



## AS NUANCES DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS: Legitimação, Notabilidade Territorial e Valorização do Mercado

*Eixo Temático: GT “4” – Desenvolvimento Rural, Agricultura Familiar, Economia Agrícola, Meio Ambiente e Sustentabilidade.*

Eliomar Luz Santos<sup>1</sup>;

Maria Salete de Souza Nery<sup>2</sup>

### Resumo

O tema Indicações Geográficas é recente no Brasil, entretanto é um assunto que está ganhando espaço nos últimos anos devido à sua importância no sentido de reconhecer, valorizar e proteger um território que se destaca por ser referência em produtos e serviços que se distinguem por suas características específicas intrínsecas ao lugar de produção. Deste modo, o objetivo deste trabalho consiste em discorrer sobre a temática ora ventilada, e sua influência na valorização das singularidades produtivas regionais, em meio às diversidades dos grupos que ocupam esses espaços, como forma de inserção e integração territorial. Para isso, foi aplicada como metodologia um levantamento teórico utilizando algumas obras dos autores que abordam esta temática, assim como pesquisas nos sites oficiais, responsáveis por coordenar a política de Indicação Geográfica. Os resultados mostraram que o empenho dos produtores na busca por reconhecimento e implementação das Indicações Geográficas estimula os moradores das comunidades a se dedicarem a produção local, a se organizarem em associação e cooperativas e, solidariamente, planejarem estratégias nos setores produtivo e mercadológico, capazes de contribuir para o crescimento e desenvolvimento local.

**Palavras-Chave:** Indicações Geográficas; Valorização; Integração territorial.

### 1. Introdução

Nos últimos séculos, o mundo foi impactado por grandes transformações em todas as áreas. Os avanços na ciência e na tecnologia revolucionaram o mundo, a partir do desenvolvimento da microeletrônica e da internet, diminuindo as distâncias, por meio das inovações dos meios de comunicação, que conectaram as diversas partes do planeta, em tempo real. Esses fatores contribuíram para o aumento dos fluxos de mercadorias e serviços, intensificando, assim, o processo de mundialização.

---

<sup>1</sup> Doutorando em Memória: Linguagem e Sociedade, Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia – UESB. E-mail: eliomarls@bol.com.br

<sup>2</sup> Doutora em Ciências Sociais, Universidade Federal do Recôncavo da Bahia – UFRB. E-mail: saletenery@ufrb.edu.br

Em um mercado cada vez mais globalizado, os consumidores se deparam com uma infinidade de produtos, dos mais variados gêneros, que se encontram a sua disposição. Por isso, eles estão cada vez mais atentos, seletivos e exigentes nas escolhas de um determinado bem, prezando por melhor qualidade, certificando os atributos como a procedência e composição, sejam por motivos de um estilo de vida mais saudável ou, até mesmo, na satisfação dos seus gostos e na provisão de necessidades básicas, de acordo as suas preferências individuais.

Por outro lado, alguns desses produtos conquistaram o consumidor, obtendo notoriedade no mercado, por suas características e qualidade diferenciadas, se destacando dos demais. Esse prestígio trouxe grande visibilidade para certas marcas, que se tornaram vulneráveis às práticas oportunistas, como as imitações e falsificações. Podemos citar alguns produtos de procedência internacional, reconhecidos por serem provenientes de uma determinada região geográfica, como por exemplo, o Champagne, o Vinho Bordeaux e o Vinho do Porto, que são produtos europeus, largamente conhecidos em todo mundo. No cenário brasileiro, podemos mencionar a Cachaça Abaíra, o vinho Vale dos Vinhedos e o Queijo Canastra, que são conhecidos e apreciados no país e no exterior.

