.176 ao 182.

São observadas as diferentes definições e nomenclaturas que os países adotaram para as Indicações Geográficas, IG e DO no caso do Brasil, gerando certa

¹³ O GATT foi um órgão criado a fim de harmonizar a política aduaneira entre os países.

confusão quando comparado aos sistemas internacionais mais consolidados como no caso dos produtos da União Europeia.

Com a finalidade de executar as normas que regulam a Propriedade Industrial, o INPI estabeleceu a Resolução 75/2000, com as condições para o registro das Indicações Geográficas, que foi substituída pela Instrução Normativa n. 25/2013.

Em 2009, tendo por base um estudo de prospecção para produtos com potencialidade no MS, onde foram coletados dados e informações por Fiscais Federais Agropecuários do então Serviço de Política e Desenvolvimento Agropecuário – SEPDAg da Superintendência Federal de Agricultura – SFA, do estado de Mato Grosso do Sul, conduzido de acordo com a política do MAPA de desenvolvimento sustentável, via agregação de valor aos produtos agropecuários, foi realizada uma ação de divulgação, esclarecimento e orientação quanto ao uso dos signos distintivos junto aos produtores da linguiça de Maracaju. Além dos produtores participaram, membros do executivo e legislativo municipal, professores da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, membros do Rotary e população de Maracaju em geral.

Esta ação do MAPA tem origem no Plano Plurianual (PPA), instrumento destinado a organizar e viabilizar a ação pública, com vista a cumprir os fundamentos e os objetivos da República, onde é declarado o conjunto das políticas públicas do governo para um período de quatro anos e os caminhos trilhados para viabilizar as metas previstas. No PPA, o objetivo 0969 preconiza o fomento a inovação na agropecuária, com ênfase na disseminação da cultura de propriedade intelectual, da Indicação Geográfica e das marcas coletivas, visando atender às necessidades do pequeno e médio produtor e a competitividade e agregação de valor aos processos, produtos, sistemas e serviços agropecuários.

Com base em uma metodologia da Coordenação de IG do MAPA, que ainda não estava sedimentada no momento da fase final de construção do dossiê em Maracaju, mas que está sendo construída desde 2010, buscou-se sensibilizar, motivar e mobilizar os atores e instituições de apoio, nivelando o conhecimento sobre o tema com suas implicações positivas e negativas.

Embora esta metodologia busque estimular a coletividade e a própria formação da Associação, com o objetivo comum da busca pelo reconhecimento da Indicação Geográfica para o produto linguiça de Maracaju, pode não ser suficiente

para fortalecer a visão compartilhada de todo o grupo e permitir a consolidação da IG. Desta maneira é demonstrada a necessidade de políticas públicas mais fortes, voltadas ao Associativismo e Cooperativismo nos territórios.

O município tem apoiado o projeto em várias frentes, diretamente com a consolidação da APTRALMAR, através da cessão de assessoramento administrativo e o empenho das ações da Secretaria de Desenvolvimento Econômico do município.

Em 2004 foi criada a Lei Nº 1.379/2004, que dispõe sobre a criação do Selo da “Linguixa Tradicional de Maracaju”, lei municipal destinada a atender os produtores na adequação da legislação sanitária municipal, com foco na higiene e inspeção sanitária, boas práticas de fabricação, análise laboratorial do produto, e identificação através do selo municipal proposto, mitigando a produção informal da linguixa.

Esta lei, anterior ao início do projeto da IG, permitiu o controle sobre a inocuidade do produto comercializado nas divisas do município, haja vista que os preceitos de saúde pública são atingidos satisfatoriamente nesta cadeia de valor, trazendo o conhecimento e as condições necessárias para o fabrico e obtenção de alimentos pelos produtores.

O apoio do município no processo de implantação da IG foi fundamental para o fortalecimento da cadeia de valor da linguixa de Maracaju. Ele deu sustentação ao projeto em suas diretrizes e permitiu a adequação ao ambiente institucional local. O apoio do município foi desde a adequação da regulamentação para as questões higiênicas-sanitárias até a disponibilização de recursos financeiros e humanos, com programas de capacitação, de manipulação e de higiene dos alimentos. Desta maneira, a administração municipal sinalizou o entendimento da sinergia de promoção entre o produto e o município de Maracaju, ao mesmo tempo em que valorizou o capital social e seus recursos locais.

Atualmente, regulamentado pelo Decreto nº 5.741, de 30 de março de 2006, o Sistema Brasileiro de Inspeção de Produtos de Origem Animal (SISBI-POA), que faz parte do Sistema Unificado de Atenção a Sanidade Agropecuária (SUASA), prevê a padronização e harmonização dos procedimentos de inspeção de produtos de origem animal de produtos com Serviço de Inspeção Municipal ou Estadual para comercialização em todo o território brasileiro. Para haver esta equivalência é necessário que Estados, o Distrito Federal e os Municípios comprovem que têm

condições de avaliar a qualidade e a inocuidade dos produtos de origem animal com a mesma eficiência que o Ministério da Agricultura.

