



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PROPRIEDADE INTELECTUAL E
TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA PARA INOVAÇÃO – PROFNIT

Adriana Araújo Maués

Ostra de Florianópolis: vantagens e desafios para obtenção de uma Indicação
Geográfica

Florianópolis
2020

Adriana Araújo Maués

Ostra de Florianópolis: vantagens e desafios para obtenção de uma Indicação Geográfica

Trabalho de Conclusão do Programa de Pós-Graduação em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação do Centro Sócio Econômico da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito para a obtenção do título de Mestre em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação.
Orientador: Prof. Dr. Fernando Richartz.
Coorientador: Prof. Dr. Juliano A. Pacheco.

Florianópolis

2020

Adriana Araújo Maués

Ostra de Florianópolis: vantagens e desafios para obtenção de uma Indicação
Geográfica

O presente trabalho em nível de mestrado foi avaliado e aprovado por banca examinadora composta pelos seguintes membros:

Prof. Fernando Richartz, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Juliano Anderson Pacheco, Dr.
Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina

Prof. Araken Alves de Lima, Dr.
UFSC

Profa. Liliana Locatelli, Dra.
XXXX

Certificamos que esta é a versão original e final do trabalho de conclusão que foi julgado adequado para obtenção do título de Mestre em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação.

Prof. Fernando Richartz, Dr.
Orientador

Prof. Juliano Anderson Pacheco, Dr.
Co-Orientador

Florianópolis – SC, XX de XXXXXX 2020.

Este trabalho é dedicado aos meus pais.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, à Energia Criadora, aos meus pais e minha vó Tereza, que me recebeu nesta cidade.

Ao restante da minha família, que sempre está presente nas conquistas da minha vida.

Agradeço aos meus professores e meus colegas de classe (especialmente aqueles que se tornaram verdadeiros amigos) pelas risadas, parceria e inúmeras contribuições acadêmicas.

E por fim a todos que, direta ou indiretamente, tornaram essa pesquisa possível e me ensinaram alguma coisa ao longo do caminho.

“Uma mudança de sentimento é uma mudança de destino”.

Neville Goddard

RESUMO

A Indicação Geográfica (IG) é um direito de Propriedade Intelectual autônomo, reconhecido nacional e internacionalmente e de uso coletivo. A literatura demonstra que a proteção da IG tem adquirido importância mundial e crescido nos países em desenvolvimento. Outrossim, Santa Catarina tem potencial para inúmeras Indicações Geográficas. O prestígio e diferencial da ostra de Florianópolis, aliado a condições ambientais favoráveis, abriu oportunidades para tentar viabilizar o processo de aquisição de sua Indicação Geográfica e por isso identifica-se a oportunidade de analisar suas vantagens e desafios. A pesquisa é qualitativa, aplicada e descritiva. Por meio da pesquisa bibliográfica e documental elaborou-se um questionário que serviu de instrumento para a seleção de perguntas da entrevista semiestruturada. Os dados foram coletados junto a representantes de diversas instituições que desempenham papel chave no processo de registro de IG, além de produtores locais que produzem e comercializam a ostra. Os resultados demonstraram que a totalidade dos entrevistados é favorável ao registro da IG da ostra, embora haja alguma discordância com relação a prioridade do registro como sendo a solução mais ideal para o desenvolvimento socioeconômico do setor. Em relação as vantagens trazidas pela Indicação Geográfica da ostra para a realidade local de Florianópolis, o estudo destaca a melhoria e expansão da comercialização, o desenvolvimento da região e a melhoria da qualidade do produto. Quando questionados quem mais se beneficiaria com o reconhecimento da IG, 9 dos 14 entrevistados apontaram que “todos os produtores” obteriam algum tipo de benefício. No que concerne aos desafios enfrentados para obtenção da IG da ostra, 11 dos 14 entrevistados acreditam que a principal dificuldade é a “união e a articulação do setor”. A pesquisa também ressaltou as fragilidades do setor e por fim, apontou-se oportunidades para trabalhos futuros.

Palavras-chave: Indicação Geográfica. Propriedade Intelectual. Ostra. Florianópolis. Vantagens. Desafios.

ABSTRACT

The Geographical Indication (GI) is an autonomous Intellectual Property right, recognized nationally and internationally and for collective use. Researches has shown that GI has worldwide importance and has grown in developing countries. Furthermore, Santa Catarina has the potential for numerous Geographical Indications. The prestige and differential of the Florianópolis oyster, combined with favorable environmental conditions, opened up opportunities to try to make the process of Geographical Indication viable and, and, therefore, opportunity to analyze advantages and challenges of this process. The research is qualitative, applied and descriptive. Through bibliographic and documentary research, a questionnaire was elaborated that served as an instrument for the selection of questions from the semi-structured interview. The data were collected from representatives of several institutions that play a key role in the GI registration process, in addition to local producers who produce and market the oyster. Results showed that all respondents are in favor of registering the oyster's GI, although there is some disagreement regarding the priority of this or as being the most ideal solution for socioeconomic development. Regarding advantages, research highlights the improvement and expansion of commercialization, the development of the region and the improvement of the quality of the product. When asked who would most benefit from GI, 9 of the 14 interviewees pointed out that “all producers” would obtain some type of benefit. Regarding the challenges faced to obtain the oyster GI, 11 of the 14 interviewees believe that the main difficulty is the “union and articulation of the sector”. The survey also highlighted the sector's weaknesses and, finally, opportunities for future work were pointed out.

Keywords: Geographical Indication. Intellectual Property. Oyster. Florianópolis. Benefits. Challenges.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Denominações de Origem existentes no INPI	23
Figura 2 Indicações de Procedência existentes no INPI.....	23
Figura 3 Conceitos de IP e DO	41
Figura 4 Vantagens da obtenção de Indicação Geográfica	42
Figura 5 Desafios da obtenção de Indicação Geográfica	43

LISTA DE SIGLAS

ADPIC - Acordo sobre Aspectos Relativos aos Direitos de Propriedade Intelectual concernentes ao Comércio

APL - Arranjo Produtivo Local

EMBRAPA - Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária

EPAGRI – Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina

CRT - Conselho Regulatório da Tequila

CIGC - *Interprofessional Committee Gruyère Comté*

DOC - Denominação de Origem Controlada

DO - Denominação de Origem

FENAOSTRA – Festa Nacional da Ostra e da Cultura Açoriana

IBAMA - Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis

IFRENER – Instituto Francês do Mar

IG - Indicação Geográfica

INPI – Instituto Nacional de Propriedade Industrial

IP - Indicação de Procedência

LMM - Laboratório de Moluscos Marinhos

MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento

OMC - Organização Mundial do Comércio

SC – Santa Catarina

SEAP - Secretaria Especial de Aquicultura e Pesca

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

TRIPs - *Agreement on Trade-Related Aspects of Property Rights*

UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina

UE - União Europeia

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	13
1.1 OBJETIVOS	16
1.1.1 Objetivo Geral.....	16
1.1.2 Objetivos Específicos.....	16
1.2 JUSTIFICATIVA	16
1.3 ORGANIZAÇÃO DO ESTUDO.....	17
2 INDICAÇÃO GEOGRÁFICA – IG.....	19
2.1 PANORAMA GERAL	19
2.2 O PROCESSO DE REGISTRO DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA NO BRASIL	22
2.3 INDICAÇÃO GEOGRÁFICA: VANTAGENS E DESAFIOS.....	27
2.4 CASOS DE INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS	31
2.4.1 Internacional.....	31
2.4.2 Nacional	36
2.5 SÍNTESE DO CAPÍTULO	41
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	45
3.1 ENQUADRAMENTO.....	45
3.2 PROCEDIMENTOS PARA COLETA E ANÁLISE DE DADOS.....	45
4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS	49
4.1 CARACTERIZAÇÃO DA PRODUÇÃO DE OSTRA EM FLORIANÓPOLIS	49
4.2 ANÁLISES DAS VANTAGENS E DESAFIOS PARA OBTENÇÃO DA IG...	52
5 CONCLUSÃO	71
REFERÊNCIAS	73
APÊNDICES	85

1 INTRODUÇÃO

A Indicação Geográfica - IG é um direito de Propriedade Intelectual autônomo, reconhecido nacional e internacionalmente e de uso coletivo pelos produtores ou prestadores de serviço estabelecidos no local, cumpridas determinadas condições. O registro de IG é conferido a produtos ou serviços que possuem qualidade ou reputação associadas à sua origem geográfica (MAPA, 2019) e segundo a legislação brasileira, podem ser de dois tipos: Indicação de Procedência – IP ou Denominação de Origem – DO.

A literatura tem demonstrado que a proteção da IG tem adquirido importância mundial e crescido nos países em desenvolvimento como uma ferramenta para o desenvolvimento rural (BINGHAM; MIER, 1993; FINK; SMARZYNSKA, 2002; VAN DE KOP *et al.*, 2006; TURVEY, 2006; BOWEN; ZAPATA, 2009; GROTE, 2009).

As vantagens advindas da aquisição de uma IG são muitas, como por exemplo: efeitos positivos na economia e no desenvolvimento do sistema produtivo local (VANDECANDELAERE *et al.*, 2009; BELLETTI; MARESCOTTI, 2011; SANZ-CAÑADA *et al.*, 2012); disseminação de inovações e do conhecimento (SANZ-CAÑADA; MACÍAS VÁZQUEZ, 2005; MANCINI, 2013; CENDÓN *et al.*, 2014); aumento do turismo na região abarcada pela IG e elevação da produção, dos preços e da qualidade dos produtos/serviços (LÓPEZ; MARTÍN, 2004; SUH; MACPHERSON, 2007; NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012; NASCIMENTO *et al.*, 2012; DRUZIAN; NUNES, 2012), além do beneficiamento dos produtores locais criando oportunidade para toda a comunidade do meio geográfico objeto de Indicação Geográfica (DOGAN; GOKOVALI, 2012; DRUZIAN; NUNES, 2012).

Com uma longa tradição em Indicação Geográfica, a Europa se destaca com resultados expressivos em termos de produtos protegidos por IG (NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012; VALENTE *et al.*, 2012). Segundo estudos de Barjolle e Sylvander (2000) e Albayrak e Gunes (2010), 72% dos produtos registrados na União Europeia pertencem a França, Itália, Grécia, Portugal e Espanha, a exemplo do Champagne e do queijo Roquefort (França), Vinho do Porto e queijo da Serra da Estrela (Portugal), presunto de Parma e queijo Parmigiano Reggiano (Itália), azeite de oliva Montes de Toledo e açafrão Mancha (Espanha).

Em economias emergentes é possível citar, ainda, o óleo de oliva de Aragan e o abacaxi da Guiné (África), o vinho amarelo de Shaixing (China), o chá do Sri Lanka,

tequila e o café de Vera Cruz (México), pisco (Peru), charutos (Cuba), chuao (Venezuela) e o café (Colômbia).

O Brasil possui 9 Denominações de Origem e 49 Indicações de Procedência registradas no INPI, dentre elas o de vinhos finos do Vale dos Vinhedos (primeira IG brasileira, primeiro concedida como IP e posteriormente DO), a cachaça de Paraty, o café do Cerrado Mineiro, o queijo Canastra, a linguiça de Maracaju, o guaraná de Maués e o cacau de Tomé-Açu. Santa Catarina possui duas Indicações Geográficas, Vales da Uva Goethe e mais recentemente a banana de Corupá.

Outrossim, Santa Catarina tem potencial para inúmeras Indicações Geográficas. Um levantamento realizado pelo SEBRAE identificou 30 regiões com potencial para aquisição do registro de IG no estado, dentre os quais, os cristais artesanais do Vale do Itajaí, o queijo artesanal serrano, a erva-mate do Planalto Norte Catarinense e as ostras de Florianópolis.

Neste sentido, Santa Catarina se destaca na produção de ostras, mexilhões e vieiras. Segundo o IBGE (2019), o estado é responsável por cerca de 97,9% da malacocultura brasileira. Dados trazidos pela EPAGRI – Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina – apresentam que em 2017 a produção de moluscos comercializados foi de 13.699 toneladas (10,93% menos que em 2016). No mesmo ano, a *C. gigas* teve uma safra de 2.529 toneladas, realizada por 121 ostreicultores.

De fato, a *Crassostrea gigas* (também conhecida como ostra japonesa ou ostra do Pacífico) foi introduzida no Estado em 1987. Suas sementes são produzidas pelo Departamento de Aquicultura da UFSC e pelo Laboratório de Moluscos Marinhos – LMM. Estas ostras, provenientes das costas do Oceano Pacífico, se desenvolveram muito bem nas condições ambientais de Florianópolis. Pesquisadores do IFRENER – Instituto Francês do Mar investigaram as condições oceanógrafas da região e determinaram que a combinação de diversos fatores ambientais acelera o desenvolvimento da *Crassostrea gigas* em até 6 meses, enquanto na França o tempo estimado para o seu desenvolvimento é de 2 anos e meio (EPAGRI, 2008).

A produção está concentrada essencialmente nos municípios de Palhoça, São José, Florianópolis e Governador Celso Ramos, que juntos são responsáveis por 97,6% do cultivo do estado (EPAGRI, 2017). Segundo Epagri (2008), o estado é responsável por 95% da produção do país, concentrando 50,2% da produção estadual na capital (EPAGRI, 2010).

Observa-se que o cultivo da *C. gigas* e a notoriedade que este produto tem adquirido ao longo dos anos é evidenciado por diversas iniciativas como a Via Gastronômica do Ribeirão da Ilha e sua “Rota das Ostras”, bem como o implemento da FENAOSTRA – Festa Nacional da Ostra e da Cultura Açoriana, além de diversos estudos científicos, exposições na mídia jornalística e premiações que colocam o Estado de Santa Catarina como o maior produtor de ostras cultivadas, adquirindo o *status* de “capital nacional da ostra”.

Diante disto, passou a surgir a necessidade do desenvolvimento de ações que suprissem gargalos da cadeia produtiva. Uma das mais importantes iniciativas realizadas com o objetivo de consolidar e aumentar o cultivo de ostras veio com a estruturação do arranjo produtivo local - APL. Este projeto surgiu em 2006 em uma parceria entre SEBRAE/SC e EPAGRI a fim de resolver os problemas da cadeia produtiva e promover a sustentabilidade da ostreicultura, aumentando a qualidade da produção e a competitividade dos integrantes do APL (SCHULTER, 2007).

