

A IMPORTÂNCIA DA DENOMINAÇÃO DE ORIGEM NO ESTADO DE SANTA CATARINA: RECONHECIMENTO DO SELO DE PROTEÇÃO

DOI: 10.19177/rgsa.v6e320175-30

Ana Cristina Hickenbick¹
Luiz Guilherme Buchmann Figueiredo²

RESUMO

Atualmente, apesar de todo o processo de globalização no mundo, as tendências de consumo apontam para a valorização de produtos regionais, de pequenos e médios produtores que trabalhem com controle de qualidade em toda a cadeia produtiva e além disso se unam em *clusters*, que pode ser entendido como uma aglomeração geográfica de empresas, como estratégia de desenvolvimento e fortalecimento econômico de uma região. Estas tendências, vem ao encontro do comportamento de um consumidor cada vez mais informado e consciente quanto às suas escolhas e também se aproxima do conceito de regionalização, que confere credibilidade aos produtos. A Denominação de Origem (D.O) representa uma das espécies da Indicação Geográfica (I.G), e é o foco da pesquisa bibliográfica, documental e descritiva deste artigo, considerando a trajetória histórica, legislações e órgãos responsáveis pela concessão do reconhecimento, bem como, no contexto atual, qual a importância do selo nos produtos catarinenses e como ele pode representar uma vantagem competitiva aos mesmos, considerando locais que já estejam com o processo em andamento para o reconhecimento como aqueles com potencial para a concessão.

Palavras-Chave: Denominação de Origem; Indicação Geográfica; Qualidade; Selo de Proteção.

¹ Nutricionista – Especialista em Gestão de Empresas de Gastronomia e Serviços de Alimentação e Nutrição - UNISUL

² Engenheiro Agrônomo /UFSM – Mestre em Ciência dos Alimentos / UFSC – Professor UNISUL. E-mail: guilherme.buchmann@gmail.com
R. gest. sust. ambient., Florianópolis, v. 6, n. 3, p. 5-30, out./dez. 2017.

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como objetivo geral identificar a importância das Denominações de Origem em Santa Catarina, através de objetivos específicos como o contexto histórico a respeito do reconhecimento do selo, considerando o Brasil e outros países nesta trajetória, a relevância da certificação, as Legislações relacionadas e o potencial atual do estado, bem como as perspectivas para futuras concessões que garantam a sustentabilidade dos aspectos culturais e conseqüentemente ambientais, levando em conta as regras estabelecidas para a concessão da Denominação de Origem.

A Denominação de Origem na legislação brasileira está inserida em uma categoria das Indicações Geográficas (IGs), que são a forma ideal de proteção de produtos e serviços cuja fama se deve à origem geográfica, ou seja, ao território relacionado à produção de bens ou à prestação de serviços, existem dois tipos de registros de IG, a Denominação de Origem e a Indicação de Procedência. O órgão responsável pelo registro e reconhecimento das Indicações Geográficas no Brasil é o INPI, Instituto Nacional de Propriedade Industrial, que compreende em suas atividades o registro, bem como a identificação de potenciais objetos de proteção, visando a descoberta e a valorização dos produtos regionais brasileiros, além da definição das condições para se conceder as IGs aos produtores. O INPI define a Denominação de Origem como a espécie onde as características daquele território agregam um diferencial ao produto. Define que uma determinada área tenha um produto cujas qualidades sofram influência exclusiva ou essencial por causa das características daquele lugar, incluindo fatores naturais e humanos. Em suma, as peculiaridades daquela região devem afetar o resultado final do produto, de forma identificável e mensurável.

Utilizando a uva para exemplificar as diferenças entre as indicações geográficas, conforme Tabela 1, fica estabelecido que, todos os vinhos de um lugar geográfico podem usar o selo Indicação de Procedência, mas somente os que cumprem os requisitos específicos podem utilizar a espécie Denominação de Origem. Ela garante, além da origem geográfica precisa, do produto, qualidades e características obtidas dos fatores humanos, que são regulamentados. Entende-se por fatores naturais da região: latitude, altitude, formação geológica, declividade,

textura, estrutura e composição do solo, precipitação pluviométrica e sua distribuição, umidade do ar, soma térmica, insolação, ventos, flora natural, dentre outras. Já os fatores humanos, são aqueles sobre os quais o homem tem influência direta e que são determinantes das características e qualidade do produto, como: sistema de condução e poda, época de colheita, sistemas de vinificação e envelhecimento, porta-enxertos e variedades recomendadas, espaçamento, dentre outras. (TONIETTO, 1993).

Tabela 1: Princípios fundamentais entre os conceitos de Denominação de Origem (D.O) e Indicação de Procedência (I.P)

Itens	D.O	I.P
Meio Natural	O meio geográfico marca e personaliza o produto; a delimitação da zona de produção é indispensável	O meio geográfico não tem necessariamente uma importância especial, sendo que o nome geográfico pode referir-se à origem do vinho, a localização da cantina ou ao local de engarrafamento
Renome/ Prestígio	Indispensável	Não necessariamente indispensável
Uniformidade de produção	Mesmo existindo mais de um tipo de produto, eles estão ligados por certa homogeneidade de características	Pode ser aplicado a um conjunto de produtos de características diferentes que tenham em comum apenas o local de produção, o centro de distribuição ou o local de engarrafamento
Regime de produção	Há regras específicas de produção e características qualitativas mínimas dos produtos	Não existe uma disciplina de produção à qual devam ser submetidos os produtos; existe apenas uma disciplina de marca
Constância das características	Os produtos devem conservar um mínimo de qualidade e uma certa constância na suas características	Não implica um nível de qualidade determinado nem de constância de características
Volume de produção	Há um limite de produção por hectare, que tem relação com a qualidade do produto	Não existe limite de produção

Fonte: EMBRAPA, 1993.

2 METODOLOGIA

O trabalho foi realizado através de pesquisa bibliográfica descritiva e documental, desenvolvida através de conteúdos publicados em teses, dissertações e artigos científicos das principais bases de dados, livros e artigos de periódicos, R. gest. sust. ambient., Florianópolis, v. 6, n. 3, p. 5-30, out./dez. 2017.

assim como, material divulgado na internet através de páginas oficiais reconhecidas.

A pesquisa bibliográfica segundo Cervo, Bervian e da Silva (2007, pg 61), “constitui o procedimento básico para os estudos monográficos, pelos quais se busca o domínio do estado da arte sobre determinado tema”. Já a pesquisa descritiva, para os mesmos autores, ocorre quando se registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos, sem manipulá-los. A documental é realizada através de investigação, por meio de documentos, com objetivo de descrever e comparar costumes, comportamentos, diferenças e outras características, tanto da realidade presente como do passado.

3 REVISÃO DE LITERATURA

A revisão da literatura sobre o tema abrange os aspectos históricos, a relevância sobre o tema e a legislação atualizada sobre o tema e finalizando com os potenciais para Santa Catarina.