Diferentemente das regiões sul, sudeste e nordeste do Brasil em que diversas universidades têm dado suporte aos projetos de IG, as universidades do Centro-Oeste ainda não foram sensibilizadas sobre a importância em apoiar esta ferramenta de desenvolvimento rural/local. De maneira pontual o curso de Engenharia de Alimentos da Universidade da Grande Dourados vem dando suporte aos produtores da linguiça de Maracaju em análises físico-químicas, microbiológicas, de caracterização e desenvolvimento do produto final.

Uma vez sinalizado ao mercado que a linguiça de Maracaju tem sua qualidade vinculada a origem, pelo fato de ser um produto com Indicação Geográfica, é necessária a busca da equivalência sanitária para o trânsito do produto no mercado nacional, o que permitirá o acesso a novos mercados.

A obtenção da proteção do nome Maracaju para a linguiça pode ser reconhecida pelo INPI, com maior garantia contra as falsas indicações de procedência, mas é necessário ver o tratamento que o Instituto dará para a marca homônima para o mesmo produto, produzido fora da área delimitada conforme os preceitos do próprio INPI.

É notada a falta de crédito específico para o apoio as iniciativas da Indicação Geográfica no território, bem como políticas públicas com os preceitos do associativismo e cooperativismo nesta região. Ao mesmo tempo há de se dar ênfase nas ações públicas para o desenvolvimento rural e local sustentável.

5.3.2 Coletividade na implantação da IG da linguiça de Maracaju

Com o objetivo de permitir o sucesso da implementação da IG em Maracaju, existe a necessidade dos produtores atuarem coletivamente no suporte organizacional, influenciando as instituições em favor de seus interesses, abrindo demandas para superar os gargalos existentes na cadeia de valor, além de acionar os dispositivos que lhes dê a garantia institucional. Fortalecer as estruturas organizacionais com níveis de governança mais eficientes tende a diminuir custos de transação, ao mesmo tempo em que gera confiança, estabilidade e, dentro do grupo, melhora as condições da cadeia de valor.

É imprescindível que haja uma associação na origem da área delimitada para o produto IG não apenas pela imposição da legislação vigente, mas pela sua própria sustentabilidade a longo prazo. O sucesso da IG em grande parte deriva do processo coletivo e participativo praticado dentro do projeto. Quando os atores são protagonistas da ação no território, compartilhando objetivos e interesses, a confiança aumenta e as ações de coordenação ganham maior coesão e legitimidade na implantação e gestão da IG.

Hoje, a APTRALMAR não representa apenas a parte de insumos da cadeia produtiva da linguça de Maracaju (figura 12). Com a expectativa de aumento de produção e o alcance de novos mercados, o agrupamento terá que aprimorar a gestão empresarial do setor ao mesmo tempo em que é necessário a sua especialização.

O fortalecimento do capital social e da confiança mútua, desenvolvida entre os atores, permite planejar ações conjuntas e negociar os interesses do grupo. Desta maneira ocorrem vantagens competitivas que, reforçam os valores comuns do grupo como ética no relacionamento, transmissão do saber fazer, compromisso entre os atores.

No início do projeto, nas fases de identificação, caracterização e fortalecimento do processo local, houve um maior destacamento de liderança de opinião por parte de determinados produtores. Ao mesmo tempo em que o objetivo comum era conseguir a formação da Associação, a proteção do saber fazer do “produto” e a caracterização da tradicional linguça de Maracaju, o relacionamento entre os produtores era mais harmônico, o que permitiu um trabalho com maior troca de conhecimento na construção do levantamento histórico-cultural, aprofundando e resgatando a relação entre os atores locais mais antigos.

O processo de caracterização do produto, foi outro momento de aproximação do grupo em que houve grande troca de experiências sobre as melhores formas de se obter os insumos e de se produzir a linguça.

Um grande gargalo para esta cadeia de valor é a necessidade de adequação da estrutura e procedimentos dos locais de fabrico da linguça de Maracaju para receberem o registro higiênico-sanitário de produção seja ele o SIF, ou mesmo os SIM ou SIE, desde que feita a equivalência com o SISBI, e assim poderem comercializar o produto além das fronteiras do município.

Diante deste desafio, o natural seria de cada produtor fazer a sua adequação. Entretanto, nem todos têm acesso ao crédito necessário para procederem as adequações estruturais obrigatórias em seus respectivos estabelecimentos produtivos. Desta maneira, um dos produtores associado realizou as melhorias necessárias em sua indústria para esta comercialização fora do município e disponibilizou a mesma estrutura para um ou dois dias de produção da linguiça pelos associados, aferindo assim condições para o produto de todos os associados ser comercializado fora do município. Para isto estipulou o custo do uso da estrutura por quilograma do produto produzido, custo em discussão entre os associados.

O trabalho se torna mais conflitante conforme vai detalhando-se a maneira de produção e comercialização do produto em conjunto, impactando negativamente nas relações interpessoais dos associados e diminuindo o interesse nas reuniões da associação. Os problemas nascem a partir da aparição de objetivos diferentes a partir desta fase.