Em um esforço conjunto entre instituições públicas e privadas, contribuíram para o processo de organização do arranjo, além das duas instituições citadas, a Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - EMBRAPA, o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis - IBAMA, a Secretaria Especial de Aquicultura e Pesca - SEAP/SC, a Prefeitura Municipal de Florianópolis, as cooperativas e associações de produtores, dentre outras.

Diante de toda a organização em torno da cadeia produtiva e do reconhecimento que a produção local conquistou, o passo seguinte para alavancar o desenvolvimento sustentável da região e alçar novas conquistas para o setor seria a aquisição da Indicação Geográfica. Diversos estudos e projetos empreendidos pela Prefeitura Municipal de Florianópolis, EPAGRI e SEBRAE foram colocados em prática na tentativa de levar a consecução deste objetivo, sem, no entanto, obter sucesso, demonstrando, portanto, não ser tão simples. Este estudo procura focar nos desafios a serem enfrentados para a obtenção, bem como os benefícios que podem incidir com a IG.

É sabido que os desafios existem, entretanto, as vantagens observadas por outras Indicações Geográficas ao redor do mundo fazem crer que no caso da ostra de Florianópolis os resultados não seriam diferentes. O prestígio e diferencial do produto

aliado a condições ambientais favoráveis abriu oportunidades para tentar novamente viabilizar o processo de aquisição de sua Indicação Geográfica.

Diante disso, recentemente, EPAGRI e SEBRAE/SC colocaram novamente o projeto em seus planos anuais para 2019, para em conjunto construírem processos de IG para a ostra de Florianópolis e mais 4 produtos em potenciais da região.

Destarte, surge o seguinte problema de pesquisa: quais as principais vantagens e desafios para obtenção da IG da ostra de Florianópolis?

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

Identificar as principais vantagens e desafios para obtenção da IG da ostra de Florianópolis.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Caracterizar a produção de ostra de Florianópolis.
- Levantar as vantagens para a obtenção da IG da ostra de Florianópolis.
- Levantar os desafios para a obtenção da IG da ostra de Florianópolis.

1.2 JUSTIFICATIVA

Esta pesquisa se justifica diante da importância que a Indicação Geográfica vem ganhando, especialmente nos países em desenvolvimento como o Brasil. Embora o número de registro de IG venha aumentando a partir de 2011, observa-se que a quantidade de produtos/serviços registrados no país ainda é pequena se comparado a países com tradições mais consolidadas para a proteção geográfica. Diante disto, são necessários esforços conjuntos (incluindo governo, sociedade, agentes locais e academia) para solucionar possíveis entraves, bem como estimular e tornar possível o processo de registro de outros produtos/serviços identificados como potenciais de Indicação Geográfica no território brasileiro.

Na prática, instituições como SEBRAE, EPAGRI, EMBRAPA, INPI, universidades e iniciativas como a da Coordenação de Incentivo à Indicação Geográfica que tem como função organizar o setor produtivo a fim de auxiliar no processo de aquisição de IG, bem como do Programa Agropecuária Sustentável, ambos do Ministério da Agricultura - MAPA, são importantes para ampliar o número de registros de Indicação

Geográfica, mapeando produtos em potencial e promovendo parcerias institucionais. A divulgação, por meio de cursos, seminários, reuniões, informativos e workshops também tem destaque dando ciência à comunidade e aos agentes envolvidos na cadeia produtiva local de diversas regiões do país (MAPA, 2019).

A nível local, Santa Catarina tem projetos cuja finalidade é desenvolver a pesquisa científica, tecnológica e de inovação acompanhando serviços de extensão agropecuária voltados para Indicação Geográfica de alguns produtos da região, dentre eles, a ostra de Florianópolis. O potencial de crescimento do turismo, da valorização de produtos e do desenvolvimento sustentável é enorme para a região através do uso estratégico da propriedade intelectual, especialmente a IG (WIPO, 2018).

Entretanto, numa extensa pesquisa em bases de periódicos acadêmicos a fim de mapear os estudos voltados ao tema, Maués e Richartz (2019) observam que os resultados ficam aquém do esperado necessitando de mais pesquisas a fim de acompanhar a evolução do mecanismo de proteção da IG no Brasil, analisar os vários aspectos do registro, investigar as vantagens advindas da proteção, identificar os desafios enfrentados e, ainda, a interação entre os agentes locais envolvidos na proteção da IG diante da realidade local.

Esta pesquisa, portanto, pode auxiliar outros trabalhos (futuros ou em andamento) de pesquisadores e acadêmicos e ademais, trazer elementos concretos contribuindo diretamente para projetos como os citados anteriormente.

1.3 ORGANIZAÇÃO DO ESTUDO

Esta dissertação está estruturada em 5 capítulos.

- Este primeiro capítulo tem caráter introdutório, visando expor o problema, a justificativa para a pesquisa e os objetivos que a norteiam.
- O segundo capítulo busca nortear o leitor acerca do tema da Indicação Geográfica, trazendo um panorama geral da IG, conceitos, o processo de registro no Brasil, vantagens e desafios a respeito da Indicação Geográfica, casos de sucesso (internacional e nacional), bem como uma síntese do capítulo.
- Na sequência, apresenta-se os procedimentos metodológicos (enquadramento e objeto de estudo da pesquisa) e, ainda, o processo para coleta e análise de dados.
- A seguir, no capítulo quatro, são apresentados e analisados os resultados.
- Por fim, no capítulo cinco, apresentam-se as conclusões e sugestões para trabalhos futuros, além das referências bibliográficas.

2 INDICAÇÃO GEOGRÁFICA – IG

O principal foco deste capítulo é facilitar a compreensão da Indicação Geográfica, em especial nos aspectos referentes as vantagens e desafios enfrentados para sua obtenção. Em um primeiro momento será mostrado um panorama geral, explorando o surgimento deste meio de proteção, bem como seus conceitos e a evolução da legislação aplicada ao tema.

A seguir será descrito como ocorre o processo de registro da Indicação Geográfica no Brasil e suas particularidades. Também serão listadas todas as Indicações de Procedência e Denominações de Origem já registradas no país, até o momento da conclusão desta pesquisa.

O próximo tópico entra efetivamente nas vantagens e nos desafios enfrentados para a obtenção da IG, seguido de exposição de alguns casos concretos e, por fim, da síntese do capítulo.

2.1 PANORAMA GERAL

A associação de um produto ao seu local de origem como forma de ressaltar a qualidade reconhecida pelos consumidores é antiga. Segundo Bruch (2008), é possível identificar passagens na Bíblia em que tal referência é encontrada, tal como nos “vinhos de En-Gedi” (Cânticos, I, 14) e no “Cedro do Líbano” (Cânticos, III, 9 e Reis, V, 6).

O uso do nome geográfico para definir a origem de um produto também remonta a Grécia antiga (século IV, aC) com os “vinhos de Corinto”, as “amêndoas de Naxos”, o “mel da Sicília” e o “mármore de Paros” (BERTOZZI, 1995), bem como o Egito (durante o reinado de Augustus) com o “presunto da Gália”, as “tâmaras do Egito”, as “ostras de Brindisi”, e o “mármore de Carrara” (AUDIER, 2006). De Vlietan (1989) cita um tratado comercial de exportação assinado em 1712 contendo outros exemplos de Indicação Geográfica, tais como: “vinhos da Borgonha”, “seda de Messina”, “couro da Rússia” e “castores do Canadá”.

Como se vê, desde tempos remotos produtos adquiriram *status* de importância e qualidade sendo frequentemente associados ao lugar onde eram produzidos ou comercializados. No entanto, a valorização desses produtos provocou a cobiça de algumas pessoas que passaram a falsificar tais produtos. Isto fez com que os comerciantes adotassem selos para atestar a origem e qualidade desses bens (PISTORELLO, 2006; LIMA *et al.*, 2007).

O primeiro texto jurídico, no entanto, referente a uma Denominação de Origem do queijo Roquefort, se deu na França em 1666. Entretanto, foi apenas em 1756, na região do Douro, em Portugal, que se reconheceu a primeira Indicação Geográfica (KRÜCKENPEREIRA, 2001; BRUCH, 2008).

Com a expansão do mercado pelo mundo, as preocupações com os direitos de Propriedade Intelectual aumentaram e em 1883 um conjunto de normas internacionais foi desenvolvido no âmbito da Convenção de Paris. Porém, não trazia uma definição acerca da Indicação Geográfica (ILBERT; PETIT, 2009). Avançando para 1891, o Acordo de Madrid faz referência a repressão de Indicações falsas ou enganosas, mas é só em 1958 no Acordo de Lisboa para a Proteção das Denominações de Origem que uma definição mais precisa é trazida. O artigo 2º do referido Acordo define “Apelação de Origem” como “a denominação geográfica de um país, região ou localidade que serve para designar um produto originário, cuja qualidade ou características são devidos, exclusiva ou essencialmente, ao meio geográfico, incluindo os recursos naturais e fatores humanos” (WIPO, 2019).

Todos esses acordos internacionais serviram para estabelecer melhor os conceitos relativos à Indicação Geográfica, porém seu campo de atuação permaneceu limitado ao número de contratantes de cada acordo (ILBERT; PETIT, 2009). O reconhecimento universal veio com a incorporação dos resultados da Rodada do Uruguai de Negociações Comerciais Multilaterais do GATT, assinada em Maraguexê em 12 de abril de 1994, com a instituição do Acordo sobre aspectos relativos aos direitos de Propriedade Intelectual concernentes ao comércio – ADPIC, ou *Agreement on Trade-Related Aspects of Property Rights* – TRIPs. Esse Acordo contém 73 artigos apresentando obrigações globais com o mínimo de padrões de proteção, direitos e resoluções de conflitos de Propriedade Intelectual, incluindo 3 artigos a respeito de Indicações Geográficas, a serem seguidos por todos os países membros.

O artigo 22, Seção 3 do Acordo TRIPs define IG como:

Art.22. 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.

Com a criação da Organização Mundial do Comércio – OMC em 1995 a proteção da IG tornou-se compulsória para seus membros, deixando a cargo de cada país o estabelecimento de normas mais completas acerca da proteção, desde que não ferissem as regras de comércio (MENEGAZZO, 2015).

Na União Europeia, o Regulamento (UE) nº 1151/2012 introduziu algumas alterações à definição das Denominações de Origem e Indicações Geográficas, passando a conceituá-las como:

Art.5. Entende-se por **Denominação de Origem** uma denominação que identifique um produto: a) originário de um local ou região determinados, ou, em casos excepcionais, de um país; b) cuja qualidade ou características se devam essencial ou exclusivamente a um meio geográfico específico, incluindo os seus fatores naturais e humanos; e c) cujas fases de produção tenham lugar na área geográfica delimitada (...) entende-se por **Indicação Geográfica** uma denominação que identifique um produto: a) originário de um local ou região determinados, ou de um país; b) que possua determinada qualidade, reputação ou outras características que possam ser essencialmente atribuídas à sua origem geográfica; e c) em relação ao qual pelo menos uma das fases de produção tenha lugar na área geográfica delimitada.

A Lei 9.279/1996 que regula os direitos e obrigações relativos à Propriedade Industrial no Brasil, aborda a questão da Indicação Geográfica no título IV, do artigo 176 a 182. No dia 3 de março de 2019 entrou em vigor a Instrução Normativa nº 095 de 28 de dezembro de 2018 estabelecendo condições para o registro das Indicações Geográficas.

As duas espécies ou modalidades de Indicação Geográfica, (Indicação de Procedência – I.P e Denominação de Origem – D.O), de acordo com a Lei de Propriedade Industrial consistem em:

Art177 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.

Art178 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.

Além da denominação Indicação Geográfica, observa-se que esses Acordos utilizam a expressão “Indicação de Procedência” e “Apelação de Origem”. Segundo Grote (2009), todos esses termos fazem a relação do produto a um meio geográfico, diferindo apenas quanto ao rigor adotado. Na Alemanha, por exemplo, uma Indicação de Procedência requer apenas que o produto seja originário de determinada área. Por outro lado, bens com Indicação Geográfica e Denominação de Origem ressaltam a questão da qualidade associada ao meio.

Como se vê, apesar das diferenças de nomenclatura, os conceitos de IG no Brasil se assemelham às definições adotadas pela UE, porém ao contrário da legislação europeia, a legislação brasileira admite a aquisição da Indicação Geográfica por um serviço ampliando ainda mais o âmbito de proteção.

2.2 O PROCESSO DE REGISTRO DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA NO BRASIL

No Brasil, o registro da Indicação Geográfica e a emissão de seu certificado é competência do Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI, autarquia federal criada em 1970 e vinculada ao Ministério da Economia, conforme o Decreto nº 9.660/2019. O INPI atua no sentido de estimular a inovação e a competitividade através da proteção da Propriedade Intelectual (INPI, 2019). O suporte técnico aos processos de obtenção de registro é realizado pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA, constituindo-se em uma das instâncias de fomento à Indicação Geográfica.

O Brasil possui 9 Denominações de Origem e 49 Indicações de Procedência registradas no INPI, conforme Figura 1 e Figura 2.