Todos esses produtos possuem algo em comum, eles conquistaram um status, não apenas por serem oriundos de uma determinada região, mas, também, por outros atributos, como a qualidade decorrentes das características geográficas do lugar, envolvendo o clima, o solo, a vegetação e a altitude da região. Além disso, devem-se citar como as práticas e as tradições utilizadas no processo de extração, fabricação e manipulação da matéria prima. Todos esses aspectos influenciam de maneira direta e, de certa forma, se materializam na composição, trazendo distinção ao produto final, ao ponto deste ser denominado por seu lugar de origem. Do contexto exposto, surge o conceito de Indicações Geográficas (IGs) que:

[...] se referem a produtos ou serviços que tenham uma origem geográfica específica. Seu registro reconhece reputação, qualidades e características que estão vinculadas ao local. Como resultado, elas comunicam ao mundo que certa região se especializou e tem capacidade de produzir um artigo/prestar um serviço diferenciado e de excelência. (INPI, 2021a).

Esses espaços geográficos delimitados passam, então, a ter uma maior visibilidade, não apenas pelo fato de produzirem bens e serviços diferenciados e exclusivos, mas, principalmente, pela difusão e reconhecimento do resultado dos ingentes esforços dos atores responsáveis por toda essa estrutura produtiva, denotando a sua atuação no desempenho de suas funções, em cada estágio do processo de manipulação, resultando em um produto ou serviço com características específicas da localidade.

As IGs, no Brasil, se subdividem em duas modalidades: a Indicação de Procedência (IP) e a Denominação de origem, de acordo a Lei nº. 9.279 de 14 de maio de 1996:

Art. 177. Considera-se indicação de procedência o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço.

Art. 178. Considera-se denominação de origem o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos. (BRASIL, 1996).

A Indicação de Procedência (DO) em que as práticas produtivas e o saber fazer da região que, com o passar do tempo, obteve o reconhecimento por produzir ou fabricar um produto com excelente qualidade ou na prestação de um determinado serviço. A segunda modalidade de IG é a Denominação de Origem, que inclui os fatores naturais e humanos na produção ou fabricação de um produto com qualidade diferenciada ou prestação de um serviço. Não há diferença hierárquica e nem de importância entre essas duas espécies de IGs (SEBRAE, 2019).

Diante dessa breve exposição introdutória, salientamos que este trabalho tem como objetivo apresentar o tema IGs, que, apesar de ser um assunto recente e pouco discutido no País, tem contribuído de forma relevante na valorização das singularidades produtivas regionais como forma de integração, crescimento e desenvolvimento econômico territorial. Assim, por meio do reconhecimento das atividades nessas regiões geograficamente contempladas por esse dispositivo, os fabricantes se sentem estimulados a prosseguir e a aperfeiçoar os seus ofícios, incentivando os demais componentes da comunidade a aderirem a esse empreendimento promovendo um ambiente de cooperação que ganhou prestígio e, concomitantemente, ao longo do tempo, essa integração territorial será mais fortalecida e consolidada.

Salienta-se que esse assunto é de extrema importância para o desenvolvimento e para o crescimento dos territórios geográficos certificados como IGs, pois envolvem algumas questões pertinentes, como o modo de vida dos povos que habitam nessas regiões, o fortalecimento dos vínculos sociais, a unidade entre os grupos, a valorização do trabalho e da produção dos moradores, a cultura e as tradições da população local que, em grande parte, são pertencentes à agricultura familiar. As IGs englobam uma gama de elementos diversificados que compõem um território, desde a elaboração de produtos artesanais até os industrializados. Concorrem, ainda, para a prestação de serviços especializados nas mais diversas áreas, onde se situam os pequenos, os médios e os grandes produtores.

Esse reconhecimento e apoio, por parte dos órgãos oficiais, favorece a inserção de outros membros da comunidade nesse processo produtivo, visto que, antes de entrar com o pedido registro de IGs, é recomendado que os produtores se organizem em associações ou cooperativas, para que, em unidade, eles possam identificar as melhores estratégias de planejamento, produção e atuação no mercado, e, conseqüentemente, contribuam na geração de emprego e renda e na diminuição do êxodo rural.