A gestão da IG necessita de muito trabalho e esforço da coletividade para definir as regras de comercialização, que podem ser individuais ou coletivas através de uma Sociedade de Propósito Específico emanada pela própria associação. Da mesma maneira, a gestão da entidade precisa ser protagonizada pelo agrupamento de maneira ativa, inclusive com suporte técnico e a capacitação dos associados.

É necessária uma visão de médio e longo prazo para a consolidação no mercado. A necessidade do envolvimento de todos os produtores na comercialização fora do município causa dependências entre eles, possivelmente um dos fatores que afugentaram alguns produtores, com uma visão mais imediatista e individualista. É necessário delegar a diretoria da APTRALMAR as decisões necessárias para prover bens coletivos, aumentando a competitividade e a renda dos produtores e associados.

São necessárias estratégias advindas do agrupamento para sinalizar ao mercado um produto diferenciado. O sucesso da estratégia de diferenciação depende da capacidade de consolidar novas formas de governança e de negociação das condições de produção. A construção da “marca” IG demanda esforços, tempo e recursos para a conquista de espaço no mercado de especialidades. Da mesma maneira o desenvolvimento do padrão de qualidade do produto IG e o trabalho de

marketing com uma estratégia bem planejada pela coletividade, terá mais possibilidade de sucesso se houver decisões consensuais.

Uma vez reconhecida a IG, os produtores devem respeitar as regras de produção, produzir registros de autocontrole para serem auferidos pelo Conselho Regulador na execução dos cadernos de normas, dando credibilidade ao produto perante o consumidor e garantindo o grau de confiança esperado dentro de um agrupamento coeso.

A motivação dos atores na adesão a visão compartilhada e a participação ativa na associação reside na visão da possibilidade de obtenção de maiores ganhos em grupo do que individualmente, caso contrário, caminharão sozinhos e a IG não se desenvolverá.

A APTRALMAR deve ter a habilidade de constantemente motivar os atores, demonstrando os benefícios de se agir em grupo. Poderia se focalizar na compra coletiva de insumos pelo agrupamento com redução dos valores dos insumos adquiridos em maior escala. A divulgação promocional do produto com IG linguiça de Maracaju e da região, com a confecção do material publicitário demonstrando suas características, contando sua história, seu saber fazer, no contato direto com o consumidor alvo ou com o trade de distribuição do produto poderiam ser outras vantagens oferecidas pela ação coletiva. Participar de feiras, exposições e eventos, pode ser feito com a diluição individual dos esforços e valores dispensados ao marketing quando feito de maneira coletiva.

Ao mesmo tempo, os gastos administrativos, de auditorias, do material publicitário podem ser custeados com a própria produção da linguiça, onde cada produtor entregaria anualmente para a associação uma certa quantia.

A própria articulação de apoio junto a órgãos governamentais ou não, é mais fácil quando feita de maneira setorial do que individualmente.

Ao mesmo tempo a associação deve sensibilizar a comunidade que os ganhos são para a região, que a divulgação que se faz não é só dos produtores e seus produtos, mas do comércio, da gastronomia e do turismo com os atrativos presentes no município. Consequentemente, espera-se que haja um aumento de fluxo de pessoas na região com um aumento de gastos por parte dos visitantes propiciando um aumento de emprego e de renda para os munícipes gerando o esperado desenvolvimento sustentável local.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho teve o objetivo de verificar a possibilidade de implantação de uma Indicação Geográfica na modalidade de Indicação de Procedência na cidade de Maracaju, estado de Mato Grosso do Sul para o produto linguça, através da avaliação das possíveis características e dos arranjos necessários para esta implantação, valorizando produtos locais no Centro-Oeste brasileiro.

A análise evidenciou a viabilidade da implementação, na cidade de Maracaju, de uma Indicação de Procedência para o produto linguça. Existe na região, uma identidade local surgida da tradição das famílias colonizadoras que souberam desenvolver uma iguaria com a qualidade vinculada com os recursos naturais do local. A linguça representa um produto de nicho de mercado, em consonância com os novos hábitos alimentares de um consumidor mais atento para o modo de obtenção do alimento, com preocupações éticas e disposto a pagar mais pelas especificidades constantes no produto.

Entretanto, outras variáveis são necessárias para o sucesso de um sistema que se propõe não somente a promoção e proteção de um produto e de sua região, mas também para o acesso a novos mercados e o desenvolvimento local. Não basta o registro de IG ser concedido pelo INPI para que esses ganhos ocorram de maneira espontânea.

Para sua efetiva implantação, a Identificação Geográfica no Brasil deve receber uma melhor atenção pela sua grande potencialidade e vocação para a produção de alimentos dentro de suas fronteiras, experimentar um maior estímulo à produção voltado aos mercados de especialidades e ganhos sociais que esta ferramenta coletiva pode trazer.