Figura 1 - Denominações de Origem existentes no INPI

Denominação de Origem		
2010	RS	Arroz do Litoral Norte Gaúcho
2011	CE	Camarões da Costa Negra
2012	RJ	Gnaisse da Região Pedra Carijó
2012	AL	Própolis Vermelha do Estado de Alagoas
2012	RS	Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos
2013	MG	Café do Cerrado Mineiro
2015	PR	Mel de Ortigueira
2016	MG	Própolis Verde de Minas Gerais
2018	SC	Banana de Corupá

Fonte: dados do INPI (2019)

Figura 2 - Indicações de Procedência existentes no INPI

Indicação de Procedência		
2006	RS	Carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional
2007	RJ	Cachaça artesanal de Paraty
2009	RS	Cortumes do Vale do Sinos
2009	NE	Uvas de mesa e mangas do Vale do Submédio São Francisco
2010	RS	Vinhos finos de Pinto Bandeira
2011	MG	Café da Mantiqueira
2011	TO	Artesanato de Capim Dourado
2011	RS	Doces de Pelotas
2011	ES	Panelas de Goiabeiras
2011	MG	Queijo minas artesanal do Serro
2012	MG	Peças artesanais em estanho de São João del-Rei
2012	SP	Calçados de Franca
2012	SC	Vales da uva Goethe
2012	MG	Queijo Canastra
2012	PI	Gemas de opalas e de joias artesanais de opalas de Pedro II
2012	ES	Mármore e granito de Cachoeiro de Itapemirim
2012	PR	Cafés especiais do Norte Pioneiro do Paraná
2012	ES	Cacau de Linhares
2012	PB	Têxteis de algodão natural colorido da Paraíba
2012	MG	Cachaça de Salinas
2012	PE	Serviços de tecnologia de informação e comunicação do Porto Digital
2012	RS	Vinhos dos Altos Montes
2012	SE	Renda Irlandesa de Divina Pastora
2013	MG	Biscoitos de São Tiago
2013	SP	Cafés especiais da Alta Mogiana
2013	RN	Melão de Mossoró
2013	PB	Renda Renascença
2013	RS	Vinhos e espumantes de Monte Belo do Sul
2014	PI	Cajuína do Piauí
2014	AM	Peixes ornamentais do Rio Negro
2014	BA	Aguardente de qualidade da microrregião Abaíra
2015	MS/MT	Mel do Pantanal
2015	RS	Vinhos espumantes, sucos e derivados de Farroupilha
2015	MS	Linguiça de Maracaju
2016	GO	Açafrão de Mara Rosa
2016	AL	Bordado Filé das Lagoas de Mundaú-Manguaba
2016	PR	Goiaba de Carlópolis
2016	SP	Café da Mogiana de Pinhal
2016	ES	Inhame de São Bento
2017	PR	Uvas finas de mesa do Noroeste Paranaense
2017	PR	Erva Mate de São Mateus

2017	PR	Mel de abelha do Oeste do Paraná
2017	AC	Farinha de Mandioca do Vale do Juruá
2018	AM	Guaraná Maués
2018	BA	Amêndoas de cacau do Sul da Bahia
2018	PR	Queijo da Colônia Witmarsum
2018	ES	Socol de Venda Nova do Imigrante
2018	MG	Derivados de Jabuticaba de Sabará
2019	PA	Cacau de Tomé-Açu

Fonte: dados do INPI (2019).

As condições para o registro são estabelecidas pela Instrução Normativa nº 095/2018/INPI que trouxe novidades como por exemplo a alteração e supressão de nome do produto/serviço, a alteração da representação gráfica/figurativa da IG, bem como a alteração do nome do “Regulamento de Uso” para “Caderno de Especificações Técnicas”.

São legitimados para requerer o registro os substitutos processuais representativos da coletividade localizada no território definido pelo IG, isto é, a associação, o sindicato ou outra entidade representativa da cadeia produtiva do respectivo produto/serviço. O §3 do artigo 5 da IN 095/2018 prevê a possibilidade de requisição do registro por um único produtor ou prestador do serviço. Ademais, o artigo 6 frisa que para a utilização da IG é necessário cumprir as disposições especificadas no caderno de especificações técnicas e estar submetido ao controle definido.

O artigo 7 relaciona todos os documentos necessários para a formulação do pedido de registro de uma Indicação Geográfica no INPI:

- I – Requerimento de Indicação Geográfica;
- II – Caderno de especificações técnicas, contendo:
 - a) O nome geográfico;
 - b) Descrição do produto ou serviço objeto da Indicação Geográfica;
 - c) Delimitação da área geográfica;
 - d) Em pedido de **Indicação de Procedência**, a descrição do processo de extração, produção ou fabricação do produto ou de prestação do serviço, pelo qual o nome geográfico se tornou conhecido;
 - e) Em pedido de **Denominação de Origem**, a descrição das qualidades ou características do produto ou serviço que se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluindo os fatores naturais e humanos, e seu processo de obtenção ou prestação;

- f) Descrição do mecanismo de controle sobre os produtores ou prestadores de serviços que tenham o direito ao uso da Indicação Geográfica, bem como sobre o produto ou serviço por ela distinguido;
- g) Condições e proibições de uso da Indicação Geográfica; e
- h) Eventuais sanções aplicáveis à infringência do disposto na alínea g).

III – Procuração, se for o caso;

IV – Comprovante do pagamento da retribuição correspondente;

V – Comprovação da legitimidade do requerente

IV - Comprovante do pagamento da retribuição correspondente;

V - Comprovação da legitimidade do requerente, por meio de:

- a) Estatuto Social, devidamente registrado no órgão competente, que preveja: a representação dos produtores e prestadores de serviços; a relação direta com a cadeia do produto ou serviço objeto da Indicação Geográfica; a possibilidade de depositar o pedido de registro; o objetivo de gerir a Indicação Geográfica; a abrangência territorial de atuação englobando a área da Indicação Geográfica;
- b) Ata registrada da Assembleia Geral com aprovação do Estatuto;
- c) Ata registrada da posse da atual Diretoria;
- d) Ata registrada da Assembleia Geral com aprovação do caderno de especificações técnicas, acompanhada da lista de presença com indicação de quais dentre os presentes são produtores ou prestadores do serviço a ser distinguido pela Indicação Geográfica;
- e) Cópia da identidade e do CPF dos representantes legais do substituto processual; e
- f) Declaração, sob as penas da lei, de que os produtores ou prestadores de serviços, e outros operadores, estão estabelecidos na área delimitada, conforme modelo II, com a identificação e a qualificação dos mesmos;

VI – Em se tratando de **Indicação de Procedência**, documentos que comprovem que o nome geográfico se tornou conhecido como centro de extração, produção ou fabricação do produto ou da prestação do serviço;

VII – Em se tratando de **Denominação de Origem**, documentos que comprovem a influência do meio geográfico nas qualidades ou características do produto ou serviço, devendo conter os elementos descritivos:

- a) Do meio geográfico, incluindo os fatores naturais e humanos;
- b) Das qualidades ou características do produto ou serviço; e
- c) Do nexu causal entre as alíneas “a” e “b”.

VIII – Instrumento oficial que delimita a área geográfica;

IX - Se for o caso, a representação gráfica ou figurativa da Indicação Geográfica ou de representação geográfica de país, cidade, região ou localidade do território.

A Resolução INPI/PR nº 233 de 18 de janeiro de 2019 instituiu o peticionamento eletrônico para efetuar o pedido de registro de Indicação Geográfica. O acesso aos formulários requer o cadastro prévio do usuário no Sistema do INPI e o envio da documentação está condicionado ao pagamento da Guia de Recolhimento da União – GRU/Cobrança. Após ser protocolizado, o pedido é submetido a exame preliminar para verificação dos documentos, podendo ser formuladas exigências que deverão ser respondidas no prazo de 60 (sessenta) dias, conforme preconiza o artigo 11, §1 e §2.

Concluído o exame preliminar e esgotado o prazo para manifestação de terceiros (60 dias), passa-se a fase de exame de mérito. Nesta etapa do processo o INPI pode requerer a alteração da espécie de Indicação Geográfica para melhor adequação ao conteúdo do pedido. A decisão será, então, proferida e caso concedido, o certificado de registro de Indicação Geográfica é expedido.

Uma das inovações trazidas pela Instrução Normativa nº 095/2018 está especificada no artigo 15. “São passíveis de alteração, após o registro da Indicação Geográfica: o nome geográfico e sua representação gráfica ou figurativa; a delimitação da área geográfica; o caderno de especificações técnicas da Indicação Geográfica; e a espécie de Indicação Geográfica”. Tais alterações somente podem ser solicitadas após 24 (vinte e quatro) meses da data do registro e devem ser compatíveis com a manutenção da qualidade e genuinidade do produto ou serviço, a fim de respeitar as condições que deram ensejo ao reconhecimento da Indicação Geográfica. Importante destacar que a alteração da IG não poderá prejudicar ou excluir os produtores ou prestadores de serviço da área geográfica delimitada inicialmente.

Em suma, a proteção concedida por meio da Indicação Geográfica é declaratória, na medida em que pressupõe condições pré-existentes, quais sejam a reputação, ou a influência do meio geográfico. Além disso, o pedido deverá se referir a único nome geográfico e os documentos exigidos devem estar em conformidade com a modalidade pretendida, IP (produtos ou serviços reconhecidos pela produção, fabricação ou extração

de uma determinada localidade) ou DO (características do produto ou serviço devido ao meio geográfico, incluindo fatores naturais e humanos) (MAPA, 2019).

2.3 INDICAÇÃO GEOGRÁFICA: VANTAGENS E DESAFIOS.

As vantagens proporcionadas por um registro de Indicação Geográfica e os desafios enfrentados até sua efetiva consolidação em um território pode ser verificado na literatura através da demonstração de inúmeras experiências, sobretudo no âmbito da União Europeia, como referência histórica em registros de IG.

Nos países em desenvolvimento, entretanto, a Indicação Geográfica corresponde a menos de 10% das 10 mil IGs reconhecidas no mundo (GIOVANNUCCI, 2007), não obstante o grande potencial de produtos valorizados pelas características do ecossistema natural e da tradição cultural. Isto se deve aos desafios únicos enfrentados por estes países.

Teuber (2010), Dixit (2011) e Bramley e Biénabe (2013) destacam que, nos países em desenvolvimento, a falta de uma estrutura institucional forte é uma das principais dificuldades para obtenção e aquisição de benefícios através da IG. Porém, esta é apenas a ponta do *iceberg*.

É recorrente notar que a ausência de uma legislação forte; a dificuldade do Estado em consolidar uma política de agricultura e comércio; a desestruturação das organizações coletivas, refletindo em dificuldades de consenso (GIOVANNUCCI *et al.*, 2009) e baixa representatividade dos atores locais envolvidos; a falta de informação, regulamentação ineficiente, além do fraco poder de barganha ou habilidades contratuais que desequilibram a cadeia de suprimentos (GIOVANNUCCI *et al.*, 2009; GALTIER *et al.*, 2013; MANCINI, 2013) são apontadas pela literatura como frequentes desafios quando se tenta implementar um processo de registro de IG.

Por outro lado, as motivações para o registro são diversas, tais como a possibilidade de proteção contra imitações, os prêmios de preço e o acesso a novos canais de marketing (BELLETTI *et al.*, 2009; GIOVANNUCCI *et al.*, 2009; REVIRON; CHAPPUIS, 2011; ARETÉ, 2013; QUIÑONES-RUIZ *et al.*, 2015). E mais ainda, a troca de experiências, capacidades e conhecimento que ocorre entre os atores envolvidos no processo de registro de IG pode promover um maior padrão de qualidade dos produtos (VANDECANDELAERE *et al.*, 2009; PENKER e KLEMEN, 2010; COULET, 2013). Além disso, diversos estudos apontam que o registro da IG pode trazer resultados benéficos para o turismo da região (CARVALHO; DIAS, 2012; FABRIS; MACHADO;

GOMES, 2012; FARIA; OLIVEIRA; SANTOS, 2012; MATOS *et al.*, 2012; NASCIMENTO; NUNES; BANDEIRA, 2012; VALENTE *et al.*, 2012; VIEIRA; WATANABE; BRUCH, 2012; BRANCO *et al.*, 2013; YAMAGUCHI *et al.*, 2013) ocasionando o desenvolvimento rural e a geração de empregos (BELLETTI; MARESCOTTI, 2011; BELLETTI *et al.*, 2015a).

Ao analisar um produto sobre a perspectiva de aquisição da Indicação Geográfica é necessário, primeiramente, estabelecer sua ligação com o território. Nas palavras de Gade (2004), a noção de *terroir*, correlaciona as características de um lugar com as qualidades desenvolvidas pelo produto nele produzido. Outros autores como Bureau e Valceschini (2003) e Berard e Marchenay (2006) ressaltam essa relação com o meio ambiente (altitude, clima, plantas nativas, solo). Berard *et al.* (2005) também destaca a ligação das pessoas com a história local, práticas de agricultura, atividades e organizações sociais.

Segundo Sonnino (2007), a noção de territorialidade, isto é, a ligação entre a Indicação Geográfica e o local de origem agrega ao produto de diversas formas: socialmente, pelo processo coletivo; economicamente, com o valor agregado aos produtos; culturalmente, através dos laços culturais e da história envolvida; e ecologicamente, mediante o estímulo de práticas sustentáveis.

A importância desempenhada pelo *terroir* fica evidente nos casos do queijo Comté (França) e na Tequila (México). Ambos possuem uma produção em grande escala, em áreas rurais, desempenhando um papel histórico e essencial para a economia local (BOWEN, 2010). No entanto, observa-se que a territorialidade foi fator bem articulado e fundamental para a boa experiência francesa, na medida em que todos os atores locais mantiveram o *link* entre as características particulares da região com a forma tradicional de produção, enquanto no México, o *terroir* foi negligenciado por meio de normas regulamentares da produção muito abertas, descaracterizando os meios tradicionais e abrindo espaço para as grandes indústrias em detrimento dos produtores locais (BOWEN, 2010).

Outro ponto frequentemente observado na literatura é o nível de envolvimento dos agentes locais antes, durante e após o registro de Indicação Geográfica. Produtores, comerciantes, Governo e demais envolvidos na cadeia produtiva precisam realizar esforços coletivos para tomar decisões sobre diferentes pontos de vista (VANDECANDELAERE *et al.*, 2009; PAUS; REVIRON, 2010; REVIRON;

CHAPPUIS, 2011; GALTIER; BELLETTI; MARESCOTTI, 2013; SIDALI; SCARAMUZZI, 2012; QUIÑONES-RUIZ *et al.*, 2015). No entendimento de Giovannucci *et al.* (2009), Vandecandelaere *et al.* (2009), Lozano *et al.* (2011), Allaire *et al.* (2011), Bramley (2011) e Galtier *et al.* (2013), os principais esforços coletivos a serem definidos previamente ao registro de uma IG dizem respeito a delimitação da área geográfica; a regras de negociação e demonstração do *terroir*, conforme exposto anteriormente.

A quantidade de agentes locais envolvidos é outro fator que interfere para uma boa experiência com a Indicação Geográfica, isto porque quanto maior o grupo, maiores as chances de opiniões divergentes (MAPA, 2014). No estudo realizado por Velloso (2008) que teve como foco a atuação dos atores sociais nas dinâmicas de desenvolvimento territorial a partir da ligação do produto ao território, percebeu-se a presença de conflitos ao longo do processo, a perda de motivação e de engajamento, o que foi contornado através da realização de algumas modificações na dinâmica do grupo, como por exemplo a subdivisão de lideranças.

Ainda assim, sendo a Indicação Geográfica um bem de uso coletivo, este envolvimento de todos os agentes da área delimitada (tais como produtores, fornecedores de matéria-prima, comerciantes, consumidores e pessoas ou organismos ligados ao turismo) se torna imprescindível para criar um ambiente de cooperação que funcione igualmente para todos. É, assim, fundamental que o requerente do pedido de IG, normalmente uma associação, seja representada pelos interessados diretos na aquisição do direito, isto é, os produtores locais (MAPA, 2014).