## 2. Metodologia

Neste trabalho realizou-se uma pesquisa estritamente teórica, pautando-se num levantamento conteudista, subsidiado por publicações disponibilizadas em formato de livros, páginas de web sites, artigos científicos e demais trabalhos acadêmicos, no intuito de responder a questão proposta nesta pesquisa, que é discorrer sobre a temática Indicações Geográficas, e sua influência na valorização das singularidades produtivas regionais, em meio às diversidades dos grupos que ocupam esses espaços, como forma de inserção e integração territorial, a partir da oferta de produtos e prestação de serviços diferenciados.

Para o cumprimento deste propósito, utilizaram-se algumas plataformas digitais de consulta pública, que disponibilizam materiais diversos, como, por exemplo, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), assim como páginas de web sites dos órgãos governamentais, responsáveis por legislar, registrar e acompanhar todo processo que envolve as IGs no Brasil.

## 3. Indicações Geográficas e Integração Territorial

As IGs são uma espécie de signo distintivo que servem para diferenciar os produtos e os locais de procedência, esse fato é visto desde os tempos mais remotos. A própria Bíblia ilustra essa realidade, pois nela se encontravam produtos que eram identificados por seu lugar de origem, como o Cedro do Líbano e o vinho de En- Gedi. Na Grécia e em Roma, o mármore de Carrara era afamado e prestigiado por sua qualidade, tal qual eram os tecidos da cidade de Mileto. No entanto, as marcas e as IGs se confundiam na Antiguidade, não havendo uma diferenciação conceitual. Contudo, com o defluxo temporal, aflorou-se necessidade de reconhecimento e proteção desses bens distintos, cooperando, paulatinamente, para o estabelecimento definitivo do seu conceito (CERDAN *et al*, 2014).

No século XIX, na Europa, a implementação de normas e procedimentos para os produtos com origem específica já eram objeto de discussão. A inexistência de instrumentos legais, no sentido de proteger as regiões e os produtos locais, levaram as autoridades a criarem o que ficou denominado de IGs, no intuito de evitar ações dos oportunistas, que se beneficiavam da popularidade desses bens no mercado, para inserir produtos falsificados, trazendo sérios prejuízos para os produtores e para a região, que se destacou a partir de suas características produtivas.



A primeira IG a ser registrada no Brasil foi o vinho português, em 1999, o qual é produzido em um lugar conhecido como Região dos Vinhos Verdes, em Portugal. E, finalmente, após três anos, em 2002, o Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI), concedeu o selo para uma IG nacional, o Vale dos Vinhedos (localizado no Rio Grande do Sul), que é uma região especializada em fabricar vinhos tintos, brancos e espumantes (NIEDERLE, 2009).

Cabe frisar que o Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI) é o órgão responsável por registrar as IGs brasileiras, sendo que os direitos de proteção já constam na Constituição Federal de 1988, no artigo 5º:

Art. 5º. XXIX – a lei assegurará aos autores de inventos industriais privilégio temporário para sua utilização, bem como proteção às criações industriais, à propriedade das marcas, aos nomes de empresas e a outros signos distintivos, tendo em vista o interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País. (BRASIL, 1988)

Nesse sentido, faz-se necessário dizer que as IGs se diferem das marcas comerciais. Estas podem ser criadas a qualquer tempo e por qualquer pessoa física ou jurídica, ao contrário das Indicações Geográficas, que também são consideradas como signos distintivos, mas que, diferentemente das marcas, requer todo um contexto histórico e geográfico, para que possam ser registradas (BRUCH, et al., 2014). Nesse caso, o registro de IGs é de “natureza declaratória” (BRASIL, 2018), em que apenas reconhece a importância e a notoriedade de uma determinada região geográfica. Sobre isso, Locatelli (2007, p. 232) comenta que:

[...] ao contrário das marcas, as indicações geográficas não podem ser escolhidas arbitrariamente, pois dependem necessariamente de um meio geográfico – compondo-se de nome a ele relacionado. Então, enquanto as marcas apresentam, em geral, liberdade de composição e podem ser constituídas por nomes fantasia, as indicações geográficas serão sempre nomes geográficos que designam o lugar de procedência [...]