Juntamente com uma melhor definição das ações públicas, o agrupamento precisa favorecer uma maior participação de produtores, fortalecendo a associação, sensibilizando e envolvendo os produtores da linguça na área delimitada, motivando e mobilizando os atores em torno de uma visão compartilhada

para o planejamento e execução das ações para atender as normas de produção e promoção da linguiça de Maracaju. A cooperação e a confiança entre os produtores devem ser constantemente fortalecidas entre os associados da APTRALMAR, reforçando os valores comuns do grupo como ética no relacionamento, transmissão do saber fazer, compromisso entre os atores. Deve ser melhorada a organização da cadeia produtiva para a gestão da IP.

De forma articulada com a ação de promoção de conceito pelo estado, cada agrupamento de produtores, no caso os produtores da IP Maracaju para o produto linguiça, necessitam promover seu produto através de material de divulgação da história ligada as pessoas, o saber fazer da utilização dos recursos locais do território e do caderno de normas em que informam a maneira de extração ou produção, participando de feiras e exposições. Estas ações necessitam de recursos mais elevados que nem sempre encontram condições de capitalização condizentes na coletividade.

Disponibilizar recursos financeiros suficientes para o fomento das atividades das IGs e marcas coletivas para os agrupamentos através de editais e chamadas públicas para financiamento das fases iniciais e no pós-registro da IG são gargalos enfrentados pelos agrupamentos de produtores que iniciam ou não conseguem “decolar” por falta de apoio financeiro.

A sociedade maracajuense precisa ser melhor envolvida e entender as possibilidades que o projeto pode trazer a toda a municipalidade na potencialização dos ativos do território e na sua consequente promoção do município, com geração de renda, ao mesmo tempo que fixa os atores locais e suas futuras gerações neste território.

A seriedade na execução das ações do Conselho Regulador é de extrema importância para auferir credibilidade ao produto perante o consumidor e aos próprios associados, aplicando sanções aos produtores que não aplicam os acordos coletivos. Para o acesso a novos mercados os produtores precisam de adequação quanto a condição ao trânsito sanitário, de maneira individual ou coletivamente.

Diante do exposto, este trabalho deixa as possibilidades de novos estudos para mensuração dos impactos da implementação da IP Maracaju produto linguiça, seus reais ganhos públicos de desenvolvimento sustentável rural e local, e os ganhos privados com agregação de valor, proteção e acesso a mercados através da ferramenta da Indicação Geográfica.

7 REFERÊNCIAS

ÁVILA, Vicente F. **Formação educacional em desenvolvimento local**: relato de estudo em grupo e análise de conceitos. 2 ed. Campo Grande: UCDB, 2001. 100 p.

BALDISSERA, Adelina. **Pesquisa-ação: uma metodologia do “conhecer” e do agir” coletivo.** Disponível em: <<http://www.rle.ucpel.tche.br/index.php/rsd/article/view/570/510>>. Acesso em: 18 mai. 2015.

BASEDOW; BONVICINI. **The EU-US trade dispute on Geographical Indications. Two Indications in a Bottle?** 2009. Disponível em: <http://graduateinstitute.ch/files/live/sites/iheid/files/sites/mia/users/lmene_Ajala/public/WTO%20Seminar%202009/Basedow,_Bonvicini_-_The_EU-US_trade_dispute_on_Geographical_Indications.pdf>. Acesso em: 14 nov. 2014

BATALHA, Mário O. e SCARPELLI, Moacir. **Gestão do Agronegócio: aspectos conceituais.** In: BATALHA, Mário O. (Org.). *Gestão do Agronegócios: textos selecionados*. São Carlos: EduFSCar, 2014. P.7-26.

BELLETTI *et al.* **The role of traditional products in the valorisation of marginal rural areas: the case of Iris Pallida.** Disponível em: <<http://www.sjruraldevelopment.org/en/journal/330/the-role-of-traditional-products-in-the-valorisation-of-marginal-rural-areas-the-case-of-iris-pallida/>>. Acesso em: 19 out. 2014.

BOURDAIN, A. **A questão local.** Tradução de Orlando dos Santos Reis. Rio de Janeiro: DP&A, 2001. p. 237.

BRASIL. Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio: Módulo II, indicação geográfica - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. 2 ed. Florianópolis: SEaD/UFSC/FAPEU, 2010, v., 376 p.

BRASIL, Lei 9.279 de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Disponível em :<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9279.htm> Acessado em 22 jun. 2014.

BRASIL – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em:<<http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/dtbs/matogrossodosul/maracaju.pdf>> Acesso em: 16 de set. 2014.

BRASIL – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em:<<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/temas.php?lang=&codmun=500540&idtema=16>>

[&search=mato-grosso-do-sul|maracaju|sinthese-das-informacoes>.](#) Acesso em: 16 de set. 2014.

BRASIL – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Produção Agrícola municipal. Culturas temporárias e Permanentes 2010. Disponível em:< http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/pam/2010/PAM2010_Publicacao_completa.pdf>. Acesso em: 23 de jun. 2015.