O que se nota, entretanto, é que apesar da participação dos produtores ter sido considerada em diversas pesquisas como ponto predeterminante para o êxito da IG, segundo Vieira e Buainain (2012), o interesse por seu registro ainda é escasso pela maior parte dos produtores, comerciantes e consumidores. Conforme analisado em países como Indonésia e Vietnã, com pouca tradição na Indicação Geográfica, essa lacuna é suprida com o papel desempenhado pelo Estado, de forma a consolidar a participação coletiva. Ainda assim, conforme pesquisa desenvolvida por Durand e Fournier (2017) é preciso perceber que a escolha das estratégias utilizadas para a conjunção de todos os fatores humanos, econômicos e naturais que delimitará o sucesso de uma IG dependerá, em última análise, das características de cada região (MAPA, 2014).

Este envolvimento dos agentes locais, especialmente dos produtores na criação das normas protetivas do interesse nacional e local, na preservação das práticas tradicionais e no padrão de qualidade precisa ser aplicado de forma cuidadosa para que agentes extra locais não interfiram no processo de forma prejudicial (BOWEN, 2010), como o que aconteceu no caso da tequila mexicana, a ser visto em tópico posterior. Para tanto é preciso reforçar a representatividade e a organização desses agentes, abastecendo-os de informações e dando-lhes suporte para se organizarem de forma a angariar melhores resultados (NEILSON, 2007; GIOVANNUCCI *et al.*, 2009; GALTIER *et al.*, 2013; MANCINI, 2013).

Pellin e Vieira (2016) em seu artigo “Indicações Geográficas no Brasil: uma perspectiva pós registro” compilaram algumas vantagens e desafios da IG para os produtores, bem como para o território. Em relação aos produtores foi observado: aumento da venda dos produtos, da escala de produção, do portfólio de produtos associados ou não à IG (mas beneficiados por ela); reconhecimento do produto por parte do consumidor (tanto em relação à ligação com o território quanto à qualidade atrelada à IG); apoio do setor público e privado; maior participação dos atores locais, da sociedade; mais informações sobre fomento e financiamentos para pesquisa; acesso ao conhecimento e apoio das Universidades e instituições de pesquisa; inserção de inovações nos produtos; agregação de valor e aumento do marketing (PELLIN; VIEIRA, 2016).

Em relação ao território, foram identificados os seguintes benefícios: aumento da visitação turística, de vendas no comércio, e de estabelecimentos na região afetada pela IG; reconhecimento por parte do consumidor e da sociedade em geral a respeito da Indicação Geográfica; valorização de terras, propriedades, do patrimônio histórico e cultural e das paisagens; maior preocupação com a preservação ambiental e sustentabilidade da empresa à nível econômico, social e ambiental (PELLIN; VIEIRA, 2016).

Dentre os desafios enfrentados pelos produtores é possível citar: o uso e controle das regras impostas pelo caderno de especificações técnicas; a efetiva participação dos atores locais nas discussões e no planejamento das ações; apoio dos demais envolvidos com a Indicação Geográfica, sociedade, instituições e institutos de pesquisa; constituição de um planejamento estratégico; introdução do produto no mercado com e sem IG; a questão da sucessão familiar para a manutenção das empresas e a falta de conhecimento sobre a IG por parte dos consumidores. Também foram identificadas dificuldades em

relação aos custos de manutenção da Indicação Geográfica, incluindo-se altos custos de gestão, o nível de facilidade para manter a IG, além dos custos para sua promoção (PELLIN; VIEIRA, 2016).

Muitas barreiras precisam ser transpostas e ainda há enormes desafios a serem enfrentados para que a Indicação Geográfica possa funcionar como instrumento de desenvolvimento, agregando as inúmeras vantagens que tem a oferecer. Neste sentido, as experiências de outras Indicações Geográficas oferecem um cenário de comparação e aprendizado por meio do qual novos processos de registro de IG podem se espelhar, de forma a garantir maior sucesso.

2.4 CASOS DE INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS

De forma a condensar as vantagens advindas da Indicação Geográfica, bem como os desafios enfrentados até sua consolidação serão relatados a seguir 8 casos de IGs ao redor do mundo (4 internacionais e 4 nacionais), de forma a demonstrar as particularidades de cada um deles.

A contribuição que esses estudos práticos oferecem a esta pesquisa amplia de forma significativa a visão geral das implicações afetas à Indicação Geográfica, trazendo alternativas de aplicação que podem ser replicadas em situações semelhantes.

As Indicações Geográficas a seguir relatadas são: Queijo Comté (França), Tequila (México), Queijo Serra da Estrela (Portugal), Brocados e *Sarees* de Seda de Benares (Índia). E no Brasil: Vale dos Vinhedos (Rio Grande do Sul), Vales da Uva Goethe (Santa Catarina), Café do Cerrado Mineiro (Minas Gerais) e Cachaça de Paraty (Rio de Janeiro).

Optou-se por selecionar IGs adquiridas por países com grande tradição na proteção geográfica (como é o caso da França e de Portugal), bem como países em desenvolvimento (México e Índia) de forma a ilustrar os diversos fatores que contribuem para o sucesso ou fracasso de uma Indicação Geográfica conforme o local em que ocorrem. Por fim, as 4 IGs brasileiras foram escolhidas dada a importância histórica dos produtos e relevância para o processo de registro (Vale dos Vinhedos – primeira IG concedida no Brasil e Vales da Uva Goethe – primeira IG do Estado de Santa Catarina).

2.4.1 Internacional

- Queijo Comté (França)

Comté é um queijo cozido e prensado produzido com leite não pasteurizado de uma vaca local da raça Montbéliarde. Foi reconhecida como GI pelo Governo Francês em 1958 como uma “Denominação de Origem Controlada”. Ao longo dos anos, o *Interprofessional Committee* para *Gruyère de Comté* – CIGC - definiu a zona de produção e estabeleceu regras criando obstáculos à industrialização, preservando os métodos artesanais e a ligação com o *terroir*.

A Indicação Geográfica trouxe impactos positivos para a região. Segundo pesquisas, não apenas a produção e os preços do leite Comté aumentaram, mas também houve impactos na manutenção da biodiversidade local (devido a necessidade de preservar uma planta específica que serve de alimento para as vacas que produzem o leite do qual é feito o queijo) e na cadeia de fornecimento, dadas as rigorosas regras que os produtores devem cumprir para manter o padrão de qualidade (COLINET *et al.*, 2006; GERZ; DUPONT, 2006).

Bowen (2010) identifica três fatores que contribuíram para o sucesso desta IG: a) liderança forte; b) visão coletiva orientada para a sustentabilidade e para a qualidade; c) organização justa e representativa da cadeia de agentes locais.

De fato, todos os agentes locais envolvidos entenderam a necessidade de tomar decisões unânimes a fim de manter os padrões de qualidade e as práticas tradicionais agregadas à produção, ressaltando a forte ligação com o *terroir* da região como forma de diferenciar o produto.

Bowen (2010) ressalta ainda que, apesar da produção ter se modernizado ao longo do tempo, seu histórico e patrimônio foi mantido. Isso impede que agentes de fora tomem conta da produção, garantindo a sustentabilidade da indústria e promovendo a busca constante da qualidade em todos os estágios da cadeia de suprimentos.

- Tequila (México)

A tequila é feita da fermentação e destilação do coração da planta *blue agave*. Característica do México, a Indicação Geográfica protegida sobre a forma de “Denominação de Origem” foi adquirida em 1974, sendo o “Conselho Regulatório da Tequila” – CRT – a organização privada responsável pela organização da cadeia de suprimentos. Embora seja a IG mais representativa do país e tenha gerado grande número de empregos, a proteção geográfica da tequila não promoveu o desenvolvimento rural da região (BOWEN, 2010).

De acordo com estudos realizados por Bowen (2010), alguns fatores precisam ser considerados no caso da IG da tequila. Primeiramente, as normas reguladoras do processo de produção não trazem especificações suficientes para impor padrões de produção rígidos, deixando margem para modificações no processo desatreladas das práticas tradicionais. Desta forma, o mercado deste produto se expandiu e foi parar nas mãos de grandes indústrias multinacionais que modernizaram as técnicas de produção e dominaram o setor. Este fator também ocasionou a degradação ambiental, com a poluição das águas subterrâneas, erosão do solo e perda da biodiversidade (BOWEN; ZAPATA, 2009).

Outro fator importante no caso da tequila mexicana que contribuiu para que as grandes empresas acabassem ganhando espaço é a dificuldade que os agricultores de Agave têm em participar da tomada de decisões. Isso se deu pela ausência de uma intervenção efetiva por parte do Estado e da CRT que favorecessem os interesses coletivos (BOWEN, 2010).

Em suma, no México, o Estado pouco se envolve na política de IG; não há uma instituição específica para tratar de Indicação Geográfica, bem como uma legislação forte (a proteção está incluída na legislação aplicada à marcas e patentes); o apoio aos atores menos favorecidos da cadeia de produção é inexistente e, por fim, não há formalidade que garanta a qualidade dos produtos.

- Queijo Serra da Estrela (Portugal)

O queijo da Serra da Estrela foi registrado como uma Denominação de Origem Protegida – DOP em 1994. Ele é produzido nas regiões de Celorico da Beira, Fornos de Algodres, Gouveia, Seia, Manteigas, Penalva do Castelo, Mangualde, Nelas, Carregal do Sal, Oliveira do Hospital e em parte dos concelhos de Aguiar da Beira, Trancoso, Guarda, Covilha, Tondela, Viseu, Arganil e Tábua, localidades onde o êxodo rural é intenso e já contava com boa reputação perante os consumidores antes mesmo da aquisição da DOP (DINIS, 1999). A maioria da população pratica a agricultura em pequenas propriedades rurais aonde o queijo é produzido com técnicas tradicionais e vendido no comércio local e a nível nacional em épocas específicas do ano (DGADR, 2007).

Ainda seguindo Dinis (1999), durante o processo de registro, especialmente no que se refere à demarcação da área abrangida pela IG, foram observadas dificuldades em relação a estipular um volume adequado de produção que satisfizesse as expectativas dos

custos despendidos para a certificação, além de pressões políticas para inserção de determinadas áreas na delimitação da Indicação Geográfica.

No caso da IG do queijo da Serra da Estrela, alguns pontos precisam ser considerados. Basicamente, na região há uma grande separação entre produtores que comercializam queijo amparados pela DPO e produtores que simplesmente optaram por não arcar com os custos do registro. Esses últimos não o fazem porque consideram que o valor agregado ao produto por meio da DPO é baixo, além de dispendioso e burocrático o processo para sua aquisição (DINIS, 1999).

Nota que a maioria desses agricultores possuem uma faixa etária mais avançada e produzem o queijo em pequenas propriedades sem perspectivas de melhoramento em seus meios de produção. Tal fato, além de comprometer a própria continuação da produção, pode contribuir para que as vantagens advindas da IG não sejam sentidas por eles. Aqueles produtores que, ao contrário, possuem sistemas de produção estruturados conseguem novos mercados e percebem melhor as benfeitorias da Indicação Geográfica, como por exemplo o aproveitamento turístico da região (CADIMA; FREITAS, 2008), o fortalecimento do associativismo e a proteção do produto (PELLIN; RIBEIRO; MANTOVANELI, 2016).

Ainda assim, mesmo com todo o suporte da Cooperativa de Produtores de Queijo Serra da Estrela – ESTRELACOOOP, os benefícios são baixos se comparado à fama adquirida pelo produto, o que leva a crer que a especificidade de cada caso deve ser levada em conta para um melhor aproveitamento da Indicação Geográfica (PELLIN; RIBEIRO; MANTOVANELI, 2016).

- Brocados e *Sarees* de Seda de Benares (Índia)

A tecelagem de brocados de seda utilizando fios de ouro e prata são especialidade da região da Benares, na Índia, desde o século XVI (GULATI, 2016).

A produção dos *Sarees* indianos ocorre de forma tradicional há muitos anos, com pouca tecnologia aplicada e composta basicamente por tecelões, mestres tecelões e comerciantes, estruturados de forma desorganizada (VERMA; MISHRA, 2018).

Apesar da indústria têxtil empregar cerca de 200.000 pessoas e faturar 500 milhões de dólares por ano (VARMAN; CHAKRABARTI, 2011), os produtores de brocados e *sarees* tem sofrido com a pobreza diante da falta de demanda, de ausência de mão de obra qualificada e empregos (AHMAD, 2007; BOSE, 2008; BASOLE, 2015),

aliado a grande concorrência, especialmente de “*Kela Silk*” e “*Chinese Silk*” e a duplicada de produtos semelhantes produzidos em outras cidades, como, Bhagalpur, Surat e Bangalore (GULATI, 2016; VERMA; MISHRA, 2018).

Na Índia, a Indicação Geográfica tem validade de 10 anos, podendo ser prorrogada pelo mesmo período. A IG conhecida como “*Banaras Brocades and Sarees*” foi solicitada por 9 organizações, entre elas a de tecelões *Banarasi Bunkar Samiti* e concedida em 2009 como forma de enfrentar os problemas citados anteriormente.

O processo de registro se deu de baixo para cima, isto é, os artesões foram incentivados a solicitar a IG por conta própria, mas este método não parece ter sido o mais apropriado no caso de Benares diante da falta de segurança dos artesões a respeito de métodos oficiais (BASOLE, 2014). Além disso, o workshop de sensibilização organizado em 2006, contou com a participação majoritária de pessoas do governo e comerciantes exportadores, mais uma vez não alcançando a confiança e participação dos artesões, que não tinham o entendimento necessário acerca dos benefícios que a IG poderiam agregar ao produto e à região (BASOLE, 2014).

Liebl e Roy (2004) destacam os esforços coletivos à nível local como um dos fatores de sucesso para a implantação de uma Indicação Geográfica, o que parece não ter existido no caso de Benares.

Outro desafio enfrentado foram os custos para o registro. Na pesquisa de campo desenvolvida por Basole (2014), isto ficou constatado à medida em que a grande maioria dos artesões acham o processo caro e complicado. Além disso, ficou evidenciando nas pesquisas de Verma e Mishra (2018) a falta de esforços para exportação e para promoção do produto. Os mesmos autores afirmam que o desenvolvimento da marca associada a IG traria benefícios aos produtores e consumidores, criando uma identidade única para o produto, garantindo qualidade e abrindo novos mercados.