É crucial destacar que, os benefícios obtidos a partir do selo de indicação, outorgado pelo INPI, abrange uma gama de relações envolvidas no processo, não apenas certifica a qualidade de um produto ou serviço, diferenciando dos demais, mas promove o progresso territorial, devido a agregação de valor concedida a sua produção, tendo em vista que os produtores se sentem estimulados a permanecer na sua região e a prosseguir com sua atividade, em associação com os demais. Nas palavras de Pimentel (2013, p. 138):

As características familiares e tradicionais da IG se relacionam com a satisfação do produtor, ao ver que o comércio valoriza o território e a técnica tradicional na elaboração do produto, elementos que compõem juntamente com uma qualidade ímpar a vantagem na concorrência com outros produtos de qualidade inferior ou que não desfrutam da mesma notoriedade.

Cabe acrescentar a esse diálogo o conceito de território, em especial, o disseminado por Pollice (2010, p. 8), para quem esta terminologia: “[...] pode ser entendida como aquela porção do espaço geográfico na qual uma determinada comunidade se reconhece e se relaciona no seu agir individual ou coletivo [...]”. O reconhecimento de um determinado espaço geográfico que pertence uma IG, engloba vários aspectos particulares da região, a saber: a história, a cultura, o saber fazer, as técnicas. Todos esses fatores acabam sendo incorporados ao produto final. Com isso, vale ressaltar as falas de Cerdan, Bruch e Vitrolles (2014, p.236):

Uma das inovações importantes trazida pela IG é a sua dimensão coletiva. Os membros da associação se reúnem e definem não só as regras coletivas de produção e/ou de transformação, mas também as regras de comercialização. Eles têm duas opções: a venda individual (cada produtor por sua conta) e a venda coletiva, que requer, às vezes, a formação de uma cooperativa.

Para corroborar a edificação do elo social, reincidentemente pontificado no corpo desta investigação, transcrevemos, aqui, a visão teórica de Caldas (2013), que confere tônica à abordagem discorrida, qual seja:

“[...] a implementação de uma IG é promessa da garantia da inserção do produtor de base familiar na lógica adversa dos mercados segmentados. Em última instância, é o saber-fazer que proporciona a conquista da reputação dos produtos certificados, baseada nas singularidades territoriais” (CALDAS, 2013, pg. 134).

Todo o argumento construído, até então, demonstra o quanto essa questão é fundamental, tendo em vista que o processo de pedido de registro de IG é realizado para reconhecer uma determinada região, de onde se extrai, fabrica ou beneficia um produto ou prestação de serviço, que, via de regra, possui mais de um produtor ou beneficiador e nesse caso, o registro confere o direito exclusivo do uso da IG aos membros da referida comunidade.

Em razão disso, entende-se que o processo de implementação da IG se opera melhor por meio de associações ou cooperativismo, composto por produtores da localidade que desejam obter a certificação. Além disso, as questões que envolvem a organização de produção, logística e, principalmente, a atuação do mercado, requer um planejamento sinérgico envolvendo todos os produtores, no intuito de definir as regras de comercialização, que podem ser de forma coletiva ou individual.

Saraceno (2007, p. 188-189) reforça a ideia de associativismo, ao referenciar que essa cooperação funciona como uma “forma de dar coesão e unidade, sentimento de pertença, imagem reconhecível de dentro e de fora dos territórios”. Segundo Caldas (2014), essa é uma forma de fortalecer as políticas que evoluem as IGs. Quanto a isto, declara que:

As IGs asseguram para um conjunto de produtores reconhecimento, confiança, aumento da autoestima, uniformização da produção, competitividade intra e extrarregião produtora e a possibilidade desse território integrar-se no mundo da competitividade comercial. (CALDAS, 2014, p. 33).