3.1 HISTÓRICO DA DENOMINAÇÃO DE ORIGEM

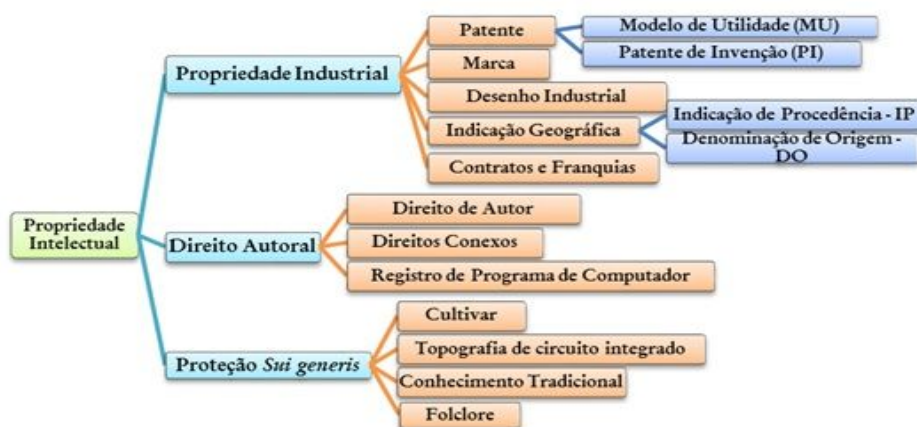
O processo de Denominação de Origem (D.O) foi uma iniciativa criada com base no Acordo de Lisboa de 1958. Portugal é um país pioneiro neste selo, tendo o DOC ou DOP bastante difundidos em uma lista extensa de produtos reconhecidos. O Acordo de Lisboa surgiu, justamente, da necessidade de alcançar ao nível internacional uma proteção mais eficaz das Denominações de Origem. Este acordo teve o mérito de dar autonomia a este conceito, mas apesar de ser o instrumento jurídico internacional que maior proteção confere às D.Os, reúne ainda um número pouco expressivo de países participantes.

As tentativas informais de associar a qualidade à origem de alimentos e as iniciativas de regulamentá-la remontam à antiguidade. Mas a definição atual de produtos e serviços de origem integra território e saber fazer. As Indicações Geográficas (I.Gs) são iniciativas formais de reconhecimento da qualidade, fruto de um processo histórico de organização e construção social de regras para definir e controlar direitos de Propriedade Intelectual.

A Propriedade Intelectual se divide em três grandes grupos: Propriedade Industrial, Direito do Autor e Proteção *Sui generis*. Em seu conjunto é um sistema de R. gest. sust. ambient., Florianópolis, v. 6, n. 3, p. 5-30, out./dez. 2017.

proteção jurídica das criações intelectuais, que inclui: 1) os direitos de propriedade industrial tais como marcas, patentes, indicações geográficas, desenhos industriais, contratos e franquias; 2) os direitos autorais e conexos, que protegem as obras intelectuais e suas interpretações como a música, literatura, artes plásticas, mas onde também se incluem os registros de programa de computador; e, 3) proteção *Sui generis*, que é composto por um rol especial de formas de proteção, como as cultivares (novas variedades de plantas), o conhecimento tradicional e folclore, além do registro de topografia de circuito integrado. A figura abaixo apresenta os grupos e suas subdivisões:

Figura 1: Organograma da Composição de Propriedade Intelectual



Fonte: INPI, 2016

Segundo MENDES et al, 2014, em países como o Brasil, a discussão e uso de Denominação de Origem são recentes. Existe um descompasso entre as leis e a necessidade de se proteger o direito dos produtores nacionais. As primeiras leis que dispõem sobre Indicações Geográficas são os Atos Normativos nº 134 e nº 143 do Ministério da Indústria, Comércio e Turismo, de 15/04/97 e 31/08/98, respectivamente. Ambos instituem as normas de procedimento e os formulários próprios a serem utilizados para apresentação de requerimento de registro de IG. Contudo, a primeira IG reconhecida pelo Poder Executivo só ocorreu em 2001. Aproveitando-se da Lei de Propriedade Industrial de 1996, o Decreto nº 4062, de 21 de dezembro de 2001, definiu expressões “cachaça” e “Brasil” e “cachaça do Brasil” com indicações geográficas.

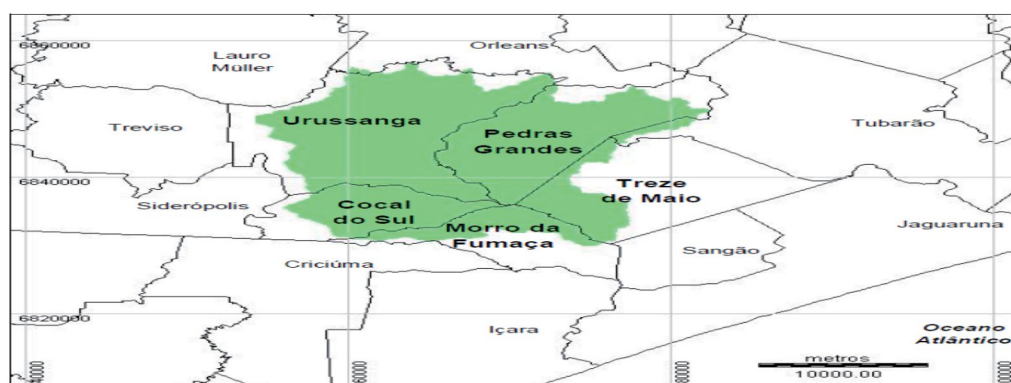
Apenas em 2002, o INPI reconheceu os vinhos tintos, brancos e espumantes da região do Vale dos Vinhedos no Rio Grande do Sul, cujo selo

concedido foi de Denominação de Origem. Tendo como titular da indicação a Associação dos Produtos de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos – APROVALE, na região da Serra Gaúcha. O Catálogo das Indicações Geográficas Brasileiras, elaborado em parceria pelo SEBRAE e pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), divulga as regiões brasileiras vinculadas a produtos e serviços com qualidade diferenciada, reconhecidas oficialmente em nosso país com o selo das Indicações Geográficas, conforme a Lei da Propriedade Industrial nº 9.279 / 1996. O catálogo atualizado, em anexo, foi divulgado no final do ano de 2016 com 49 áreas de Indicações Geográficas nacionais reconhecidas, sendo que somente uma em Santa Catarina, o produto é o Vinho da Uva Goethe, cujo nome geográfico é Vales da Uva Goethe e o selo da espécie Indicação de Procedência, concedido em 14 de fevereiro de 2012.

A elaboração de sistemas eficazes de proteção do conhecimento tradicional passa pelo reconhecimento de que a preservação da biodiversidade é um produto de inovação incremental e coletiva de longo prazo, no qual práticas culturais e recursos biológicos são inseparáveis. Desenvolvimentos recentes na pesquisa acadêmica respaldam esse esforço para estender direitos de propriedade e conhecimentos tradicionais. (WILKINSON, 2003).

A uva de variedade Goethe se adaptou à região, nos municípios de Urussanga e Pedras Brancas no estado de Santa Catarina, também denominados de Vales da Uva Goethe, onde os solos são ricos em enxofre, elemento decisivo para desenvolvimento da variedade, que sofreu mutação e hoje é denominada uva “goethe primo”. Apresenta-se hoje com uma identidade climática, cultural e histórica. Este território localizado entre o mar e as montanhas, apresenta um diferencial de gradientes térmicos: altas temperaturas no verão e massa de ar frio que vem do Planalto com temperaturas negativas no inverno. (PROGOETHE, 2017).

Figura 2: Municípios da área delimitada dos Vales da Uva Goethe:



Fonte: Silva et al. (2011 apud VIEIRA; WATABABE; BRUCH, 2012, p. 336) (adaptado).

Através do Catálogo SEBRAE/INPI, pode-se observar que dos 49 produtos com selo concedido, somente 9 são da espécie Denominação de Origem, sendo eles o Arroz do Litoral Norte Gaúcho/RS, Camarões da Costa Negra/CE, Pedra Carijó, da Região Pedra Carijó/RJ, Pedra Madeira da Região Pedra Madeira/RJ, Pedra Cinza da Região Pedra Cinza/RJ, Própolis vermelha e Extrato de Própolis vermelha de Manguezais de Alagoas/AL, Vinhos Tintos, Branco e Espumantes do Vale dos Vinhedos/RS, Café da Região do Cerrado Mineiro/MG e Mel de Ortigueira/PR.