BRASIL. Instituto Nacional de Propriedade Industrial. Registros – Indicação Geográfica. Disponível em:< <http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/indicacao-geografica/arquivos/planilha-de-ig-23-06-2015.pdf>>. Acessado em: 25 jun. 2015

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Instrução Normativa nº 4, de 31 de março de 2000. Aprova o Regulamento Técnico de Identidade e Qualidade de Carne Mecanicamente Separada, de Mortadela, de Linguças e de Salsichas. Disponível em :< <http://extranet.agricultura.gov.br/sislegis-consulta/consultarLegislacao.do?operacao=visualizar&id=7778>> Acessado em 16 out. 2014.

BRASIL. Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio: Módulo II, indicação geográfica - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. 2 ed. Florianópolis: SEaD/UFSC/FAPEU, 2010, v., 376 p.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Guia para a solicitação de registro de indicação geográfica para produtos agropecuários.** Brasília, 2008.

BRASIL. Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento. Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo. **O Uso de sinais distintivos na Agropecuária.** Brasília: Mapa/ACS, 2010. 16 p.

BRASIL. Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento. Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo. **Manual do Processo de Serviço Incentivar o uso dos Signos Distintivos Indicações Geográficas e Marcas Coletivas.** Brasília, 2013. 93p.

BRASIL. Ministério do Planejamento. **O Plano Plurianual 2012-2015.** Disponível em :<http://antigo.planejamento.gov.br/secretarias/upload/Arquivos/spi/PPA/2012/Anexo%20I%20Atualizado_LOA2014_2.pdf> Acessado em 20 jun. 2015.

BRUCH, K. **Signos distintivos de origem: entre o velho e o novo mundo vitivinícola.** Porto alegre, 2011. 277 p. Tese (doutorado em Direito) Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre ,2011 Université Rennes I.[Orientadores pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul: Dra. Vera Maria Jacob de Fradera Professor Orientador pela Université Rennes I: Dr. Daniel Gadbin]

BUARQUE, Sergio C. **Construindo o desenvolvimento local sustentável.** 4 ed. Rio de Janeiro: Ed. Garamond Ltda, 2008. 180 p.

CALLIARI, Maria Alice Camargo. **A questão da genericidade no âmbito das indicações geográficas.** Rio de Janeiro, 2010. 216 p. il. Mestrado. Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) Rio de Janeiro, 2010.

CAMPESTRINI, Hildebrando. **História de Mato Grosso do Sul**. 6 Ed. Campo Grande: Instituto Histórico e Geográfico de Mato Grosso do Sul, 2009.

CERDAN, Claire. **Desafios institucionais e organizacionais ao desenvolvimento das Igs no Brasil**. In: NIEDERLE, P. A. (Org.). Indicações geográficas e estratégias de desenvolvimento territorial. Porto Alegre: Editora da UFRGS. P. 125 -150. 2013.

CERDAN, C.M. *et al.* (Org). Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio: módulo II, indicação geográfica. 2.ed. Brasília: MAPA, Florianópolis: SEaD/UFSC/ FAPEU, 2010. Cap.2, p.56-91

CHAMPREDONDE, M. **Las Indicaciones Geográficas (IG) em America Latina: Balance actual y desafios**. In: Dallabrida, V. R. (Org.). Desenvolvimento territorial: políticas públicas brasileiras, experiências internacionais e a Indicação geográfica como referência. São Paulo: Editora LiberArs, 2014. P. 265-274.

CHEVER, Tanguy; RENAULT, Christian; RENAULT, Séverine; ROMIEU, Violaine. **Value of production of agricultural products and foodstuffs, wines, aromatized wines and spirits protected by a geographical indication (GI)**. Final Report. Out. 2012. 87 p.

Consórcio del Prosciutto de Parma. Disponível em: http://www.prosciuttodiparma.com/it_IT/prosciutto/dop. Acessado em: 21 fev. 2015

CUNHA, Dirceu. **História dos Embutidos**. Disponível em:< <http://linguacasecia.blogspot.com.br/2010/05/historia-dos-embutidos.html>>. Acessado em: 20 set. 2014.

DALLABRIDA, V. R. **Do debate teórico sobre desenvolvimento territorial aos desafios de sua prática: A indicação geográfica como alternativa**. In: _____. (Org.). Desenvolvimento territorial: políticas públicas brasileiras, experiências internacionais e a Indicação geográfica como referência. São Paulo: Editora LiberArs, 2014. p. 17-32

DE DEUS, Adélia M.;CUNHA, Djanira E. S. L.; MACIEL, Emanoela Moreira. **Estudo de caso na pesquisa qualitativa em educação: uma metodologia**. Disponível em:<http://ufpi.br/subsiteFiles/ppged/arquivos/files/VI.encontro.2010/GT.1/GT_01_14.pdf> Acessado em: 08 de março de 2014

DICKEL, Elci Lotar. . Disponível em:< <http://www.nucleovetguarapuava.com.br/wp-content/uploads/2010/09/tpoa.pdf>>. Acessado em: 16 out. 2014.

EDELLI, Sabine. Belo Horizonte. Jun. 2013. Apresentação: **As Indicações Geográficas na França, apoio, registro e controle**.