Fica nítido, portanto, que, o registro da IG envolve a articulação entre moradores, produtores, uma série de reuniões entre os integrantes da região, e solicita um debate entre os envolvidos no intuito de discutir os passos a serem tomados referentes à documentação e os demais procedimentos diante do INPI e daqueles que serão responsáveis por responder e gerir o selo de registro.

Nesse sentido, Kochhann (2016) ressalta ainda que “A IG é também um instrumento de empoderamento e fixação de produtores na terra”. A atividade que envolve a relação homem/campo apresenta uma série de vantagens adicionais. Quando há um reconhecimento e valorização de sua região e do seu produto, o homem do campo se sente prestigiado e ao mesmo tempo um estímulo para continuar com sua atividade campesina. Desse modo, a IG desempenha um papel fundamental, tendo em vista que o selo distintivo promove um incentivo para toda comunidade, atraindo outros moradores para atuarem nas atividades que lhes foram beneficiadas com a certificação.

Quanto ao território geográfico delimitado para o qual foi outorgado o selo de IG, passa a ter uma maior visibilidade, por sua importância e características próprias de onde procede um produto ou serviço diferenciado. Os produtos ali fabricados são conhecidos pelo nome daquela região que foi reconhecida ou o seu gentílico. O INPI (2021b) deixa claro que “O nome geográfico é parte importante da identidade local, correspondendo a uma memória coletiva. Assim, os nomes geográficos devem dizer algo sobre os lugares que eles denominam”. Conforme apregoado por Bruch, Copetti e Fávero (2009), os territórios que angariaram o selo de IGs têm crescido de forma notória, com a agregação de valor ao produto ou serviço ali produzidos. Nesse sentido, Mendonça, Marins e Leite (2010, p. 4) acrescenta que:

A indicação geográfica traz benefícios nas esferas econômica, jurídica e social, uma vez que aumenta investimentos nas áreas geográficas de proveniência dos produtos/serviços propiciando desenvolvimento local, rastreabilidade do produto, mais participação de produtores no ciclo de comercialização do produto, valorização de habilidades locais, aumento da qualidade e valor agregado do produto, proteção contra crimes de uso indevido, fraudes, propagandas enganosas e usurpação de direitos.

O aumento do valor agregado do produto consolida seu lugar no mercado e, ao mesmo tempo, incentiva a produção local. Outro benefício para o produtor e demais membros da comunidade envolvidos, direta ou indiretamente, na cadeia produtiva é o setor turístico, que é aquecido devido à atratividade do público amante do turismo rural, gastronômico, e, também, estudantes e técnicos interessados nesse assunto. Desse modo, a região é amplamente favorecida, preservando a cultura e as especificidades locais, contribuindo para o crescimento e o desenvolvimento local.



## 4. Considerações Finais

Um território que foi reconhecido por um registro de IGs é beneficiado em múltiplos aspectos, incluindo desde a legitimação da identidade dos produtores locais, até o estímulo promovido nas etapas de extração, fabricação e comercialização do produto no mercado. Todos esses processos demonstram a responsabilidade coletiva dos agentes envolvidos, com um objetivo comum, isto é, de se reunirem para discutirem melhorias, aperfeiçoamento do produto e serviços já consagrados, assim como estratégias de inovação e projetos para expandir o campo de atuação do mercado.

A concessão de um registro de uma determinada IG permite que uma área geográfica seja demarcada para a extração, produção e/ou comercialização do bem por tempo indeterminado. Essa região específica passa a ter uma proteção perante a lei, contra o uso da marca e do registro indevidamente, impedindo possíveis práticas de imitações e falsificações. Assim como a produção que, também, passa a ter maior valor agregado, devido à agremiação dos produtores participantes da cadeia produtiva, disponibilizando seus produtos e serviços exclusivos, que carregam em si a junção de conhecimento e valores tradicionais da região produtora.