Algumas iniciativas têm sido tomadas pelo Governo e atores privados para tentar desenvolver todo o potencial da Indicação Geográfica de Benares, a exemplo da criação do *Nacional Institute of Fashion Technology* – NIFT (a fim de melhorar a produção para se adequar às exigências dos consumidores), além de medidas para abrir mercados e promover trabalhos manuais, como a criação de um portal online de divulgação, chamado “*Flipkart – Karigar Ke Dwaar*” (VERMA; MISHRA, 2018).

Os autores sugerem ainda renovar a oferta dos produtos; aumentar a divulgação e a informação entre produtores e consumidores; elaborar um conceito de produto

relacionado ao estilo de vida indiano moderno; criar uma marca coletiva; desenvolver um modelo de produção vertical onde todos os agentes da cadeia de valor pudessem estar integrados; criar um canal de distribuição forte e abrangente; investir na educação de todos os parceiros de forma a conscientizar sobre a importância e os benefícios da IG; investir em uma identidade de patrimônio rural e abrir mercados internacionais (VERMA; MISHRA, 2018).

2.4.2 Nacional

- Vale dos Vinhedos

O Vale dos Vinhedos foi o primeiro território brasileiro a adquirir uma Indicação Geográfica, sobre a classificação de Indicação de Procedência, em 2002. Alguns anos depois, em 2012 passou à categoria de Denominação de Origem.

Localizado na Serra Gaúcha, no Estado do Rio Grande do Sul, o Vale dos Vinhedos abrange os municípios de Bento Gonçalves, Garibaldi e Monte Belo do Sul. A região tem um forte histórico e cultural dos imigrantes italianos desde 1875 e ficou conhecida por seus vinhos, em especial: Vinho Tinto Seco, Vinho Branco Seco, Vinho Rosado Seco, Vinho Leve, Vinho Espumante Natural, Vinho Moscatel Espumante e Vinho Licoroso (MAPA, 2014).

Os produtores estão organizados em uma associação chamada APROVALE – Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos – fundada em 1995, possui 22 vinícolas associadas e 40 empreendimentos de apoio ao turismo (APROVALE, 2019). Tem um importante papel de suporte técnico aos produtores, incentivo à pesquisa e ações de preservação do local, promovendo também o turismo e garantindo o controle da qualidade e da origem do produto aos consumidores.

As ações para o registro, entretanto, tiveram início 3 anos antes, em 1992, com um projeto da EMBRAPA UVA E VINHO – CNPUV. Na conjunção de reunir esforços para concretizar os objetivos, outras instituições firmaram parceria, entre elas a Universidade de Caxias do Sul – UCS.

Primeiramente delimitou-se a área geográfica da Indicação Geográfica e a seguir foi elaborado o regulamento de uso que contou com a participação ativa dos produtores. Este regulamento estabelece critérios relativos a: produção da uva, elaboração do vinho, rotulagem, conselho regulador, direitos e obrigações, infrações, penalidades e procedimentos.

Após a aquisição da IG, observou-se impactos sociais e econômicos positivos para a região, com aumento do turismo, valorização da cultura e das tradições locais, além do aumento das vendas de vinhos à nível nacional e internacional (MAPA, 2014). Falcade (2004) relaciona outros benefícios como: valorização da produção e da propriedade; surgimento de outras atividades comerciais; aumento do emprego e da renda; crescimento e benefícios à região, como pavimentação, criação de hotéis, pousadas e embelezamento do entorno das vinícolas. Negativamente, o autor destaca a redução da diversidade de espécies vegetais, o aumento do tráfego de automóveis na região e da carga de resíduos domésticos e industriais.

De fato, o Vale dos Vinhedos pode ser considerado um caso de sucesso e Niederle (2009) destaca que um dos fatores que contribuíram para isso está na comunhão de esforços de todos os atores locais cooperando em ações coletivas. Isto tem proporcionado um maior fluxo de informações e troca de conhecimento que culmina no beneficiamento de todos os envolvidos.

- Vales da Uva Goethe

A Indicação de Procedência dos vinhos dos Vales da uva Goethe foi a primeira Indicação Geográfica concedida ao Estado de Santa Catarina.

O histórico da uva Goethe remonta ao século XX quando a variedade desta uva foi trazida à região de Urussanga, tendo se adaptado muito bem às condições climáticas e características do local (REBOLLAR, 2007).

Em 2005 foi constituída a Associação dos Produtores da Uva e do Vinho Goethe – PROGOETHE – que juntamente com o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE, a Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC e a Empresa de Pesquisa e Extensão Agropecuária – EPAGRI buscaram promover a união dos produtores a fim de conscientizá-los dos benefícios advindos do registro da IG. Importante ressaltar que o acompanhamento dos produtores em cada etapa deve ser visto como essencial para o sucesso de uma IG, haja vista serem eles os maiores beneficiados com a Indicação Geográfica. No entanto, na visão dos próprios produtores, falta espírito de coletividade iniciativa e empreendedorismo. A união para a formação de uma cooperativa da uva aliado ao incentivo do turismo na região e a divulgação do vinho seria mais benéfica (VELLOSO, 2008).

Ainda assim, no “projeto IG”, como ficou conhecido, cada agente teve um papel fundamental no processo. SEBRAE e EPAGRI como mediadores e tomadores de decisão; a UFSC com questões técnicas-científicas; e o Governo no apoio financeiro juntamente com o SEBRAE. Além disso, outro ponto importante a ser observado no caso da Uva Goethe é o *terroir*, isto é, as condições locais específicas associadas ao “saber fazer” humano.

Neste sentido, o que as pesquisas de Velloso (2008) demonstraram foi que faltam estudos que busquem melhorar as tecnologias de produção e, além disso, não há consenso entre os produtores a respeito deste “saber fazer”, o que supõe que eles aceitariam um modo de produzir que estivesse aquém da qualidade exigida para um bom vinho.

O mesmo autor destaca que os processos de implementação de IG no Brasil acontecem de forma muito rápida e que isto é prejudicial, especialmente para se tentar categorizar um produto como Denominação de Origem, já que para isto as pesquisas devem ser mais rigorosas a fim de identificar as características exclusivas do ambiente em relação ao produto (VELLOSO, 2008).

Ainda assim, observa-se que logo após o registro da Uva Goethe, os esforços se concentraram na divulgação da Indicação Geográfica entre os consumidores; na definição de parâmetros de controle e gestão; e na revisão do regulamento de uso (CERDAN *et al.*, 2016). Com isso, os resultados advindos da IG dos Vales da Uva Goethe puderam ser observados 2 anos após sua aquisição. Vieira e Pellin (2015) identificaram um aumento de 20% das vendas de vinho Goethe e do número de turistas na região (a cultura, a gastronomia e serviços de hotelaria foram bastante beneficiados como reflexo do desenvolvimento do enoturismo local). A qualidade do vinho Goethe melhorou e a conquista de novos mercados também foi uma consequência do registro da IG (CERDAN *et al.*, 2016). Tudo isto tem contribuído para o desenvolvimento sustentável da região.

- Café do Cerrado Mineiro

O café do Cerrado Mineiro foi a segunda Indicação de Procedência concedida no Brasil (MAPA, 2014) no ano de 2005 e a primeira região de origem produtora de café que teve sua demarcação reconhecida no país (ORTEGA; JESUS, 2011). Em 2013 o café do Cerrado Mineiro passou a condição de Denominação de Origem.

A área protegida inclui o Triângulo Mineiro, o Alto Paranaíba e uma parte do Alto São Francisco e do Noroeste. São 55 municípios, 4.500 produtores e 102 mil hectares de área certificada, segundos dados da Federação dos Cafeicultores do Cerrado.

O grande diferencial desta IG consiste na governança organizada em 6 associações, 8 cooperativas e na Fundação do Café do Cerrado que buscam, através de padrões rígidos de conformidade (boas práticas, responsabilidade social e ambiental) agregar valor e conquistar mercados (DATA SEBRAE, 2019). O arranjo produtivo territorial rural (ORTEGA; JESUS, 2011) e a promoção da marca destacando o *terroir* e as particularidades da região (Federação dos Cafeicultores do Cerrado, 2019) tornou a experiência mineira uma IG de sucesso, reconhecida dentro e fora do país. Neste aspecto, aliás, a exportação do café verde em grãos tem sido uma das maiores contribuições dessa IG para o desenvolvimento local (DUPIM; HASENCLEVER, 2016).

Por outro lado, nas pesquisas de Dupim e Hasenclever (2016), identificou-se como aspecto negativo a ausência do setor de torrefação do café no processo de organização da IG, isto porque a maioria da matéria-prima tem como destino o exterior, como ressaltado anteriormente, de forma que a comunicação entre produtores e indústria de beneficiamento fica prejudicada.

Ainda assim, as perspectivas para a continuidade das ações de melhoria do café do Cerrado são promissoras. Foi elaborado um Plano de Desenvolvimento, Sustentabilidade e Promoção da Região com metas até 2020. Dentre outras medidas, busca aumentar a comercialização do café no mercado externo em 300% em 2019 e 420% para 2020. Para o mercado interno, as estimativas são de 300% em 2019 e 400% em 2020. Outros objetivos incluem: planos para captar recursos; plano de turismo de negócios; conscientização dos torrefadores quanto ao padrão de qualidade do café do cerrado; credenciamento de novos exportadores; promoção da marca; tornar a região uma referência de atitude em relação ao café, dentre outras.

- Cachaça de Paraty

Produzida desde o século XVII e exportada para a Europa desde o século XVIII, a cachaça de Paraty adquiriu o registro de Indicação de Procedência em 2007 como forma de resgate da produção tradicional de aguardente de cana e a fim de estimular os produtores a seguir os padrões estabelecidos pelo MAPA para o melhoramento da qualidade desse produto. Para isso foi criada a Associação dos Produtores e Amigos da

Cachaça de Paraty – APACAP - e estabelecidas rigorosas normas técnicas para a produção, respeitando condições ambientais e sociais (DATA SEBRAE, 2019). Este controle é realizado pela APACAP por meio de visitas técnicas mensais às safras, vistorias nos alambiques e coleta de amostras (APACAP, 2019).

Com o registro da IG foram observadas algumas consequências positivas, como por exemplo o aumento do turismo (existe a possibilidade de realizar visitas aos alambiques numa atração conhecida como “Roteiro da Cachaça”), inclusive boa parte da produção é vendida aos visitantes da região de Paraty, no Rio de Janeiro em detrimento do mercado externo. Outras ações implantadas e vantagens acrescidas com a aquisição da IG foram: maior visibilidade e propagação do produto; elaboração do manual de boas práticas e programa de capacitação dos produtores; realização de auditorias nos alambiques; desenvolvimento da identidade visual de uma garrafa “padrão Paraty” e diversas premiações conquistadas.

Segundo os estudos de Almeida, Leandro e Nascimento (2017) em seu artigo “Reflexões sobre a questão das Indicações Geográficas: o caso da Cachaça Artesanal de Paraty”, 80% dos produtores ressaltaram existir uma ausência de conhecimento por parte dos consumidores varejistas acerca do significado da Indicação Geográfica e do que ela representa em termos de qualidade, valor, tradição e processo produtivo. Muito embora os consumidores desejem produtos com garantia de origem e qualidade, eles não fazem a correlação imediata entre a IG e esses benefícios, o que ressalta a necessidade de campanhas de incentivos e esclarecimento da importância da proteção.

Ademais, durante o processo de obtenção da IG foram relatadas algumas dificuldades de adequação às normas e padrões exigidos para a produção da cachaça. Neste sentido, as pesquisas demonstraram que o papel do responsável técnico foi essencial para superar esses desafios.

Apesar dos problemas relatados, as mudanças positivas são factíveis e podem ser sentidas através da aplicação do manual de boas práticas; do melhoramento na produção e aquisição de novas tecnologias; e na capacidade de expansão do mercado, apesar de ainda existir dificuldade de obtenção de matéria-prima e mão de obra (ALMEIDA, LEANDRO; NASCIMENTO, 2017).

2.5 SÍNTESE DO CAPÍTULO

De forma a facilitar o entendimento do conteúdo abordado neste capítulo, apresentar-se-á uma síntese dos tópicos mais importantes.

Num primeiro momento explorou-se o surgimento e os vários conceitos de IG, destacando-se a definição da lei de propriedade industrial brasileira – Lei 9.279/1996 e a Resolução do INPI 095/2018 (que estabelece as condições para o registro) que subdividem a Indicação Geográfica em Indicação de Procedência e Denominação de Origem. Vejamos na Figura 3 abaixo as particularidades dos dois conceitos:

Figura 3 - Conceitos de IP e DO

Indicação de Procedência	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.	I. Considera-se que o nome geográfico se tornou conhecido quando expressamente mencionado por diversas fontes, como centro de extração, produção ou fabricação do produto ou de prestação do serviço assinalado.
Denominação de Origem	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.	I. Fatores naturais são os elementos do meio geográfico relacionados ao meio ambiente, como solo, relevo, clima, flora, fauna, entre outros, e que influenciam as qualidades ou características do produto ou serviço; II. Fatores humanos são os elementos característicos da comunidade produtora ou prestadora do serviço, como o saber-fazer local, incluindo o desenvolvimento, adaptação ou aperfeiçoamento de técnicas próprias; III. Qualidades são os atributos tecnicamente comprováveis e mensuráveis do produto ou serviço, ou de sua cadeia de produção ou de prestação de serviços; IV. Características são traços ou propriedades inerentes ao produto ou serviço, ou de sua cadeia de produção ou de prestação de serviços.

Fonte: elaborado pela autora (2019).

O tópico seguinte situa o leitor no processo de aquisição da Indicação Geográfica. No Brasil, o registro deve ser solicitado no Instituto Nacional de Propriedade Industrial por seus legitimados, isto é, os representantes da coletividade localizada no território definido pelo IG e preencher os requisitos específicos definidos para cada espécie.

A seguir, são apresentadas vantagens e desafios enfrentados para obtenção de Indicação Geográfica, sendo exemplificados por alguns casos emblemáticos. Resume-se tais resultados nas figuras 4 e figura 5.