FAO & SINERGI (FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF UNITED NATIONS; STRENGTHENING INTERNATIONAL RESEARCH ON GEOGRAPHICAL INDICATIONS). **Uniendo personas, territorios y productos: una guía para fomentar la calidad vinculada al origen y las indicaciones geográficas sostenibles**. Roma: FAO, 2010. 194p.

FARLEY, Christine Haight. **Conflicts between U.S. Law and International Treaties Concerning Geographical Indications (August 11, 2000)**. Whittier L. Rev., Vol. 22,

No. 73, 2000. Disponível em: <<http://ssrn.com/abstract=1218062>>. Acessado em 14 dez. 2014

FERREIRA, Francisco B. e ROSA, Albino P. **Maracaju e sua gente**. 1988 (não há editora nem cidade)

FREITAS, J. C. B. **As indicações geográficas como objeto do direito agrário**. Goiânia, 2012. 133 p. Dissertação (Mestrado em Direito) - Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2012.

FUNDAÇÃO MS. **A Instituição**. Disponível em:< <http://www.fundacaoms.org.br/a-fundacao/a-instituicao> > Acessado em 18 set. 2014.

GADE, 2004 – GADE, D. W. **Tradition, Territory, and Terroir in French Viniculture: Cassis, France, and Appellation Contrôlée**. Annals of the Association of American Geographers, Vol. 94, No. 4 (Dec., 2004), pp.848-867 www.researchgate.net/

GIL, Antonio C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. 176 p.

GONDIM, Marco Aurélio. **História do Mato Grosso do Sul - Ocupação do território**. Disponível em:< <http://www.gondim.net/2011/12/historia-do-mato-grosso-do-sul-ocupacao.html>> Acessado em: 19 set. 2014.

GUIMARÃES, Acyr G. **Mato Grosso do Sul**, sua evolução histórica. 2 ed. Campo Grande: UCDB, 2001.

INSEE institut national de la statistique et des Études économiques, 2013 Disponível em:<<http://www.insee.fr/fr/bases-de-donnees/>> Acessado em 14 de junho de 2014.

INAO - Institut national de l'origine ET de la qualité. Disponível em < http://www.inao.gouv.fr/repository/editeur/pdf/divers/Guide_du_demandeur_AOC.pdf > Acessado em: 16 ago 2014

INAO - Institut national de l'origine ET de la qualité. Disponível em < http://www.inao.gouv.fr/repository/editeur/pdf/GUIDES_et_NT/GuideDuDemandeurIGPagro.pdf > Acessado em: 16 ago 2014

INAO - Institut national de l'origine ET de la qualité. Disponível em <http://www.inao.gouv.fr/public/home.php?pageFromIndex=textesPages/Nos_formats436.php~mnu=436>

INAO - Institut national de l'origine ET de la qualité. Disponível em: < <http://www.inao.gouv.fr/public/home.php?pageFromIndex=textesPages> > Acessado em: 17 de agosto 2014.

KAKUTA, Susana M. *et al.* **Indicação Geográficas: guia de respostas**. Porto Alegre:SEBRAE/RS, 2006. 38p.

LAKATOS, Eva M.; MARCONI, Marina A. **Metodologia Científica**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2004. 306p.

LEITÃO, RODRIGO. **Lingüiça é definida por lei no Brasil**. Disponível Em:<<http://gourmetbrasil.blogspot.com.br/2011/04/linguica-e-definida-por-lei-no-brasil.html>>. Acessado em: 20 SET. 2014.

LOCATELLI, L. **Indicações Geográficas – A Proteção Jurídica sob a Perspectiva do Desenvolvimento Econômico**. Curitiba: Juruá, 2007. 337 p.

ITALIA. Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali. **Prodotti DOP e IGP**. Disponível em <<https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/309>> acessado em : 13 dez. 2014

MARCHELLO, Martin; GARDEN-ROBINSON, Julie. **The art and practice of sausage making**. Dakota. North Dakota State University, abril 2012. 12p.

MARIE-VIVIEN, D.; THEVENOD-MOTTET, E. **Quelle reconnaissance pour les indications géographiques des pays tiers en Europe? Enjeux découlant de la décision de l'organe de règlement des différends de l'OMC**. Économie rurale, v. 299, p. 58-69, 2007.

MARQUES, Heitor Romero *et al.* **Metodologia da pesquisa e do trabalho científico**. 3 ed. Campo Grande, MS: UCDB, 2008.

MARTINS, M. C. A. **Globalização da Alimentação: Unidade ou diversidade?** Disponível em:< <http://hdl.handle.net/10400.11/82>>. Acessado em: 9 set.2014.

MASCARENHAS, G. WILKINSON, J. **Desafios institucionais e organizacionais ao desenvolvimento das Igs no Brasil**. In: NIEDERLE, P. A. (Org.). Indicações geográficas: qualidade e origem nos mercados alimentares. Porto Alegre: Editora da UFRGS. P. 261-285. 2013.

MASCARENHAS, G. WILKINSON, J. **Indicações geográficas em países em desenvolvimento: Potencialidades e desafios**. Revista de Política Agrícola. Brasília, Ano XXIII, n. 2, p103-115, abr./mai/jun. 2014.