3.2 LEGISLAÇÕES RELACIONADAS

O registro de Indicação Geográfica é solicitado e concedido pelo INPI, conforme a Lei da Propriedade Industrial 9.279 de 14 de maio de 1996 (LPI/96), que estabelece, conforme Art. 1º: Esta Lei regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial e Art. 2º: A proteção dos direitos relativos à propriedade industrial, considerando o seu interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País, efetua-se mediante:

- I – concessão de patentes de invenção e de modelo de utilidade;
- II – concessão de registro de desenho industrial;
- III – concessão de registro de marca;
- IV – repressão às falsas indicações geográficas; e
- V – repressão à concorrência desleal.

A Lei 9.279/96, trata das Indicações Geográficas nos artigos 176 a 182 e o INPI definiu os procedimentos para seu registro por meio da Resolução nº R. gest. sust. ambient., Florianópolis, v. 6, n. 3, p. 5-30, out./dez. 2017.

75/2000, considerando a necessidade de conferir a adequada proteção às IGs no Brasil e Ato Normativo nº 134, de 15 de abril de 1997.

Complementando a Lei, a Instrução Normativa 25, de 21 de agosto de 2013, estabelece a solicitação do pedido de registro de Indicação Geográfica, sendo necessário apresentar a Guia de Recolhimento da União (GRU) paga para este serviço com formulário preenchido conforme registro específico, em duas vias, com os dados do requerente, espécie de IG solicitado (Indicação de Procedência ou Denominação de Origem), nome geográfico que se quer proteger, delimitação da área e produto. Além disto, também são necessários os seguintes documentos:

- Instrumento comprobatório da legitimidade da entidade requerente;
- Documentos referentes aos atos constitutivos da entidade requerente (ex. estatuto social);
- Documento que identifique o representante legal da entidade requerente;
- Regulamento de uso do nome geográfico;
- Instrumento oficial que delimita a área geográfica;
- Descrição do produto ou serviço;
- Características do produto ou serviço;
- Comprovação de que os produtores ou prestadores de serviços estão estabelecidos na área geográfica demarcada e exercendo a atividade econômica no local que buscam proteger;
- Existência de uma estrutura de controle sobre os produtores ou prestadores de serviço que tenham o direito ao uso exclusivo da Indicação Geográfica, bem como ao produto ou prestação de serviço distinguido pela IG.

Todos os documentos deverão ser cópia fiel dos originais e acompanhados da devida declaração de veracidade. No caso de Denominação de Origem, devem ser apresentados elementos que comprovem que as qualidades e/ou características do produto ou serviço se devam, exclusiva ou essencialmente, ao meio geográfico, incluindo fatores naturais e humanos.

Até 2004, apenas o INPI possuía atribuição legal com IGs no Brasil. Em 2005, o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), realizou uma importante reforma administrativa para se adequar às necessidades e mudanças impulsionadas pelo agronegócio brasileiro. A reforma foi instituída pelo Decreto nº R. gest. sust. ambient., Florianópolis, v. 6, n. 3, p. 5-30, out./dez. 2017.

5351/05, de 21 de janeiro de 2005, que definiu a criação do Departamento de Propriedade Intelectual e Tecnologia Agropecuária (DEPTA). A Portaria nº 85, de 10 de abril de 2006, formalizou a criação de uma coordenação, dentro do DEPTA, para planejamento fomento, coordenação, supervisão e avaliação das atividades, programas e ações de IG de produtos agropecuários brasileiros. Desta forma, foi oficializada a atuação do MAPA. Ademais, o INPI ao estabelecer, por meio da Resolução nº75/2000 (artigos 6º e 7º), as condições para o registro das IGs, delega aos Ministérios e, ou, às Secretarias de Estado afins ao produto ou serviço, a ser reconhecida a competência de expedição do instrumento oficial que delimita a área geográfica, bem como a função de prestar esclarecimentos adicionais sobre os produtos e produtores (BRASIL, 1996).

O Estado de Santa Catarina sancionou a Lei Nº 12.117, em 07 de janeiro de 2002, que Dispõe sobre a Certificação de Qualidade, Origem e Identificação de Produtos Agrícolas e de Alimentos. No Art. 1º ficam instituídos, no território catarinense, para identificar a qualidade e a origem de produtos agrícolas e de alimentos, emitidos por autoridade competente, os seguintes selos:

- I – Denominação de Origem Controlada – DOC;
- II – Indicação Geográfica Protegida – IGP;
- III – Produto de Agricultura Orgânica – ORG;
- IV – Produto de Origem Familiar – FAM; e
- V – Certificado de Conformidade – CCO.

§ 1º A emissão de selos para reconhecimento de Denominação de Origem Controlada (DOC), somente será efetivada em benefício de produtores rurais, pescadores ou empreendedores quando organizados em associações, sendo vedada sua concessão à pessoa física.

§ 2º Para efeitos desta Lei, entende-se por associações os agrupamentos ou organizações de produtores ou transformadores e um mesmo produto agrícola ou alimento, sendo aceita qualquer forma jurídica ou composição.

Art. 3º Constitui uma Denominação de Origem Controlada – DOC -, o nome dado a uma região ou a uma localidade do Estado de Santa Catarina que sirva para designar um produto agrícola ou um alimento originário desta mesma região ou localidade, quando a qualidade ou características específicas são atribuídas de forma comprovada, essencialmente ou exclusivamente, ao meio

geográfico – compreendendo os fatores naturais e humanos – e cuja produção, processamento, transformação ou elaboração ocorram nesta mesma área geográfica delimitada.

§ 1º A Denominação de Origem Controlada – DOC – reconhece e protege a denominação geográfica sob a qual um produto se tornou notório, com nítida ligação entre o produto, o território e o talento do homem.

§ 2º Os atributos do meio geográfico compreendem fatores naturais como solo e clima e fatores humanos, como saber fazer, tradição e cultura.

O Sebrae apoia os pequenos produtores no processo de obtenção do registro de Indicação Geográfica, outorgados pelo INPI. Essas ações vão desde formalização das entidades coletivas representativas até a realização de levantamento histórico e demarcação de área, que comprovam a notoriedade do território vinculado ao produto. Programas como o Sebraetec, por exemplo, podem viabilizar o acesso dos produtores das IGs aos serviços tecnológicos para aprimorar processos produtivos e avaliar a conformidade aos requisitos de qualidade. (SEBRAE, 2017).

Instituições de Ensino e Pesquisa, com destaque para as Universidades, são as maiores colaboradoras na delimitação da área da IGs. Essa parceria entre entidades requerentes e Universidades é especialmente forte na região sul do país, onde também é expressiva a participação da Embrapa. (Valente et al, 2013).

Para alcançar maior reconhecimento nacional, os produtores da região de Urussanga se associaram e criaram a PROGOETHE e através desta iniciativa buscaram o apoio do Sebrae e da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) para solicitar a primeira Indicação Geográfica (IG) do Estado de Santa Catarina, com intuito de agregar valor e promover uma melhoria na geração de renda de seus associados e o desenvolvimento local.

4 A RELEVÂNCIA DA CERTIFICAÇÃO

A competitividade é fator indiscutível tanto no cenário do comércio mundial como em qualquer mercado regional, nacional ou local. Inseridos nesta realidade, os produtores procuram cada vez mais novas maneiras de se diferenciar no mercado, surgindo assim um interessante cenário para as IGs. (SOUZA, 2013).

Ao longo das últimas décadas novos nichos de mercado foram surgindo, adquirindo estratégias de valorização do produto. A noção de IG foi sugerida de forma gradativa, quando produtores e consumidores passaram a perceber sabores ou qualidades peculiares em alguns produtos que provinham de determinados locais. Neste contexto, as IGs estão inseridas no movimento global de segmentação dos mercados, valorizando os recursos territoriais. (BRUCH at al, 2011).