Figura 4 - Vantagens da obtenção de Indicação Geográfica

VANTAGENS	AUTORES
Proteção contra imitações	Belletti <i>et al.</i> (2009), Giovannucci <i>et al.</i> (2009), Reviron; Chappuis, (2011), Areté (2013), Quiñones-ruiz <i>et al.</i> (2015), Pellin; Ribeiro; Mantovaneli (2016).
Prêmios de preços	Belletti <i>et al.</i> (2009), Giovannucci <i>et al.</i> (2009), Reviron; Chappuis, (2011), Areté (2013), Quiñones-ruiz <i>et al.</i> (2015).
Acesso a novos canais de marketing	Belletti <i>et al.</i> (2009), Giovannucci <i>et al.</i> (2009), Reviron; Chappuis, (2011), Areté (2013), Quiñones-ruiz <i>et al.</i> (2015).
Troca de experiência, capacidade e conhecimento	Vandecandelaere <i>et al.</i> (2009), Penker; Klemen (2010), Coulet (2012).
Maior padrão de qualidade dos produtos/serviços	Vandecandelaere <i>et al.</i> (2009), Penker; Klemen (2010), Coulet (2012).
Aumento e desenvolvimento do turismo	Carvalho; Dias (2012), Fabris; Machado; Gomes (2012), Faria; Oliveira; Santos (2012), Matos <i>et al.</i> (2012), Nascimento; Nunes; Bandeira (2012), Valente <i>et al.</i> (2012), Vieira; Watanabe; Bruch (2012), Branco <i>et al.</i> (2013), Yamaguchi <i>et al.</i> (2013), Cadima; Freitas (2008), MAPA (2014).
Desenvolvimento rural	Belletti; Marescotti (2011), Belletti <i>et al.</i> (2015a).
Geração de empregos e aumento da renda	Belletti; Marescotti (2011), Belletti <i>et al.</i> (2015a), Bowen (2010).
Ressalta o valor histórico e cultural do território	Berard <i>et al.</i> , (2005).
Estimula práticas sustentáveis	Sonnino (2007).
Agrega valor aos produtos/serviços	Sonnino (2007), MAPA (2014), DATA SEBRAE (2019).
Manutenção de formas tradicionais de produção	Bowen (2010).
Aumento da venda e dos preços dos produtos	Pellin; Vieira (2016), MAPA (2014).
Aumento da escala de produção	Pellin; Vieira (2016).
Aumento do portfólio de produtos beneficiados pela IG	Pellin; Vieira (2016).
Reconhecimento do produto por parte do consumidor	Pellin; Vieira (2016).
Apoio do setor público e privado	Pellin; Vieira (2016).
Maior participação dos agentes locais e da sociedade	Pellin; Vieira (2016).
Aumento do fomento e financiamento à pesquisa	Pellin; Vieira (2016).
Acesso a novos conhecimentos e informações	Pellin; Vieira (2016).
Apoio das Universidades e instituições de pesquisa	Pellin; Vieira (2016).
Inovação nos produtos	Pellin; Vieira (2016).
Valorização de terras e propriedades	Pellin; Vieira (2016).
Preservação ambiental	Pellin; Vieira (2016).
Manutenção da biodiversidade local	Pellin; Vieira (2016), Colinet <i>et al.</i> (2006), Gerz; Dupont (2006).
Liderança forte	Bowen (2010).
Visão coletiva orientada para sustentabilidade e qualidade	Bowen (2010).
Organização justa e representativa dos agentes locais	Bowen (2010).
Modernização e melhoramento dos meios de produção	Bowen (2010).
Ligação com o <i>terroir</i>	Gade (2004), Bureau; Valceschini (2003), Berard; Marchenay (2006).

Fortalecimento do associativismo	Pellin; Ribeiro; Mantovaneli (2016).
Esforços coletivos	Vandecandelaere <i>et al.</i> (2009), Paus; Reviron (2010), Reviron; Chappuis (2011), Galtier; Belletti; Marescotti (2013), Sidali; Scaramuzzi (2014), Quiñones-Ruiz <i>et al.</i> (2015).
Abertura de novos mercados, incluindo exportações	Cadima; Freitas (2008), Cerdan <i>et al.</i> (2016), MAPA (2014), DATA SEBRAE (2019), Almeida; Leandro; Nascimento (2017).
Impactos sociais e econômicos positivos	Sonnino (2007).
Aumento da divulgação da região e do produto	APACAP (2019).
Governança organizada	APACAP (2019).
Capacitação dos produtores e realização de auditorias	APACAP (2019).

Fonte: elaborado pela autora (2019)

Figura 5 - Desafios da obtenção de Indicação Geográfica

DESAFIOS	AUTORES
Ausência de estrutura institucional forte	Dixit (2004), Teuber (2010), Bramley; Biénabe (2013).
Ausência de legislação forte	Giovannucci <i>et al.</i> (2009).
Dificuldade de consolidação de políticas públicas	Giovannucci <i>et al.</i> (2009), Dinis (1999).
Organizações coletivas desestruturadas	Giovannucci <i>et al.</i> (2009).
Dificuldade de atingir consenso nas decisões	Giovannucci <i>et al.</i> (2009).
Baixa representatividade dos atores locais	Giovannucci <i>et al.</i> (2009), Galtier <i>et al.</i> (2013), Mancini (2013).
Falta de informação	Giovannucci <i>et al.</i> (2009), Galtier <i>et al.</i> (2013), Mancini (2013), Basole (2014), Almeida; Leandro; Nascimento (2017).
Regulamentação ineficiente	Giovannucci <i>et al.</i> (2009), Galtier <i>et al.</i> (2013), Mancini (2013).
Fraco poder de barganha e de habilidades contratuais	Giovannucci <i>et al.</i> (2009), Galtier <i>et al.</i> (2013), Mancini (2013).
Normas regulamentares excessivamente abertas	Bowen (2010).
Competição com grandes indústrias	Bowen (2010).
Descaracterização dos meios tradicionais de produção	Bowen (2010).
Delimitação da área geográfica	Giovannucci <i>et al.</i> (2009), Vandecandelaere <i>et al.</i> (2009), Lozano <i>et al.</i> (2011), Allaire <i>et al.</i> (2011), Bramley (2011) e Galtier <i>et al.</i> (2013).
Demonstração do <i>terroir</i>	Giovannucci <i>et al.</i> (2009), Vandecandelaere <i>et al.</i> (2009), Lozano <i>et al.</i> (2011), Allaire <i>et al.</i> (2011), Bramley (2011) e Galtier <i>et al.</i> (2013).
Consenso em regras contratuais	Giovannucci <i>et al.</i> (2009), Vandecandelaere <i>et al.</i> (2009), Lozano <i>et al.</i> (2011), Allaire <i>et al.</i> (2011), Bramley (2011) e Galtier <i>et al.</i> (2013).
Organização dos produtores	Vieira; Buainain (2012), Verma; Mishra (2018).
Conciliar opiniões divergentes	Velloso (2008).
Perda de motivação e engajamento	Velloso (2008).
Desinteresse dos produtores pela IG	Velloso (2008).
Dificuldade de uso e controle das especificações técnicas	Pellin; Vieira (2016).
Falta de apoio e planejamento estratégico	Pellin; Vieira (2016).
Dificuldade de inserir o produto no mercado	Pellin; Vieira (2016).
Altos custos de registro e gestão da IG	Pellin; Vieira (2016).
Degradação ambiental	Zapata (2005), Bowen; Zapata (2009).

Perda da biodiversidade	Zapata (2005), Bowen; Zapata (2009).
Ausência de participação do Estado	Bowen (2010).
Grande concorrência	Bowen (2010).
Falta de esforços para exportação e promoção do produto	Velloso (2008).
Pesquisas pouco rigorosas para implementar a IG	Velloso (2008).
Falta de capacitação dos produtores	Ahmad (2007), Bose (2007), Basole (2014).
Dificuldade de obtenção de matéria prima e mão de obra	Ahmad (2007), Bose (2007), Basole (2014), Almeida; Leandro; Nascimento (2017), Dupim; Hasenclever (2016).

Fonte: elaborado pela autora (2019).

As vantagens e desafios da obtenção de Indicação Geográfica relacionadas aqui visam contribuir para o estudo do tema, mas não configuram rol taxativo, apenas apontam direções que possivelmente serão verificadas na realidade de Florianópolis. Tais premissas com base em estudos anteriores serão incorporadas às técnicas de análise dos dados, por meio da metodologia adotada.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Segundo Lakatos e Marconi (2007) para haver ciência é necessário empregar métodos científicos, isto é, ordenar os pensamentos do pesquisador em sistemas, delimitando os procedimentos para atingir seu objetivo científico (TRUJILLO, 1974). Este capítulo, portanto, apresenta o enquadramento metodológico utilizado nesta pesquisa, delimita o objeto de estudo e elucida os procedimentos para coleta e análise de dados.

3.1 ENQUADRAMENTO

Quanto à natureza, esta pesquisa se caracteriza como aplicada, isto é, os conhecimentos são utilizados para a solução de problemas específicos (PRODANOV; FREITAS, 2013). Em relação ao método científico empregado é dedutiva. Segundo Zanella (2013) e Gil (2008), o raciocínio dedutivo parte da premissa geral para a particular.

Com relação ao objetivo do estudo é descritiva, pois pretende conhecer a realidade a ser estudada, suas características e seus problemas (ZANELLA, 2013), com o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados (PRODANOV; FREITAS, 2013).

A pesquisa possui abordagem qualitativa, no qual o ambiente natural é a fonte de coleta de dados, tendo por base conhecimentos teórico-empíricos (PRODANOV; FREITAS, 2013; ZANELLA, 2013). E, por fim, o procedimento técnico utilizado é a pesquisa documental e o estudo de caso.

3.2 PROCEDIMENTOS PARA COLETA E ANÁLISE DE DADOS

Nesta seção se busca obter informações da realidade por meio de técnicas específicas que informem ao leitor como o pesquisador pretende auferir os elementos necessários para responder o seu problema de pesquisa (PRODANOV; FREITAS, 2013).

Para este estudo, além da revisão da literatura como parte inerente da pesquisa, são coletados dados por meio da pesquisa documental nos órgãos e entidades envolvidos com a APL da ostra de Florianópolis bem como levantadas informações com os agentes locais envolvidos na implantação da Indicação Geográfica.

Neste sentido, a análise documental, segundo Zanella (2013) se baseia na investigação de documentos internos ou externos de determinada organização, instituição, etc e pode ocorrer tanto na pesquisa quantitativa quanto na qualitativa.

Primeiramente, procedeu-se a visitas no período de 06/09/2019 a 23/09/2019 no Laboratório de Moluscos Marinhos – LMM/UFSC, à Secretaria de Agricultura e Pesca de Santa Catarina, à Associação de Maricultores do Sul da Ilha – AMASI, à Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina – EPAGRI e ao Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE a fim de mapear documentos que subsidiassem a caracterização da produção de ostra.

Aplicou-se, ainda, junto ao agente consultado de cada uma dessas entidades um questionário de múltipla escolha objetivando conhecer a perspectiva desses agentes-chave com relação aos desafios enfrentados para a aquisição de uma Indicação Geográfica da ostra de Florianópolis, bem como as vantagens que poderiam surgir dessa iniciativa (Referido questionário pode ser encontrado no apêndice B).

Para isso, foram apresentados diversos desafios e vantagens extraídos da literatura sobre IG e solicitado que assinalassem àqueles que julgassem se aplicar à realidade local de Florianópolis. A seguir, que numerassem os cinco principais desafios e vantagens por ordem de importância. Esta consulta subsidia e norteia as perguntas a serem feitas na etapa posterior, isto é, de entrevistas semiestruturadas com os agentes locais envolvidos com a produção de ostra e seu processo de registro de IG, a fim de responder à pergunta/problema desta pesquisa.

A aplicação deste instrumento de intervenção, ou seja, o questionário se justifica diante da enorme variedade de achados encontrados na literatura, muitos dos quais aplicados a diferentes modalidades de Indicação Geográfica e sobre diversas condições ambientais e socioeconômicas. Apresentar todos esses dados sem uma prévia adequação ao produto ostra, inserido à realidade local de Florianópolis, tornaria a aplicação da entrevista ampla e sem o foco almejado.

Ainda com a finalidade de caracterizar a produção e conhecer o manejo de ostras *in locu*, procedeu-se a visitas no dia 24 de setembro de 2019 à “Fazenda de ostra Maritimus”, “Fazenda da Maria”, “Fazenda Marinha Atlântico Sul” e “Fazenda Marinha Gasar”, todas no Ribeirão da Ilha.

Desta forma, após coletadas e realizada a seleção das vantagens e desafios que melhor se aplicaram a esta pesquisa, passou-se a etapa de entrevistas do tipo semiestruturadas.

Este método busca obter informações de determinado problema ou assunto mediante conversa face a face com o entrevistado (PRODANOV; FREITAS, 2013). Para

Minayo (2003), por meio da observação do pesquisador, a realidade dos agentes locais pode ser estudada com mais profundidade em seu próprio contexto.

As entrevistas ocorreram no mês de fevereiro de 2020, na cidade de Florianópolis/SC, e envolveram representantes de diversas instituições que desempenham papel chave no processo de registro de IG, além de produtores locais que produzem e comercializam a ostra.

A relação a seguir apresenta os 14 agentes participantes da entrevista semiestruturada, com a descrição da instituição/cargo/função que desempenham e a indicação se participa ou participou de alguma ação para o reconhecimento de uma Indicação Geográfica:

Figura 6 - Participantes da entrevista semiestruturada

Nome	Instituição/Cargo/Função	Participa/Participou de ação para reconhecimento de IG
Wanderley Andrade	Gerente Regional Florianópolis, SEBRAE/SC	Sim
Felipe Suplicy	Pesquisador, EPAGRI	Não
Vinícius Ramos	Produtor, PARAÍSO DAS OSTRAS	Sim
Rogério Ern	Consultor, SEBRAE	Sim
Leonardo Cabral	Coordenador da CÂMARA SETORIAL DE MARICULTURA DE SC e produtor em Santo Antônio de Lisboa	Sim
Edward Sanford	Produtor norte da Ilha	Sim
Sérgio Winckler da Costa	Gerente de Pesca e Aquicultura, SECRETARIA DE AGRICULTURA	Não
Alex A. Santos	Pesquisador EPAGRI	Sim
Pedro Mansur Sesterhenn	CIDASC	Sim
Tatiana da Gama Cunha	Presidente da ASSOCIAÇÃO DE MARICULTORES DO SUL DA ILHA – AMASI	Sim
Felipe Ricardo Malagoli	Vice presidente da ASSOCIAÇÃO DE MARICULTORES DO SUL DA ILHA – AMASI e produtor	Sim
Jonas dos Santos Pacheco	Produtor, FAZENDA MARINHA GASAR	Não
Vinícius de Lucca Filho	SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO – SETUR/PMF e organizador da FENAOSTRA/2019	Sim
Eva Terezinha dos Santos Ota	SUPERINTENDENCIA DE PESCA, MARICULTURA E AGRICULTURA/PMF	Sim

Fonte: elaborado pela autora (2020)

O roteiro da entrevista (apêndice D) foi estruturado em 4 etapas e construído com base nas respostas do instrumento de intervenção (questionário) aplicado previamente junto a determinados agentes locais.