MINISTERE DE L'AGRICULTURE DE L'AGROALIMENTAIRE ET DE LA FORET, 2010. **Les résultats du recensement agricole 2010**. Disponível em: <<http://agriculture.gouv.fr/Les-premiers-resultats-du> Acessado em: 15 nov. 2014

MULS, Leonardo Marco. **Desenvolvimento local, espaço e território: o conceito de capital social e a importância da formação de redes entre organismos e instituições locais**. Revista Economia. Brasília, v.9, n1, p.1-21, jan/abr 2008.

MARACAJU. **Prefeitura Municipal de Maracaju**. Disponível em: <<http://www.maracaju.ms.gov.br/>>. Acessado em: 18 out. 2014.

MASCARENHAS, Gilberto C. C. **Agregação de Valor a Produtos Agrícolas Através de Signos Distintivos de Qualidade: Convergências entre Brasil e França**. Rio de Janeiro, 2010. Proposta de Pesquisa de Pós -Doutorado. Universidade Federal de Santa Catarina, 2010.

MATO GROSSO DO SUL. **Portal de MS**. Disponível em: <http://www.ms.gov.br/>. Acessado em: 19 out. 2014.

NAVARRO, A. L. **Inmigración y “glocalización” de La alimentación**. Distribución y Consumo, Madrid, n. 80, mar-abr. 2005. Disponível em: < <http://www.mercasa.es/>>. Acessado em: 12 set.2014.

NORTH, Douglass. **Institutions**. Institutional Change and Economic Performance. Cambridge, University Press. Cambridge.

OLIVEIRA, N. O. **Cultivando a Tradição através da gastronomia maracajuense: Língua de Maracaju**. Campo Grande: Edição do autor, 2013. 56 p.

PIRES, Márcio de Souza. **Construção do Modelo Endógeno, Sistêmico e Distintivo de Desenvolvimento regional e a sua Validação através da Elaboração e da Aplicação de uma metodologia ao caso do Mercoeste**. Florianópolis, 2001. 222 p. Tese (Doutorado). Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2001.

PNUD. Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. Disponível em: < http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil_m/maracaju_ms> . Acessado em: 18 out. 2014

REQUIER-DESJARDINS, Denis *et al.* **Globalization, competitive advantages and the evolution of production systems: rural food processing and localized agri-food systems in Latin-American countries**. Entrepreneurship & Regional development, 15, p 49-67, 2003.

REVISTA VIP. **Por dentro dos embutidos**. Disponível em: < <http://vip.abril.com.br/dentro-embutidos-577089/>>. Acessado em: 16 out.2014.

ROCHA FILHO, S. A. Indicações Geográficas. **A proteção do patrimônio cultural brasileiro na sua diversidade**. São Paulo, 2009. 275 p. Tese (Doutorado em Direito) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 2009.

SATO, G. S. **Globalização e Diferenciação no consumo de Alimentos**. Análises e Indicadores do Agronegócio. Análises e Indicadores do Agronegócio, São Paulo, v. 4, n. 6, jun.2009. Disponível em: < <http://www.iea.sp.gov.br/>>. Acessado em: 09 set.2014.

SILVA, Nara Alinne Nobre. **E se te perguntarem: Por que o sal conserva a carne**. Disponível em: < http://quipibid.blogspot.com.br/2011/05/e-se-te-perguntarem-por-que-o-sal_16.html>. Acessado em: 16 out. 2014.

SILVA, W. G. **Controle e domínio territorial no sul do estado de Mato Grosso: uma análise da atuação da Cia Matte Laranjeira no período de 1883 a 1937**. Agrária, São Paulo, n. 15, p 102-125, 201.

SOEIRO, Ana. Brasília, set. 2014. Apresentação: **Registro de Indicações Geográficas e de Denominações de Origem na União Europeia**.

SOEIRO, Ana. Brasília, set. 2014. Apresentação: **Sistema de controlo das IG na União Europeia**.

SOUZA, Mariluce P. *et al.*, 2005. **Governança em cadeias produtivas agroindustriais**, Disponível em: <<http://www.sober.org.br/palestra/2/880.pdf>>. Acessado em 08 de março de 2015.

THIOLLENT, Michel. **Metodologia da Pesquisa-Ação**. 14. ed. São Paulo: Cortez, 2005. 136p.

TIBÉRIO, M. L. CRISTÓVÃO, A. FRAGATA, A. **Produtos tradicionais e construção da qualidade": o caso das designações protegidas Salpicão de Vinhais (IGP) e Linguiça de Vinhais (IGP)**. Disponível em: <http://www.origin-food.org/pdf/wp2/pt_wpap2/artic2.pdf>. Acessado em: 8 nov. 2014.

TONIETTO, J. **Afinal, o que é o Terroir?** Disponível em <http://www.cnpuv.embrapa.br/publica/artigos/afinal_o_que_terroir.pdf> Acessado em: 20 jun. 2014.

TORRE, A. **Collective action, governance structure and organizational trust in localized systems of production. The case of the AOC organization of small producers**. Entrepreneurship & Regional development: Na International Journal. V, 18. p. 55-72. jan de 2006.