A Portugal Foods, associação que, ao agregar empresas e entidades no sistema científico e tecnológico ligados ao setor agroalimentar português, tem como missão a produção e partilha de conhecimento como suporte à inovação e à competitividade, lista dez tendências para o futuro do setor alimentar mundial, e a primeira delas é 1- À procura da origem, seguida de 2- Plantas ao Poder, 3- Balanço aos Açúcares, 4- Orquestra Gastronômica, 5- Alimentação à Medida, 6- Sofisticação Artesanal, 7- Oportunidades no momento, 8- Do brinquedo à colher de pau, 9- Ao alcance de todos e 10- As sementes da mudança. Essas tendências podem reforçar a relevância das D.Os no decorrer dos próximos anos.

A Denominação de Origem pode valorizar o produto em si, ressaltando suas características originais/naturais. Pela sua origem ou modo de produção o produto se torna único e pode transcender as segmentações tradicionais de marketing (KRÜCHEN, 2001).

Segundo ABRASEL, Associação Brasileira de Bares e Restaurantes, Selos de origem valorizam produtos genuinamente brasileiros. Essa é uma das estratégias indispensáveis para que pequenos produtores tenham visibilidade e competitividade, especialmente em tempos difíceis para a economia (ABRASEL, 2017).

Cerdan at al (2014), citam algumas vantagens com o reconhecimento do registro de IG, o fato de estimular a melhoria qualitativa dos produtos, já que são submetidos a controles de produção e elaboração, bem como investimentos na própria zona de produção (novos plantios, melhoria tecnológica no campo e na agroindústria), facilitar a comercialização de produtos, melhorando o acesso ao mercado através desta identificação especial (D.O), especialmente junto às cooperativas ou associações de pequenos produtores, que via de regra, possuem menos experiência e renome junto ao mercado. Gerir ganho de confiança junto ao consumidor quanto à autenticidade dos produtos, pela ação dos conselhos

reguladores que seriam criados e da autodisciplina que exigem. Promover produtos típicos, entre outras vantagens.

Através destes exemplos é possível que as IGs contribuam para o reconhecimento da região, colaborando para popularização e desenvolvimento do turismo e do marketing destes produtos ou serviços. O turismo de experiência pode surgir como um subproduto das IGs, atraindo o turista para conhecer a singularidade existente na região.

A diferenciação é uma maneira de se fortalecer no mercado e também se sobressair no Movimento Compre do Pequeno Negócio, iniciativa liderada pelo Sebrae para incentivar o consumo de produtos e serviços oferecidos por empresas de menor porte, para garantir a sustentabilidade e o desenvolvimento da economia local (SEBRAE, 2017).

A regionalização dos produtos possui elementos intrínsecos como o saber fazer individual e coletivo, o uso de possíveis práticas agrícolas, além da matéria-prima, todos considerados elementos diferenciadores essenciais para certificação de um produto (ALBERT, 2008).

Considerando tendências na América Latina, de acordo com Wilkinson (2003) não é a grande empresa autosuficiente que é o motor de dinamismo econômico, mas a construção de *clusters*, de distritos (agro) industriais e de sistemas agroalimentares locais. Amparada em noções de inovação que valorizam os conhecimentos tácitos e as complementaridades dinâmicas de relações interpessoais e de proximidade, a promoção de “sistemas locais de inovação” ou “arranjos produtivos locais” encaminha na mesma direção. A revalorização de recursos e conhecimentos locais/ tradicionais a partir da criação de “denominações de origem”, cujos mecanismos são formalizados na teoria das convenções, complementa essas alternativas. No entanto, é importante notar aqui a originalidade das “convenções de qualidade” que surgem no contexto da pequena produção na América Latina e que se destacam por noções mais difusas de território e de atividades artesanais, pela importância de agroecologia e pelo apelo a diversas formas de validação, bem como pelos procedimentos de certificação participativa.

Num contexto cada vez mais globalizado e de um consumidor com muito acesso a informação são necessárias estratégias de qualidade para o crescimento dos mercados. Em 2008, no Fórum sobre Indicações Geográficas em Lisboa, R. gest. sust. ambient., Florianópolis, v. 6, n. 3, p. 5-30, out./dez. 2017.

Portugal, foi colocado que as Denominações de Origem assumem um papel cada vez mais disputado no comércio mundial, ao emprestarem valor e credibilidade aos produtos. A aposta na diferenciação e na produção de bens de valor acrescentado é absolutamente vital para qualquer estratégia comercial. A importância das empresas chegarem com este diferencial ao consumidor que é cada vez mais exigente e cuja escolha, mais do que nunca, é determinada pela qualidade, pela tipicidade e pela autenticidade dos produtos, que procura selos de qualidade que garantam a origem dos bens e que os liguem à determinada região, as suas características climáticas, geológicas, à sua cultura e aos conhecimentos tradicionais que passam de geração em geração.

Neste cenário, de acordo com o Sebrae (2005), os consumidores tem exigido maior clareza com relação aos produtos consumidos, principalmente os agroalimentares, o que tem mobilizado importantes embates no âmbito das instâncias regulatórias do comércio internacional. Controle sanitário rigoroso, rastreabilidade do processo produtivo e a promoção de produtos de qualidade diferenciada passam a ser critérios de negociação internacional reforçado por um mercado que valoriza cada vez mais produtos artesanais, biológicos, orgânicos em oposição a uma certa impessoalidade da grande indústria alimentar.

Qualquer atividade de produção deve estar direcionada à demanda do consumidor. Considerando o mercado internacional, a importância da qualidade e da identidade dos produtos, as Denominações de Origem representam um elemento importante de garantia e alinhamento neste sentido (TONIETTO, 1993).

Segundo Caldas, 2009, as regiões e lugares assumem uma perspectiva singular de oportunidades de novas formas de organização do território, desenvolvimento tecnológico, inclusão social e melhoria da qualidade de vida dos consumidores locais.

Para Mendes et al (2014) , que entendem a Denominação de origem como regionalização, acreditam que estes produtos certificados representam expressiva importância social, cultural e econômica, sendo esta valorização vinculada ao terroir e tendo normas de proteção contra a imitação e a utilização indevida. Como são produtos que se qualificam pela notoriedade – produtos de primeira linha – levam a qualificar também seus consumidores, que sabem o que querem e o que estão adquirindo.

Embora os principais fatores de motivação à compra de produtos certificados, para os brasileiros, sejam a segurança alimentar e a credibilidade dos produtos, um pequeno percentual (2%) de consumidores ainda não percebe diferença entre produtos certificados e os demais. Por outro lado, o conceito de certificação ainda não está esclarecido para um percentual maior de consumidores, à medida que estes ainda associam os processos de garantia de qualidade com valor nutritivo, entre outros (Valent at al, 2014). Considerando este contexto em uma parcela de consumidores, parece ser fundamental que a informação chegue de maneira acessível ao maior número de pessoas, por meio de redes sociais, feiras entre outras formas de divulgação dos produtos e conseqüentemente do que representam os selos.

Os produtos com IG fomentam a perpetuação da identidade de seus territórios. Apesar desse caráter promotor e difusor da cultura regional, a IG não pode ser encarada como algo isolado perante o mercado competitivo, que se intensifica através da globalização. É certo que estes produtos são únicos e possuem potencialidades de agregação de valor, mas é necessário a junção de esforços que abrange conhecimentos administrativos, de gestão e gerenciamento. Neste sentido, o Marketing Territorial é abordado como uma ferramenta necessária para o sucesso das experiências de IG, pois, possui os instrumentos estratégicos para divulgação, promoção e perpetuação desses produtos. (Sakr e Dallabrida, 2015).