A primeira etapa consiste na apresentação do pesquisador, do objetivo da pesquisa e na identificação do entrevistado. A seguir, é verificado seu grau de conhecimento acerca do tema “Indicação Geográfica”, situando-o acerca dos conceitos caso não exista um conhecimento prévio. A terceira etapa consiste em perguntas referentes ao registro de IG, bem como os desafios e vantagens do registro. São apresentadas algumas opções (resultado do instrumento de intervenção – anexo 1 e anexo 2) dentre as quais o entrevistado deve assinalar a alternativa escolhida conforme seu entendimento, podendo optar por mais de uma alternativa ou, ainda, mencionar alternativas não citadas que julgar aplicadas a pesquisa.

Por fim, a última etapa consiste em pergunta aberta acerca do desenvolvimento da ostreocultura, da melhoria socioeconômica e da participação da Indicação Geográfica neste processo.

4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

A apresentação e análise de dados divide-se em duas partes. Na primeira parte caracteriza-se a ostra *Crassostrea gigas*, sua inserção no território brasileiro e condições de desenvolvimento. A seguir, é ressaltado o papel do Laboratório de Moluscos Marinhos na produção das sementes, explicando-se como ocorre a reprodução em um ambiente controlado. Por fim, descreve-se o cultivo e manejo de ostras nas fazendas marinhas da região. A segunda parte diz respeito a análise das vantagens e desafios para obtenção da IG. Primeiramente, analisa-se o questionário aplicado como instrumento de intervenção para seleção das questões aplicadas na entrevista. Posteriormente, passa-se a descrever o resultado das entrevistas.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DA PRODUÇÃO DE OSTRAS EM FLORIANÓPOLIS

A *Crassostrea gigas* (também conhecida como ostra do Pacífico, ostra japonesa ou simplesmente *C. gigas*) é uma espécie proveniente do sudeste asiático, dos mares do Japão, da China e da Coreia (AKABOSHI *et al.*, 1983). Foi introduzida no Brasil na década de 70 e 80 pelo Instituto de Pesquisa Marinha de Cabo Frio/RJ, seguido pelo Instituto de Pesca de São Paulo e Instituto de Biologia da Universidade Federal da Bahia (POLI, 1994; AKABOSHI, 1979; RAMOS *et al.*, 1986).

Apesar de terem sido empreendidas diversas tentativas de cultivo no país, foi somente na baía Norte de Santa Catarina que o espécime apresentou as melhores condições ambientais para o seu desenvolvimento (POLI *et al.*, 2004). Segundo dados do IBGE (2019), o Estado ocupa o primeiro lugar na produção de ostras, vieiras e mexilhões com 13.789,797 Kg em 2018 e sua governança produtiva está organizada em 14 associações municipais (11 municípios de Palhoça a São Francisco do Sul); 1 associação estadual (ACAq); 3 cooperativas (COOPERMAPE – Penha, COOPERMAC – Bombinhas, COOPEROSTRA – Florianópolis) e 2 federações (FEAq; FAMASC) (SEBRAE, 2019).

As ostras são moluscos bivaltes que se alimentam de plânctons e microalgas através de um processo de filtragem da água do mar e alguns fatores são identificados como sendo essenciais para o cultivo da ostra japonesa. Entre eles destaca-se: a salinidade da água (de 18 a 32‰); a produtividade primária, isto é, a produção mínima desejada por dia; a temperatura da água (sendo um espécime típico do clima temperado, a *C. giga* se desenvolve melhor em águas frias); a poluição; a quantidade de organismos prejudiciais

aos moluscos; a ação de ventos, ondas e correntes marinhas; a renovação da água; a navegação marítima; a proximidade de grandes centros de consumo e as áreas de pesca (POLI *et al.*, 2004).

Na medida em que a temperatura da água é um dos fatores preponderantes para o crescimento da ostra em ambiente natural (em torno de 15 graus), o seu cultivo no estado está restrito aos meses de abril a dezembro quando a água está mais fria possibilitando um crescimento acentuado da reprodução.

Para suprir a demanda, o Laboratório de Moluscos Marinhos – LMM passou a receber investimentos para aumentar sua produtividade, desenvolvendo assim, um papel fundamental à cadeia produtiva, sendo o principal fornecedor de sementes de ostra aos produtores da região.

4.1.1 Produção de sementes de ostra no Laboratório de Moluscos Marinhos - LMM

Pertencente ao Departamento de Aquicultura do Centro de Ciências Agrárias da Universidade Federal de Santa Catarina, o LMM foi criado em 1990 e está situado na Barra da Lagoa em Florianópolis/SC (LMM, 2019). A partir de informações retiradas do “Manual de Larvicultura e Produção de Sementes de Ostra do Pacífico” e da observação *in locu* por meio da pesquisa em campo no laboratório, observou-se que a produção da *Crassostrea gigas* em Santa Catarina ocorre em ambiente controlado - “hatchery” - por meio de técnicas desenvolvidas e adaptadas ao longo de diversos estudos conduzidos para o aperfeiçoamento do cultivo.

Os espécimes adultos em condições de reprodução são retirados de seu ambiente natural e selecionados de acordo com critérios como crescimento rápido e resistência a altas temperaturas.

Transportadas ao laboratório, as ostras passam por um processo de limpeza para retirar organismos como cracas, algas, ostras nativas, ascídias, hidrozoários, dentre outros. A seguir, os moluscos são imersos em uma solução de hipoclorito de sódio onde permanecem por um período de 1 a 2 horas. Após este processo, eles são depurados em água marinha filtrada e esterilizada com ultravioleta onde ficam em temperatura ambiente por mais 1 hora. Findo este período, os reprodutores são lavados em água marinha abundante para eliminação de fezes e detritos, quando então passam ao processo de estímulo de desova.

Neste sentido, o procedimento de indução de desova da ostra consiste em períodos sucessivos de exposição ao ar com aumento da temperatura da água, variando entre 22 a 28 graus. Com a liberação dos gametas, os indivíduos machos são separados das fêmeas e os ovócitos transferidos para um recipiente onde ocorrerá o seu peneiramento e contagem.

Ao final desses procedimentos, as amostras devem ser selecionadas para a fecundação que ocorre adicionando-se 2 ml de solução contendo espermatozoides para cada litro de solução contendo ovócitos. Observa-se que para ser considerada adequada, a taxa de fecundação deverá ser superior a 90% e deve ocorrer a uma temperatura em torno de 25 graus.

O desenvolvimento embrionário ocorre, então, após as 24 horas de cultivo com o desenvolvimento e o crescimento das larvas. Este período é considerado crítico para a sobrevivência do molusco uma vez que nesta fase fatores como qualidade da água e contaminações bacterianas podem prejudicar o êxito do processo.

Depois do período de larvicultura, a ostra sofre uma metamorfose e se transforma em *spat* até se tornar uma pré-semente. Esta terminação de sementes no Laboratório de Moluscos se dá em um ambiente natural localizado na baía Norte de Santa Catarina, em Sambaqui. Durante este processo, diversas técnicas de manejo são empregadas até que um tamanho ideal de ostra seja alcançado para comercialização. Segundos dados do LMM (2019), 90% das sementes constituem excedente da pesquisa e, atualmente, são vendidas ao setor produtivo pelo valor de R\$20,00 o milheiro.

4.1.2 Cultivo e manejo de ostras em fazendas marinhas

Em 24 de setembro de 2019 procedeu-se a visitas técnicas nas fazendas marinhas de ostra “Maritimus”, “Fazenda da Maria”, “Atlântico Sul” e “Fazenda Marinha Gasar”, todas situadas no Ribeirão da Ilha/SC, com a finalidade de entender, na prática, como ocorre o cultivo e o manejo de ostra na região.

De acordo com POLI *et al.* (2004), os sistemas de cultivo de ostra podem ser do tipo fundo ou suspenso. Em Florianópolis o sistema de cultivo é, em sua maioria, suspenso sob a forma de espinhel, também chamado “*long-line*”. O espinhel consiste em um cabo de até 100 metros de comprimento, ancorado e suspenso na água por meio de boias. Nestas estruturas se prendem diversas redes chamadas “lanternas”, espécies de gaiolas aonde são colocadas as ostras para “engorda”.

Nas fazendas marinhas visitadas, observou-se a presença dessas estruturas que ficam no mar, bem como uma construção terrestre, como um galpão, localizado a poucos metros da água e para onde são trazidas as ostras para o manejo (seleção, limpeza, armazenagem) e comercialização. Trata-se de uma área coberta com rampa de escoamento de água, mesas de apoio, equipamentos como mangueiras, bandejas, gaiolas, dentre outras. Há ainda uma embarcação que permite o transporte do produtor da área marítima até o local de manejo, em terra e alguns maquinários que permitem separar a ostra por tamanho.

Nota-se que, os equipamentos utilizados, bem como o tempo de permanência de cultivo irá variar de acordo com a fase de desenvolvimento em que a ostra se encontra (sementes, juvenis e terminação) e na maioria das vezes o processo se dá sem a utilização de qualquer tecnologia. Neste sentido, notou-se que as ostras são trazidas do mar, colocadas sobre uma mesa, separadas manualmente pelo produtor e, de acordo com o tamanho (baby, médio e grande) são devolvidas ao mar para continuar seu desenvolvimento ou separadas para comercialização.

4.2 ANÁLISES DAS VANTAGENS E DESAFIOS PARA OBTENÇÃO DA IG

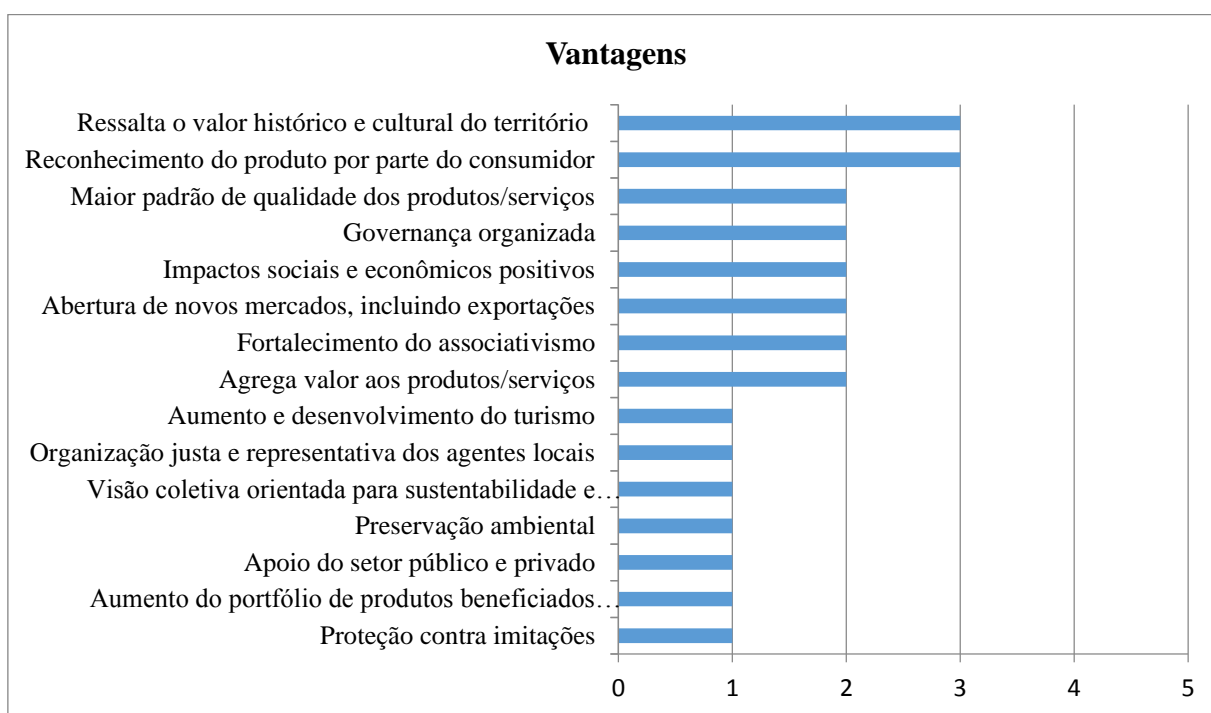
Na primeira parte deste tópico é feita a análise do questionário que serviu de base para as questões aplicadas na entrevista. Posteriormente, passa-se a descrever o resultado das entrevistas.

4.2.1 Análise do questionário

Nesta etapa da pesquisa, aplicou-se um questionário à cinco agentes de relevante atuação na cadeia produtiva da ostra em Florianópolis, a saber: Alan David Claumann – consultor em agronegócios – SEBRAE; Cláudio Blacher – Oceanógrafo, Laboratório de Moluscos Marinhos – LMM; Sérgio Winckler da Costa – Oceanógrafo – Gerente de Pesca e Aquicultura, Secretaria de Estado da Agricultura e da Pesca; Tatiana da Gama Cunha - Presidente da Associação dos Maricultores do Sul da Ilha – AMASI; Alex Alves Santos - pesquisador - Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural – EPAGRI.

Os resultados mostraram que das 37 vantagens da obtenção da IG identificadas na literatura, 15 foram escolhidas ao menos uma vez quando solicitado que apontassem as cinco opções mais importantes com relação à aquisição de uma Indicação Geográfica da ostra de Florianópolis, conforme exposto no Gráfico 1.