Desse modo, podemos destacar a relevância de, além de conferir valor aos produtos, por meio da outorga do registro da IG, os produtores dessa região terem a possibilidade de investir, incrementar e, conseqüentemente, expandir seu ambiente de negócios, valorizando e preservando o “saber fazer” dessa comunidade, haja vista que, na maioria das dos registros de IG são de localidades identificadas e reconhecidas por suas técnicas, habilidades e “know-how”. Uma herança histórico-cultural de comunidades específicas, que carece de políticas de apoio no sentido de preservar uma tradição diante de um mundo capitalista e globalizado.

## 5. Referências

BRASIL. **Constituição de República federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm) Acesso em: 20 de março de 2021.

BRASIL. **Instrução Normativa Nº. 95/2018, de 28 de dezembro de 2018**. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/assuntos/noticias/novas-normas-para-indicacoes-geograficas-entram-em-vigor/IN952018publicadanaRPI2504de02012019.pdf> Acesso em: 25 de março de 2021.



BRASIL. **Lei Nº. 9.279 de 14 de maio de 1996.** Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/19279.htm#:~:text=LEI%20N%C2%BA%209.279%2C%20DE%2014,obriga%C3%A7%C3%B5es%20relativos%20%C3%A0%20propriedade%20industrial.&text=Art.&text=II%20%2D%20aos%20nacionais%20ou%20pessoas,de%20direitos%20iguais%20ou%20equivalentes](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19279.htm#:~:text=LEI%20N%C2%BA%209.279%2C%20DE%2014,obriga%C3%A7%C3%B5es%20relativos%20%C3%A0%20propriedade%20industrial.&text=Art.&text=II%20%2D%20aos%20nacionais%20ou%20pessoas,de%20direitos%20iguais%20ou%20equivalentes) Acesso em: 20 de março de 2021.

BRUCH, K. L.; COPETTI, M.; FÁVERO, K. C. Diferenças entre indicações geográficas e outros sinais distintivos. In: PIMENTEL, L. O. (Org.). **Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio: módulo 2, Indicação Geográfica.** Brasília/Florianópolis: MAPA/SEaD-UFSC/ FAPEU, 2009.

BRUCH, K. L.; COPETTI, M.; FÁVERO, K. C.; LOCATELLI, L. Indicações Geográficas e Outros Signos Distintivos: Aspectos Legais. In: PIMENTEL, L. O. (Org.). **Curso de propriedade intelectual e inovação no agronegócio.** 4. ed. Florianópolis, SC: FUNJAB, 2014. (Módulo II – Indicação Geográfica. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento).

CALDAS, A. S. Indicações geográficas: marco regulatório e distribuição espacial. In: CALDAS, A. S.; BRITO, C.; FONSECA, ANTÔNIO, A. M.; PERTILE, N. (Org.). **Gestão do território e desenvolvimento: novos olhares e tendências.** Salvador: JM Editora, 2013, p. 127-152.

CALDAS, A. S. Indicações Geográficas: territórios seletivos do capital. In: XII SEMINÁRIO INTERNACIONAL DA REDE GLOBALIZAÇÃO E TERRITÓRIO, 2014, Salvador. **Anais do XIII Seminário Internacional da RII.** Salvador, 2014.

CERDAN, C. M. T.; BRUCH, K. L.; SILVA, A. L.; COPETTI, M.; FÁVERO, K. C.; LOCATELLI, L. Indicação geográfica de produtos agropecuários: importância histórica e atual. In: PIMENTEL, L. O. (Org.). **Curso de propriedade intelectual e inovação no agronegócio.** 4. ed. Florianópolis, SC: FUNJAB, 2014. (Módulo II – Indicação Geográfica. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento).