A presença de um produto com IG numa região pesa na decisão de jovens agricultores pela instalação ou implantação de empresas, à medida que ela induz uma estruturação em setores e uma remuneração a priori garantida. Essa atratividade oferece novas perspectivas em termos de emprego, permitindo aos jovens permanecerem em suas regiões (CERDAN at al 2010). Vale lembrar que a decisão pela certificação das IGs é vontade e escolha exclusiva dos produtores ou prestadores de serviços, unidos por região.

5 POTENCIAIS NO ESTADO DE SANTA CATARINA

Santa Catarina é um estado rico culturalmente, existem algumas regiões com potencial para Indicação Geográfica, que produzem produtos ou prestam

serviços com carga cultural territorializada. O Grupo de Pesquisa em Propriedade Intelectual, Transferências de Tecnologia e Inovação (PITTI/UFSC), no VI Workshop Catarinense de Identidade Geográfica, em 2015, apresentou alguns produtos com diferencial de origem, entre eles: Ostras cultivadas na Região de Florianópolis, Produtos Cárneos Suínos do Oeste Catarinense, Queijo Artesanal Serrano e Erva mate da Região do Planalto Norte Catarinense, sendo que estes dois últimos, segundo Sebrae, estão em processo de encaminhamento para certificação.

A estratégia de certificação territorial de produtos por meio do reconhecimento da IG é a que melhor sintetiza a relação entre identidades e desenvolvimento territorial. As experiências de IG tendem a agregar valor aos produtos com identidade territorial; logo, apresentam-se como estratégia para o desenvolvimento da região (Sakr et al, 2015).

Tabela 2: Relações entre identidade territorial e desenvolvimento

Indicador	Relação
Identidade e valores sociais	A identidade territorial tende a reforçar o poder normativo dos valores éticos e comportamentais localmente compartilhados. Sobre o plano socioeconômico, a presença destes valores e, sobretudo, o entrecruzamento deles, consente em melhorar o nível de relação produtiva e comercial, favorecendo a manifestação daquelas formas de colaboração competitiva que constituem o fundamento das economias distritais.
Identidade e transferência do saber	Manifesta-se um “apego afetivo” ao saber localmente determinado e uma propensão mais forte que em outro lugar para a atualização deste patrimônio cognitivo.
Identidade e sentido de pertença	Talvez este seja o exemplo mais emblemático da interação virtuosa entre identidade territorial e desenvolvimento local. O sentido de pertença constitui, de fato, o cimento do sistema econômico-territorial e impele os atores locais a preferir, também na presença de algumas deseconomias, conter relações transacionais e colaborativas no interior do âmbito local.
Identidade e autorreprodução	Melhorar o nível de relação produtiva e comercial, favorecendo a manifestação daquelas formas de colaboração competitiva que constituem o fundamento das economias distritais.
Identidade e política	A relação entre identidade e política é muito forte, tende a crescer, no âmbito da arena política, o nível de convergência sobre os temas e o

	desenvolvimento de atores locais adequando-os às exigências do território e evitando que resulte numa desorganização dos equilíbrios locais.
Identidade e valorização dos recursos territoriais	O desenvolvimento endógeno se substancia na capacidade da comunidade local de “colocar em valor” o território e, em particular, aqueles recursos não localizáveis que, além de constituir elemento de diferenciação, podem tornarse, em termos projetivos, certos plus competitivos em torno dos quais se pode construir a estratégia de desenvolvimento local.
Identidade e sustentabilidade	Os sentimentos identitários determinam em nível local um apego afetivo aos valores paisagísticos e culturais do território que tende, por sua vez, a traduzir-se na adoção de comportamentos individuais e coletivos voltados à tutela e à valorização daqueles valores. A presença de uma forte identidade territorial favorece a maturação de modelos de desenvolvimento sustentável, enquanto este se funda sobre a valorização, específica cidade dos lugares; valorização que é tanto mais eficaz quanto maior é o envolvimento ativo da comunidade local. Além disso, a “sustentabilidade” dos processos em escala local não é um objetivo mensurável somente em termos ambientais, mas também em termos econômicos e culturais.

Fonte: Adaptado de Maiorki e Dallabrida (2015, p.18)

Santa Catarina possui 27 produtos com identidade territorial, com traços de identidade própria, resultantes do contexto físico-natural, sociocultural e econômico das regiões onde estão inseridos. Segundo Maiorki e Dallabrida (2015), vinte são produtos alimentares. Conforme dados dos mesmos autores, segue a lista destes produtos com as respectivas características:

- **Alho do Planalto e Serra Catarinense.** Região que tem como referência o município de Correia Pinto. O produto já foi avaliado pelo Ministério da Agricultura, que garantiu à variedade o nome do criador e o incentivo para a multiplicação do experimento, que já ocorre desde 1977 através da Empresa de Pesquisa Agropecuária de Santa Catarina.

- **Arroz do Alto Vale do Itajaí.** Tendo como referência os municípios de Rio do Sul e Ibirama. As características da região são propriedades de pequeno porte, cultivadas na forma de agricultura familiar. Este arroz já é tradição na região e os produtores tem forte preocupação acerca de novas tecnologias e aumento do desempenho das cultivares.

- **Banana de Corupá.** No município de Corupá e entorno, no norte de Santa Catarina. É o maior produtor de banana do Estado. A principal base econômica é a agricultura, a banana e o seu beneficiamento industrial. O município tem uma festa anual, a Bananafest, promovida pela Associação dos Bananicultores de Corupá.

- **Banana de Luís Alves.** Município de Luís Alves e entorno, entre Blumenau, Joinville e Itajaí, conhecido como o paraíso do Verde Vale. O cultivo iniciou em meados dos anos 1970 e foi decisivo para a diminuição do êxodo rural e para o desenvolvimento da região. A entidade representativa dos produtores de banana deste município é a Abla, Associação de bananicultores de Luís Alves.

Os autores salientam neste caso, que é possível pressupor que as duas experiências acima, de Corupá e Luís Alves, poderiam compor uma única IG, pela sua proximidade e semelhança nas características climáticas e de paisagem. Vale ressaltar que, se assemelham mas tem características identitárias diferenciadas.

- **Carne Suína do Oeste Catarinense.** Oeste de Santa Catarina, Municípios de Concórdia, Chapecó, Fraiburgo e Seara. Esta região responde por 67% da produção de carne suína do estado e é considerada o seleiro de Santa Catarina. A importância da suinocultura pode ser comprovada, por exemplo, por sediar empresas de inovação em tecnologia para melhoramentos genéticos em suínos. Os produtos cárneos de suínos da região, como defumados, embutidos, recheados e temperados, possuem características específicas que lhes atribuem identidade. Os municípios de Concórdia e Chapecó sediam Eventos como: a Exposição Feira Agropecuária, Industrial e Comercial, o Salão Brasileiro da Suinocultura, a Feira Internacional de Processamento e Industrialização da Carne, o Simpósio Brasil Brasil Sul de Suinocultura e a Festa Nacional do Leitão Assado.

- **Cebola de Ituporanga.** Município de Ituporanga, no Vale do Itajaí. O município é a capital nacional da cebola, responsável por abastecer 12% do mercado nacional, além de exportar. Sua economia é voltada para agricultura, com destaque para o turismo rural relacionado à produção de cebola. A Festa Nacional da Cebola ocorre anualmente e atrai estrangeiros ao local.

- **Cervejas Artesanais da Região de Blumenau.** Município de Blumenau e entorno. A produção de cervejas artesanais é um setor tradicional e promissor da economia da região, marcas como Eisenbhan e Bierland. Considerada a capital nacional da cerveja, possui fortes heranças germânicas, e na região existem mais

de dez microcervejarias e quase todas respeitam a Lei da Pureza Alemã (Reinheitsgebot) que permite apenas quatro ingredientes na confecção da bebida: água, lúpulo, malte e fermento. A Oktoberfest, ocorre anualmente em Blumenau e é a segunda maior festa sobre cerveja do mundo. A cidade abriga também o Museu da Cerveja, único do gênero no país.