TORTORELLI, C. E. **Indicaciones geográficas y denominaciones de origen: propiedad intelectual en progreso**. Revista Chilena de Derecho, Santiago, v. 37, n.2. p. 207 – 239, ago 2010. Disponível em:<<http://www.scielo.cl/>>. Acessado em 20 de junho de 2014.

UNIÃO EUROPEIA. Regulamento (CE) Nº. 510/2006. Disponível em :< <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:093:0012:0025:PT:PDF>>. Acessado em 12 abr. 2014.

UNIÃO EUROPEIA. Regulamento (CE) Nº. 510/2006. Disponível em :< <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:2004R0882:20060525:PT:PDF>>. Acessado em 12 abr. 2014.

UNIÃO EUROPEIA. Regulamento (CE) Nº. 1151/2012. Disponível em :< <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2012:343:0001:0029:pt:PDF>>. Acessado em 12 abr. 2014.

UNIÃO EUROPEIA. **A Política agrícola Comum: A história continua**. Disponível em :< http://ec.europa.eu/agriculture/50-years-of-cap/files/history/history_book_lr_pt.pdf > Acessado em 22 de junho de 2014.

The United states patente and trademark office. **Summary of the Report of the Panel (WT/DS174/R) of March 15, 2005 regarding the Complaint by the United States against the European Communities on the Protection of Trademarks and Geographical Indications for Agricultural Products and Foodstuffs**. Disponível em <http://www.uspto.gov/sites/default/files/web/offices/dcom/olia/globalip/pdf/case_summary.pdf > Acessado em: 24 jan.2015

VAN DER PLOG *et al.* **Rural Development: From Practices and Policies towards Theory**. Sociologia Ruralis, Oxford, v. 40, n. 4, oct 2000. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com>>. Acessado em: 09 set. 2014.

VEIGA, J. E. **A face territorial do desenvolvimento**. INTERAÇÕES – Revista Internacional de Desenvolvimento Local. Campo Grande, V. 3, n. 5, p.5-19. Set. 2002. Disponível em :<

http://www3.ucdb.br/mestrados/RevistaInteracoes/n5_jose_eli.pdf. Acessado em: 06 de junho de 2014.

VILPOUX, F. Olivie; OLIVEIRA, Euler José de. **Instituições Informais e Governanças em Arranjos Produtivos Locais**. R. Econ. contemp., Rio de Janeiro, 14(1): 85-111, jan./abr. 2010. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/rec/v14n1/a05v14n1>. Acesso em 18 out. 2014.

VILPOUX, F. Olivier. **Agrarian reform and cooperation between settlers in the Midwest of Brazil: Na institutional approach**. Land Use Policy. V. 39,p.65-77, 2014.

WEINGÄRTNER, Alisolet A. S. **Introdução**. Revista ARCA n. 5. 1995. Disponível em:< http://www.capital.ms.gov.br/arca/canaisTexto?id_can=3553 > Acessado em: 18 out.2014

WIKIPEDIA. **Denominação de Origem**. Disponível em:<http://pt.wikipedia.org/wiki/Denomina%C3%A7%C3%A3o_de_Origem#cite_note-2>. Acessado em: 8 nov.2014

OMPI - - Organização Mundial Da Propriedade Intelectual. **Paris Convention For The Protection Of Industrial Property**. Disponível em: <http://www.wipo.int/treaties/en/text.jsp?file_id=288514>. Acessado em 24 jan. 2015.

OMPI - - Organização Mundial Da Propriedade Intelectual. **Paris Convention For The Protection Of Industrial Property**. Disponível em: <http://www.wipo.int/treaties/en/text.jsp?file_id=288514>. Acessado em 24 Jan. 2015.

OMPI - Organização Mundial Da Propriedade Intelectual. **Arreglo De Lisboa Relativo A La Protección De Las Denominaciones De Origen Y Su Registro Internacional**. Disponível em:<http://www.wipo.int/treaties/es/text.jsp?file_id=285858>. Acessado em: 24 jan. 2015.

WTO. World Trade Organization. **Intellectual property: protection and enforcement**. Disponível em :<https://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/fact2_e.htm#national. Acessado em: 25 jan. 2015.

WORLD TRADE ORGANIZATION. **Dispute Settlement**: Dispute DS174. Disponível em:<https://www.wto.org/english/tratop_e/dispu_e/cases_e/ds174_e.htm>. Acessado em: 24 jan. 2014

WORLD TRADE ORGANIZATION. **Dispute Settlement**: Dispute DS290. Disponível em:< https://www.wto.org/english/tratop_e/dispu_e/cases_e/ds290_e.htm> Acessado em: 24 jan. 2014.

WORLD TRADE ORGANIZATION. **Glossary**. Disponível em:<https://www.wto.org/english/thewto_e/glossary_e/panel_e.htm>. Acessado em: 24 jan.2014

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Disponível em: < <http://www.inao.gouv.fr/public/home.php?pageFromIndex=textesPages> > Acessado em: 17 de agosto 2014.