CERDAN, C.; BRUCH, L. K.; VITROLLES, D. Gestão e controle pós-reconhecimento das Indicações Geográficas. In: PIMENTEL, L. O. (Org.). **Curso de propriedade intelectual e inovação no agronegócio.** 4. ed. Florianópolis, SC: FUNJAB, 2014. (Módulo II – Indicação Geográfica. Ministério da Agricultura, Pecuária e abastecimento).

INPI. Instituto Nacional de Propriedade Industrial. **Indicações Geográficas**. Disponível em: [https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/perguntas-frequentes/indicacoes-geograficas#indicacao\\_geografica](https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/perguntas-frequentes/indicacoes-geograficas#indicacao_geografica)  
Acesso em: 20 de março de 2021a.

INPI. Instituto Nacional de Propriedade Industrial. **Manual de Indicações Geográficas**. 1ª ed. 173  
Disponível em: [http://manualdemarcas.inpi.gov.br/attachments/download/2838/Manual\\_de\\_Marcas\\_3%C2%AA\\_edi%C3%A7%C3%A3o\\_4%C2%AA\\_revis%C3%A3o.pdf](http://manualdemarcas.inpi.gov.br/attachments/download/2838/Manual_de_Marcas_3%C2%AA_edi%C3%A7%C3%A3o_4%C2%AA_revis%C3%A3o.pdf)  
Acesso em: 18 de março de 2021b.

KOCHHANN, L. E. Indicação Geográfica dá vantagem a produtos. **Jornal do Comércio Online**, Porto Alegre, mar. 2016. Disponível em: [https://www.jornaldocomercio.com/\\_conteudo/2016/03/economia/485281-indicacao-geografica-da-vantagem\\_a\\_produtos.html#:~:text=No%20caso%20da%20IG%2C%20significa,ou%20presta%C3%A7%C3%A3o%20de%20um%20servi%C3%A7o](https://www.jornaldocomercio.com/_conteudo/2016/03/economia/485281-indicacao-geografica-da-vantagem_a_produtos.html#:~:text=No%20caso%20da%20IG%2C%20significa,ou%20presta%C3%A7%C3%A3o%20de%20um%20servi%C3%A7o)  
Acesso em: 11 de janeiro de 2021.

LOCATELLI, L. Indicações Geográficas e desenvolvimento econômico. In: BARRAL, W.; PIMENTEL, L. O. (Org.). **Propriedade Intelectual e Desenvolvimento**. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2007. p. 233-252.

MENDONÇA, C. S.; MARINS, M. F.; LEITE, M. L. G. Obtenção da indicação geográfica de procedência “Paraty”: Uma estratégia de cooperação competitiva. In: **XXX Encontro Nacional de Engenharia da Produção**. São Carlos, SP. 2010.

NIEDERLE, P. A. Controvérsias sobre a noção de indicações geográficas enquanto Instrumento de desenvolvimento territorial: a experiência do vale dos Vinhedos em questão. In.: Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural, 47., 2009. Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre, 2009.

PIMENTEL, L. O. Os desafios dos aspectos legais na prática de estruturação das indicações geográficas. In: DALLABRIDA, V. R. (Org.). **Território, identidade territorial e desenvolvimento regional: reflexões sobre indicação geográfica e novas possibilidades de desenvolvimento com base em ativos com especificidade territorial**. São Paulo, SP: LiberArs, 2013, p. 135-143.

POLLICE, F. **O papel da identidade territorial nos processos de desenvolvimento local**. Tradução de Andrea Galhardi de Oliveira, Renato Crioni, Bernadete Aparecida Caprioglio de Castro Oliveira. Espaço e cultura, Rio de Janeiro, n. 27, p. 7-23, 2010.

SARACENO, E. **“Políticas Rurales de la Unión Europea y Proyectos Territoriales de Identidad Cultural”**. Opera, no 7, p.167-189. 2007.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Guia de Indicações Geográficas – Conceitos**. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2019/08/Guia-das-IGs-Conceitos-Interativo.pdf> Acesso em: 25 de março de 2021.