O trabalho de Pellin e Mantovaneli (2016), destaca que um possível reconhecimento de IG, para a cerveja de Blumenau, poderá contribuir para o fortalecimento do setor, aumentando a competitividade, além de fortalecer a atividade turística da região.

- **Erva-Mate do Planalto Norte Catarinense.** Sendo referência o Município de Canoinhas, que declara-se como Capital Mundial da Erva-mate, cuja origem é ligada ao cultivo e extração da erva nativa. Anualmente promove a Festa da Erva-mate e sedia o Museu da Erva-mate.

A erva-mate do Planalto Norte Catarinense se diferencia pelo sistema de produção, a planta é cultivada em meio à Floresta de araucária, de forma harmônica, sem desmatamento. Este sistema de cultivo, aliado às características do solo e clima da região, conferem sabor leve ao produto, que agrada os consumidores. Os trabalhos de obtenção de IG iniciaram em 2013, através da Epagri em Canoinhas e o financiamento através do MAPA. Está entrando em fase final o processo de obtenção da IG. Couve à Epagri fortalecer a Associação de Produtores locais, com adequação do estatuto e outras providências, já que a mesma irá submeter a proposta ao INPI, o qual definirá as características exigidas para uso do selo. Também está sendo feito por um profissional local o levantamento histórico/cultural da erva-mate da região, documento que compõe o dossiê juntamente com as caracterizações ambientais feitas pela Epagri. Quando concedida, a IG da erva-mate do Planalto Norte Catarinense, irá beneficiar mais de 2 mil produtores, distribuídos por 17 municípios. (Epagri, 2017).

- **Queijo Kochkaese do Vale do Itajaí.** Municípios do Vale do Itajaí, sendo referências Blumenau, Indaial e Pomerode. O Queijo Kochkaese é elaborado de modo caseiro e sem pasteurização do leite, razão pela qual essa modalidade de queijo branco ainda está em processo de regulamentação. O produto é vendido em pequena escala, em feiras, por produtores que confeccionam o produto

isoladamente sem utilização de equipamentos tecnológicos. Dessa forma se preserva a cultura popular e é fonte de renda para muitas famílias.

- **Laranja e Suco do Vale do Rio Uruguai.** Engloba os municípios catarinenses de Concórdia, Chapecó e Itapiranga. Esta região, segundo estudos, produz a laranja de melhor qualidade do país, com baixo grau de acidez, agradável ao paladar, tamanho adequado e coloração chamativa e vivaz. Essas qualidades devem-se ao microclima regional configurado pela presença de um vale nas proximidades do Rio Uruguai e afluentes.

- **Lingüiça de Blumenau.** Famoso embutido que expressa a cultura e singularidade da produção blumenauense com qualidade reconhecida e sabor resultante do uso de carnes nobres da região. As origens dessa receita expressam as raízes da colonização alemã, fortemente presente na região. Já possui mercado consumidor consolidado. Este e outros produtos da região são divulgados em eventos como o Festival Gastronômico.

- **Maçã de São Joaquim.** Serra Catarinense. Município famoso pelas baixas temperaturas, com presença eventual de neve, é reconhecido pela produção de maçãs, principalmente as da qualidade Fuji. Possui o título de maior produtor do estado. Cerca de 70% da base econômica do município gira em torno da fruta, considerada de sabor, aparência, cor e textura incomparáveis. A cada 2 anos é realizada a Festa Nacional da Maçã. São Joaquim conta com mais de mil pequenos produtores e com a Associação de Produtores de Maçã e Pera (Amap).

- **Mel de Melato da Serra Catarinense.** Municípios da Serra Catarinense, Urubici, Bom Retiro, Rio Rufino, Bocaina do Sul, Palmeira, Lages e entorno. O mel de melato é resultante da utilização, pelas abelhas, do líquido expelido pela árvore *mimosa scabrella* (popular bracatinga), a partir do ataque da cochonilha, parasita que possui tempo de vida de dois anos. Portanto o auge da produção deste mel ocorre a cada 2 anos. Este tipo de mel é único, menos açucarado e mais exuro que o mel obtido do néctar floral. É considerado “puro” por causa da grande quantidade de bracatingas da região.

- **Ostras de Florianópolis.** Capital de Santa Catarina. As ostras alimentam-se de detritos marinhos e operam como filtros aquáticos. A parte insular de Florianópolis possui cerca de 100 hectares ocupados pela maricultura, a criação de mariscos. No bairro Ribeirão da Ilha, aproximadamente cinco mil pessoas tiram

sustento dessa atividade. Florianópolis possui as águas consideradas ideais para o cultivo desse marisco, são rasas, até 1 metro e meio, calmas e possuem nutrientes trazidos pela chuva que ocorre na Serra do Mar, na parte continental. As ostras da capital catarinense desenvolvem-se completamente em cerca de 6 meses, enquanto a ostra francesa, referência mundial, demora seis vezes mais. Florianópolis detém 80% da produção nacional de ostras e realiza anualmente a Fenaostra.

- **Queijo Serrano.** Municípios da Serra Catarinense e região serrana do nordeste do Rio Grande do Sul. Esta extensão entre SC e RS, possui altitudes superiores a 1000 metros e invernos rigorosos, sendo famosa pela produção de queijos artesanais e coloniais, o queijo serrano, considerado Patrimônio Cultural Territorial. A qualidade do queijo serrano, reconhecido nacionalmente, resulta de especificidades da região, como o leite das vacas que se alimentam de pastagens naturais e o clima típico. No município de Laurentino / SC, ocorre a Festa Estadual do Queijo.

O processo de obtenção do IG está em fase final. A entrega do dossiê aos representantes do INPI será feita pela Federação das Associações de Produtores de Queijo Artesanal Serrano de SC e RS (Faprogas), que é a instituição que demandou a obtenção de certificação. Todo processo de solicitação do IG foi coordenado pela Epagri/SC e Emater/RS. Participaram também produtores e suas entidades representativas, além de diversas instituições. O trabalho teve apoio financeiro e técnico do MAPA. A região geográfica delimitada como produtora é denominada Campos de Cima da Serra, compreende 18 municípios da serra catarinense e 16 região da região nordeste de altitude do RS. São aproximadamente 3,5 mil pecuaristas familiares que produzem o queijo, utilizando somente leite da propriedade. Ele faz parte da tradição, da alimentação e da renda das famílias da região desde 1700. É um pedaço da história que reúne características únicas, como o saber fazer que cruzou o Atlântico com os portugueses e que vem sendo transmitido de geração a geração por mais de dois séculos. Além disso, é produzido num território com características de solo e de clima que são únicas no Brasil, caracterizando-se como um produto *terroir*, sem possibilidades de ser produzido da mesma forma em outras regiões (EPAGRI, 2017).

- **Quirera.** Território do Contestado, de Concórdia, Irani e Joaçaba até Canoinhas. Quirera é o nome popular do milho triturado em pilão. Fazia parte da alimentação do homem do Contestado, assim a dieta alimentar da sociedade regional durante e depois da Guerra do Contestado era basicamente quirera. Poderia constituir-se uma Especificidade Territorial. Atualmente, o milho é triturado mecanicamente, o que não lhe atribui a mesma qualidade e além disso, a Indústria não se preocupa, necessariamente, com a qualidade da matéria-prima.

- **Truta da Serra Catarinense.** Municípios de Bom Jesus da Serra, Painel, Lages, São Joaquim, Urupema e Urubici. Os municípios da Serra Catarinense possuem diversas atrações turísticas relacionadas à truta, peixe famoso da região. A truta movimenta a economia nas pousadas especializadas com a presença de pesque-pague e sua culinária típica. No município de Painel, o Instituto do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA) administra a Estação Nacional de Truticultura. Já a Associação Brasileira de Truticultores (ABRAT) investe em projetos e inovação, como a criação da Rota da Truta, roteiro que engloba os municípios da região serrana, sedes das criações de peixes mais antigas do estado.

- **Vinhos de Altitude da Serra Catarinense.** Municípios de São Joaquim, Campos Novos e Caçador. Os vinhos de altitude são produzidos em áreas situadas entre 900m e 1400m de altitude. A infraestrutura, que alguns municípios catarinenses possuem para produzi-los, reflete potencialidade de uma nova especificidade territorial, sendo a região detentora de cerca de 180 qualidades dessa bebida. Em São Joaquim existe a famosa Cantina Villa Francioni, maior vinícola da região. O Centro Comercial Casa dos Vinhos, em São Joaquim e com filiais em outros municípios, também aderiu à venda dos vinhos de altitude produzidos na Serra Catarinense. Já a Associação Catarinense de Produtores de Vinhos Finos de Altitudes atua na divulgação dos vinhos desta região e promove a Feira Expovinis. Dessa forma, é possível divulgar a qualidade certificada destes vinhos, com aroma, textura e paladar singulares. Outro fato que merece destaque é a forma de produção e do cultivo da uva da região, plantada em fileiras para captar mais luz solar, com pequena produção por parreira mas com garantia de qualidade. A Vindima de Vinhos Finos de Altitude é um evento nos municípios serranos catarinenses produtores desta bebida.

Figura 2: Mapeamento das potencialidades de Indicação Geográfica de SC



Fonte: Revista de Política Agrícola. Ano XXIV – Nº 3 – Jul./Ago./Set. 2015

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A importância do reconhecimento de Indicações Geográficas, em especial a espécie Denominação de Origem, em regiões do estado de Santa Catarina, envolvendo pequenos e médios produtores, pode significar a possibilidade de movimentar a economia local, com ampliação do mercado de trabalho e oportunidades para o turismo na região com geração de novos empregos, valor agregado aos produtos e visibilidade que propicia investimentos para o desenvolvimento regional. Pode ser uma alternativa de inserção no mercado, frente às grandes empresas.

Percebe-se por todo exposto que a Denominações de Origem são certificações que podem agregar valor cultural, econômico, político e ambiental a região onde se produz produtos e serviços.

O envolvimento entre órgãos competentes, profissionais habilitados, universidades, inclusive órgãos governamentais, entre outros, em torno desse assunto, orientando os responsáveis pelas áreas com potencial para o reconhecimento de D.O pode ampliar o interesse de produtores regionais para o reconhecimento pela qualidade e tradição de seus produtos e consequentemente para divulgação da sua região, que conforme exemplos potenciais em Santa Catarina, esta prática quando aplicada tem gerado resultados positivos.

Por todo exposto, acredito que Qualificação e Certificação de produtos caracterizam-se como estratégias e instrumentos de uma política de desenvolvimento territorial sustentável, já que possibilita a fixação e valorização do pequeno agricultor no campo e a legislação busca sempre a preservação dos recursos naturais e sociais. É possível identificar a importância da Denominação de Origem como vetor de desenvolvimento, ressaltando que para tanto é necessário a contribuição dos setores da economia, órgãos tecnicamente habilitados, a exemplo da EPAGRI, UFSC, entre outros, da comunidade local e da própria sociedade que é o público-alvo que os produtos e serviços querem alcançar. O desenvolvimento ocorre em consequência da divulgação através de feiras, festas e eventos na região que servem de atrativos turísticos e possibilitam visibilidade e expansão. Como a legislação exige associação de produtores para a concessão da certificação, isso favorece a união de todos em prol da mesma causa, fortalecendo as ações.

THE IMPORTANCE OF THE DESIGNATION OF ORIGIN IN THE STATE OF SANTA CATARINA: RECOGNITION OF THE SEAL OF PROTECTION

ABSTRACT

Nowadays, despite all the globalization process in the world, consumer trends point to the valorization of regional products, small and medium producers that work with quality control throughout the production chain and also join in clusters, which can be understood as a geographic agglomeration of companies, as a strategy for the development and economic strengthening of a region. These tendencies meet the behavior of a consumer who is increasingly informed and conscious about his choices and also approaches the concept of regionalization, which gives credibility to the products. The Denomination of Origin (DO) represents one of the species of the Geographical Indication (GI), and is the focus of the bibliographical, documentary and descriptive research of this article, considering the historical trajectory, laws and bodies responsible for granting recognition, as well as current context, what is the importance of the seal in the products of Santa Catarina and how it can represent a competitive advantage to them, considering sites that are already with the process in progress for recognition as those with potential for the concession.

Keywords: Denomination of Origin; Geographical Indication; Quality; Protection Seal.

REFERÊNCIAS

ABRASEL, Associação Brasileira de Bares e Restaurantes. Disponível em: <[HTTP://www.sc.abrasel.com.br](http://www.sc.abrasel.com.br)> Acesso em 15 mar.2017.

ALBERT, Aguinaldo Z. **Borbulhas**. Tudo sobre champanhe e espumantes. São Paulo: Senac, São Paulo, 2008.

BRASIL.**Lei nº9279, de 14 de maio de 1996**. Regula direitos e obrigações relativas à propriedade industrial. Disponível em: <[HTTP://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/9279.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/9279.htm)>. Acesso em: 10 abr. 2017

BRUCH,K.L.; VIEIRA,A.C.P.; WATANABE,M. **Revista GEINTEC.Gestão, Inovação e Tecnologia**, v.2, n.4, 2012.

CALDAS,A.S. As Denominações de Origem como unidade de Planejamento, Desenvolvimento local e Inclusão Social. **RDE Revista de Desenvolvimento Econômico**, 2009. Revistas.unifacs.br

CERDAN,C.; BRUCH,K.L.; SILVA,A.L.; COPETTI,M.; LOCATELLI,L.: **Indicação Geográfica de Produtos Agropecuários: Importância histórica e atual**. In: Brasil, Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Florianópolis: EAD/UFSC/FAPEU, 2010.

CERVO,Arnaldo L.; BERVIAN,Pedro A.; DA SILVA,Roberto. **Metodologia Científica**. 6ed. São Paulo. Pearson Prentice Hall, 2007.

GIESBRECHT, Hulda O.; SCHWANKE, Fernando H.; MÜSSNICH, Alexandre G. : **Indicações Geográficas Brasileiras: Brazilian geographical indications : indicaciones geográficas brasilenãs**. – BRASÍLIA: SEBRAE, INPI, 2011.

INPI, Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Disponível em:: <<http://www.inpi.gov.br/>> Acesso em 10 Fev.2017.

KRÜCHEN-PEREIRA, Lia. **O processo de valorização de produtos alimentícios através das Denominações de Origem e Qualidade: uma abordagem de gestão do conhecimento**. UFSC, 2012.

MAIORKI, Giovane J.; DALLABRIDA, Valdir R. **A indicação geográfica de produtos: um estudo sobre sua contribuição econômica no desenvolvimento territorial**. INTERAÇÕES, Campo Grande, v.16, n.1, p.13-25, Jan./Jun. 2015

MAPA. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Indicação Geográfica – IG, Sustentável / indicação – geográfica**> Acesso em : 23 Jul.2017.

MENDES, Bruna C.; QUINZANI, Suely S.P.; MARQUES, Arthur. **Processo de regionalização gastronômica: vantagem ou desvantagem ?** *Revista Hospitalidade*. São Paulo, v.XI, n.1, p. 90-106. Jun, 2014.

R. gest. sust. ambient., Florianópolis, v. 6, n. 3, p. 5-30, out./dez. 2017.

PELLIN, V.; MANTOVANELI, O.J. Pracs: **Revista eletrônica de Humanidades do Curso de Ciências Sociais da UNIFAP**. Vol.9, ISS 3, Pp 47-61 (2016).

PROGOETHE, Associação de Produtores da Uva do Vinho Goethe. Disponível em: <<http://www.progoethe.com.br>> Acesso em 20 Jun.2017.

SAKR, M.R.; ZEITHMMER, N.; ABIB,S.W.; DALLABRIDA,V.R. **Produtos com identidade territorial no Estado de Santa Catarina: potenciais para a Indicação Geográfica**. São Paulo: Editora Liberars, p.135 -172, 2015.

SAKR,M.R.; DALLABRIDA,V.R. **O marketing territorial como estratégia de construção e divulgação de imagem dos territórios: a indicação geográfica como referência**. Globalização em tempos de regionalização – repercussões no território. Santa Cruz do Sul, RS, Brasil, 9 a 11 de setembro de 2015.

SEBRAE, Serviço de Apoio a Pequenas e Micro Empresas. Disponível em: <<http://agenciasabrae.com.br/>> Acesso em 10 Ago.2017.

SOUZA, Gabriela M.de. **Indicações Geográficas**. UFSC,2013.

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

VALENT, Joice Z.; VIEIRA, Tatiana R.;BRUZZA, Adriano; RODRIGUES, Renata G.; CELIA, Andrea P.; SCHMIDT, Verônica. Fatores determinantes do consumo de alimentos certificados no Brasil. **Periódicos, UFSM, vol.18, 2014**.

VALENTE, Maria E.R.; PEREZ, Ronaldo; FERNANDES, Lucia R.de M.V. **O processo de reconhecimento das indicações geográficas de alimentos e bebidas brasileiras: regulamento de uso, delimitação da área e diferenciação do produto**. Ciência Rural vol.43 n 7 Santa Maria Jul 2013 Epub

_____ Valorização de Produtos com diferencial de qualidade e identidade: indicações geográficas e certificações para competitividade nos negócios/ Organizado por Vinícius Lages, Léa Lagares e Christiano Lima Braga. – **Brasília: SEBRAE, 2005**.

WILKINSON, Jonh. Estudos Sociedade e Agricultura, Rio de Janeiro, 21, outubro, 2003: 62 -87. CPDA/UFRRJ.

Anexo 1: Tabela das áreas de Indicações Geográficas nacionais reconhecidas

ÁREAS DE INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS NACIONAIS RECONHECIDAS

	Nome Geográfico	UF	Produto / Serviço	Espécie	Concessão
1	Vale dos Vinhedos	RS	Vinhos tintos, brancos e espumantes	Indicação de Procedência	19/11/2002
2	Região do Cerrado Mineiro	MG	Café	Indicação de Procedência	14/04/2005
3	Pampa Gaúcho da Campanha Meridional	RS	Carne bovina e seus derivados	Indicação de Procedência	12/12/2006
4	Paraty	RJ	Aguardentes, tipo cachaça e aguardente composta azulada	Indicação de Procedência	10/07/2007
5	Vale do Sinos	RS	Couro acabado	Indicação de Procedência	19/05/2009
6	Vale do Submédio São Francisco	PE	Uvas de mesa e manga	Indicação de Procedência	07/07/2009
7	Pinto Bandeira	RS	Vinhos tintos, brancos e espumantes	Indicação de Procedência	13/07/2010
8	Litoral Norte Gaúcho	RS	Arroz	Denominação de Origem	24/08/2010
9	Região da Serra da Mantiqueira de Minas Gerais	MG	Café	Indicação de Procedência	31/05/2011
10	Costa Negra	CE	Camarões	Denominação de Origem	16/08/2011
11	Região do Jalapão do Estado do Tocantins	TO	Artesanato em capim dourado	Indicação de Procedência	30/08/2011
12	Pelotas	RS	Doces finos tradicionais e de confeitaria	Indicação de Procedência	30/08/2011
13	Goiabeiras	ES	Paneles de barro	Indicação de Procedência	04/10/2011
14	Serro	MG	Queijo	Indicação de Procedência	13/12/2011
15	São João Del Rei	MG	Peças artesanais em estanho	Indicação de Procedência	07/02/2012
16	Franca	SP	Calçados	Indicação de Procedência	07/02/2012
17	Vales da Uva Goethe	SC	Vinho de uva goethe	Indicação de Procedência	14/02/2012
18	Canastra	MG	Queijo	Indicação de Procedência	13/03/2012
19	Pedra II	PI	Opalas preciosas de Pedro II e joias artesanais de opalas de Pedro II	Indicação de Procedência	03/04/2012
20	Região Pedra Carijó Rio de Janeiro	RJ	Pedra carijó	Denominação de Origem	22/05/2012
21	Região Pedra Madeira Rio de Janeiro	RJ	Pedra madeira	Denominação de Origem	22/05/2012
22	Região Pedra Cinza Rio de Janeiro	RJ	Pedra cinza	Denominação de Origem	22/05/2012
23	Cachoeiro de Itapemirim	ES	Mármore	Indicação de Procedência	29/05/2012
24	Norte Pioneiro do Paraná	PR	Café verde em grão e industrializado torrado em grão e/ou moído	Indicação de Procedência	29/05/2012
25	Manguezais de Alagoas	AL	Própolis vermelha e extrato de própolis vermelha	Denominação de Origem	17/07/2012
26	Linhares	ES	Cacau em amêndoas	Indicação de Procedência	31/07/2012
27	Vale dos Vinhedos	RS	Vinhos tintos, brancos e espumantes	Denominação de Origem	25/09/2012
28	Paraíba	PB	Têxteis em algodão colorido	Indicação de Procedência	16/10/2012
29	Região de Salinas	MG	Aguardente de cana, tipo cachaça	Indicação de Procedência	16/10/2012
30	Porto Digital	PE	Serviços de tecnologia da informação - TI	Indicação de Procedência	11/12/2012
31	Altos Montes	RS	Vinhos e espumantes	Indicação de Procedência	11/12/2012
32	Divina Pastora	SE	Renda de agulha em lã	Indicação de Procedência	26/12/2012
33	São Tiago	MG	Biscoitos	Indicação de Procedência	05/02/2013
34	Alta Mogiana	SP	Café	Indicação de Procedência	17/09/2013
35	Mossoró	RN	Melão	Indicação de Procedência	17/09/2013
36	Cariri Paraibano	PB	Renda renasença	Indicação de Procedência	24/09/2013
37	Monte Belo	RS	Vinhos	Indicação de Procedência	01/10/2013
38	Região do Cerrado Mineiro	MG	Café	Denominação de Origem	31/12/2013
39	Piauí	PI	Cajulina	Indicação de Procedência	26/08/2014
40	Rio Negro	AM	Peixes ornamentais	Indicação de Procedência	09/09/2014
41	Microrregião de Abaira	BA	Aguardente de cana, tipo cachaça	Indicação de Procedência	14/10/2014
42	Pantanal	MS/MT	Mel	Indicação de Procedência	10/03/2015
43	Farroupilha	RS	Vinhos moscatel dos tipos fino branco, espumante, frisante, licoroso, mistela simples moscatel e brandy de vinho moscatel.	Indicação de Procedência	10/07/2015
44	Ortigueira	PR	Mel	Denominação de origem	01/09/2015
45	Maracaju	MS	Linguiça	Indicação de Procedência	24/11/2015
46	Região de Mara Rosa	GO	Açafrão	Indicação de Procedência	02/02/2016
47	Região das Lagoas Mundaú-Manguaba	AL	Bordado filé	Indicação de Procedência	19/04/2016
48	Carlópolis	PR	Goiaba	Indicação de Procedência	17/05/2016
49	Região do Pinhal	SP	Café verde, torrado e moído	Indicação de Procedência	19/07/2016