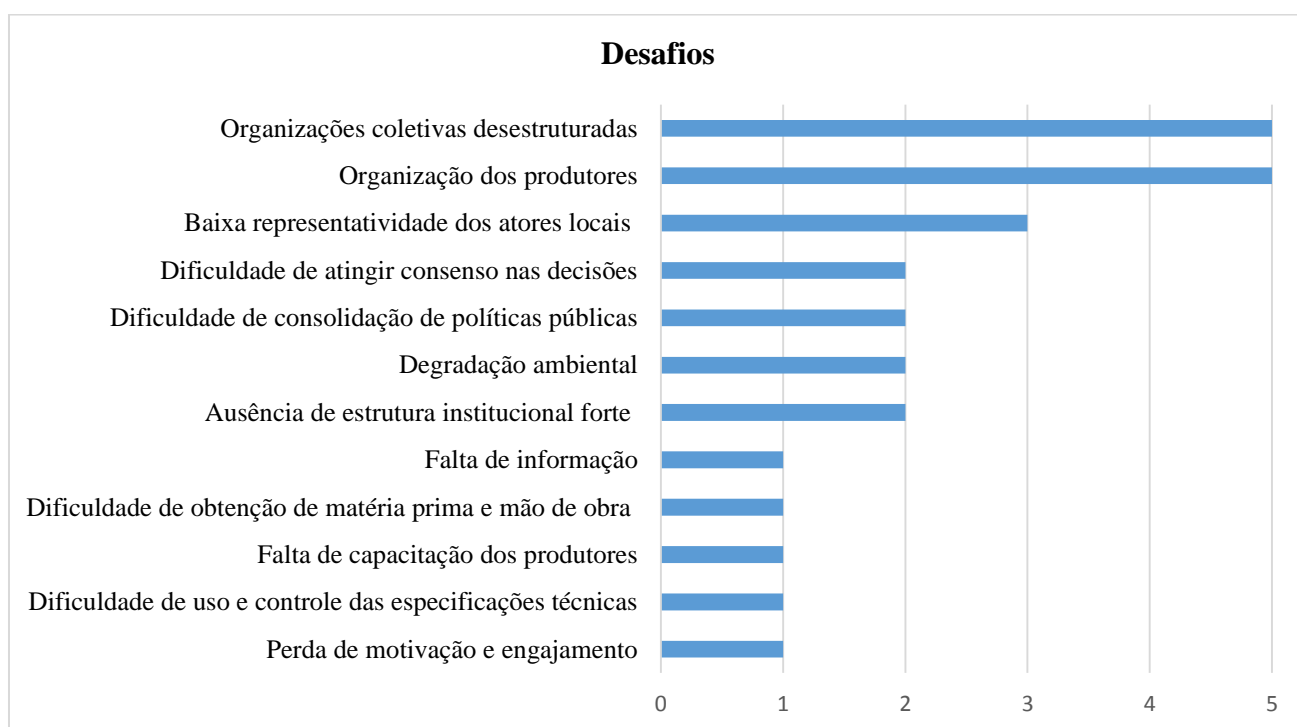
Gráfico 1 - Vantagens



Fonte: Dados da pesquisa (2019)

Com relação aos desafios para aquisição de uma IG para a ostra de Florianópolis, das 31 alternativas identificadas na literatura, 12 foram citadas ao menos uma vez quando da escolha das cinco opções mais importantes, como demonstrada o Gráfico 2.

Gráfico 2 - Desafios



Fonte: resultado do questionário (2019)

Neste sentido, as escolhas se mostraram bastante variadas, especialmente com relação à classificação em ordem de preferência (a tabela completa com as respostas de cada entrevistado pode ser observada nos anexos 1 e 2 desta pesquisa). Observa-se que, em geral, as alternativas escolhidas estão diretamente correlacionadas com a atuação desse agente dentro do contexto analisado. Entretanto, nota-se que algumas vantagens e desafios obtiveram maior número de preferência em relação às outras, como é o caso do reconhecimento do produto por parte do consumidor e do valor histórico e cultural do território, que foram escolhidos por três entrevistados como vantagens aplicáveis no contexto catarinense.

Segundo a presidente da Associação de Maricultores do Sul da Ilha – AMASI, Tatiana Cunha, o papel social da associação é essencial para colocar o produto em evidência:

“A AMASI faz compras coletivas para auxiliar os sócios, realiza seminários técnicos para nivelar informações entre os associados e não associados, palestras e assembleias todos os meses, dentre outras ações (...) a associação tem se esforçado para mostrar como esse produto (ostra) é exótico, o quanto a gente tem um produto de qualidade além de começar a botar na cabeça do associado que ele tem que fazer conta, tem que calcular o preço de custo e melhorar o preço de venda” (Tatiana Cunha, AMASI).

Com 24 anos de atuação, a associação desempenha um papel importante junto a 31 associados que representam 60% da produção de Florianópolis. Todavia, embora a abertura de novos mercados tenha sido apontada como um dos benefícios da IG, a presidente da AMASI ressalta que alguns problemas poderiam ser enfrentados caso a demanda pelo produto aumentasse: “Acho que falta produto para ser comercializado internamente no país. Acho que está se falando em exportação, mas se trabalhar marca e produto aqui dentro vai faltar produto. Não tem produção suficiente” (Tatiana Cunha, AMASI).

De opinião semelhante, Alan Claumann, consultor em agronegócios do SEBRAE afirma: “(...) há muito mercado nacional a se vencer ainda; muitos desafios produtivos, tecnológicos, de qualidade, de inovação e de produto a ser superado para que, eventualmente, um processo de exportação aconteça (...)” (Alan Claumann, SEBRAE).

Outro ponto destacado no questionário foi acerca da proteção contra imitações. Entretanto, para Claumann, no caso da ostra, a função primordial da IG não seria a de evitar falsificações como acontece em outras Indicações Geográficas, tendo em vista que boa parte da produção já é realizada no próprio Estado e, segundo ele, “deve se manter assim por algum tempo em virtude das condições ambientais e geográficas favoráveis”.

O consultor do SEBRAE afirma que a importância de uma IG na região está mais ligada ao associativismo, a organização coletiva, ao desenvolvimento de lideranças e a promoção turística, posicionamento que se confirma de acordo com o Gráfico 1.

“Hoje temos uma renovação da cadeia produtiva e uma pressão do mercado, até em relação ao turismo. Tudo isso faz com que

alguns produtores estejam mais sensíveis à IG. Alguns são donos de restaurantes e tem interface direta com o turismo e percebem a importância desse ingrediente regional” (Alan Claumann, SEBRAE).

Por outro lado, alguns desafios foram evidenciados através do questionário, entre eles a ausência de uma estrutura institucional forte; a dificuldade de consolidação de políticas públicas; a desestruturação de organizações coletivas; a dificuldade de atingir consenso nas decisões; a baixa representatividade dos atores locais; a falta de informação; a organização dos produtores; a perda de motivação e engajamento; a dificuldade de uso e controle das especificações técnicas; a degradação ambiental; a falta de capacitação dos produtores e a dificuldade de obtenção de matéria prima e mão de obra.

Destas se destacam a baixa representatividade dos atores locais; as organizações coletivas desestruturadas e a falta de organização dos produtores, estas últimas obtiveram cinco votos o que demonstra ser um desafio importante que deve ser levado em consideração quando na obtenção de uma IG em Florianópolis.

Tais dificuldades, inclusive, já foram observadas em tentativas passadas de conseguir o registro. De acordo com Alex Santos, pesquisador na Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural – EPAGRI havia problemas de comercialização informal, sanidade do produto e falta de associações organizadas: “Eles (produtores) não têm ainda essas associações organizadas e isso é uma condição imprescindível para que um processo de IG tenha sucesso”.

“O setor produtivo naquela época não estava sensibilizado para isso, eles não faziam a mínima ideia do que era uma IG (...). Por outro lado, naquela época não tínhamos associações organizadas, e ainda não temos” (Alex Santos, EPAGRI).

E complementa:

“Naquela época os produtores tinham demandas muito mais emergenciais que um selo (...), problemas de comercialização, problemas de preço de produto, “uma prostituição de preço de produto”. Não existia a formação do preço, ou seja, um produto tem um preço mínimo, se você está trabalhando abaixo (...) inviabiliza o produto, a cadeia produtiva e o comércio,

inviabilizando aquelas empresas que trabalham na legalidade”
(Alex Santos, EPAGRI).

Esta falta de organização se reflete diretamente na informalização da comercialização, segundo Sérgio Winckler, gerente de Pesca e Aquicultura da Secretaria de Estado da Agricultura e da Pesca de Santa Catarina:

“(…) Um dos problemas enfrentados é a questão da informalidade na comercialização (...) o comércio informal coloca o preço do produto lá embaixo porque não está pagando imposto, trabalhadores, etc, prejudicando quem está formalizado, pagando tributos. Além disso, que está formalizado sofre toda a fiscalização ao contrário do produtor ilegal” (Sérgio Wincker, SECRETARIA DE ESTADO DA AGRICULTURA E DA PESCA).

Neste sentido, destaca-se a atuação da Câmara Setorial da Maricultura que elaborou um Plano Estratégico de Desenvolvimento envolvendo toda a cadeia produtiva a fim de buscar, além da certificação e de uma marca coletiva para os produtores, outras metas como: a adoção de técnicas mais modernas de cultivo e de processos mecanizados que aumentem a produtividade e diminuam o custo de produção; a aplicação da rastreabilidade do produto, dentre outros.

Existe ainda um programa executado pela Secretaria por meio da Companhia Integrada de Desenvolvimento Agrícola do Estado de Santa Catarina - CIDASC, que monitora a qualidade dos moluscos. Este controle microbiológico e de algas tóxicas (maré vermelha) é realizado há mais de 10 anos por meio de coletas quinzenais que se intensificam nos períodos de maré vermelha. Há, não obstante, a previsão de alteração da legislação federal a fim de se adequar à legislação europeia que possui parâmetros muito mais rigorosos com relação ao monitoramento, iniciativa importante para possibilitar exportações futuras.

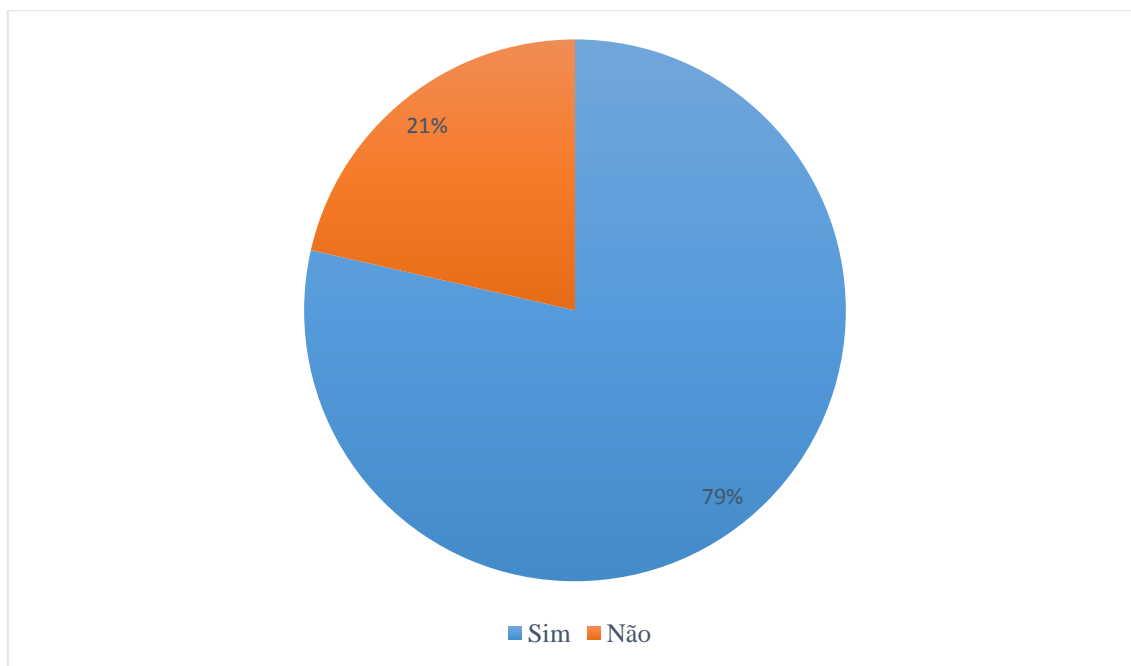
4.2.2 Análise das entrevistas

Nesta seção são apresentados os resultados das entrevistas semiestruturadas com os participantes da pesquisa, isto é, representantes de diversas instituições que desempenham papel chave no processo de registro de IG, além de produtores locais que produzem e comercializam a ostra, a fim de responder aos questionamentos traçados no

objetivo da pesquisa, identificando, assim, as vantagens e os desafios para a obtenção da Indicação Geográfica.

Neste sentido, verificou-se que 79% deles já haviam participado de alguma ação para o reconhecimento de uma Indicação Geográfica, enquanto 21% declararam não terem feito parte de nenhuma iniciativa relacionada a IG, como demonstra o gráfico 3:

Gráfico 3 – Participou de alguma ação para o reconhecimento de uma Indicação Geográfica

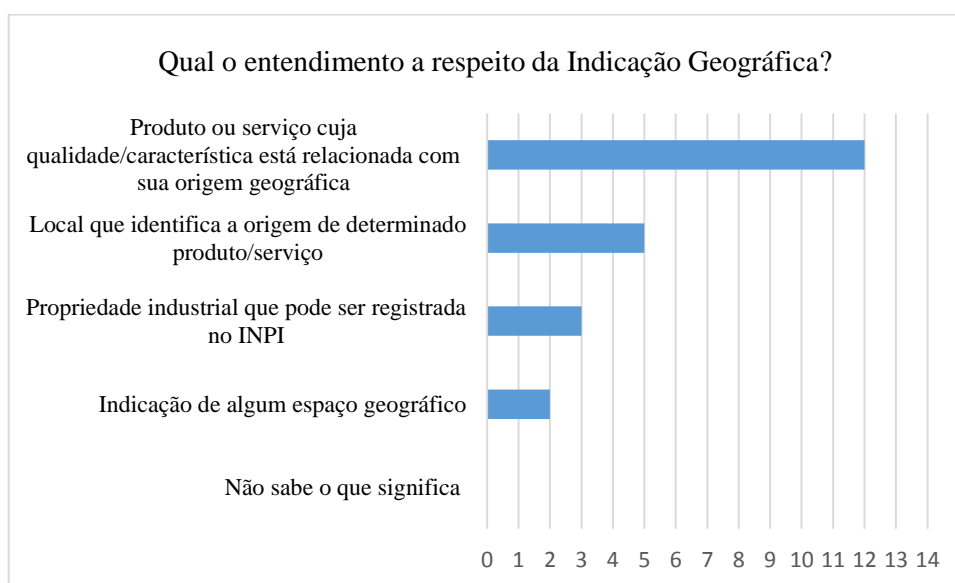


Fonte: dados da pesquisa (2020).

Na sequência, procurou-se auferir o nível de conhecimento dos entrevistados acerca do assunto “Indicação Geográfica” alinhando-os no conceito do tema antes de adentrar as demais perguntas.

Verificou-se que o primeiro contato com o conceito de IG se deu através de atividades relacionadas ou com as funções desempenhadas no ambiente de trabalho ou mediante estudos acadêmicos sobre o tema. Os dados representados pelo gráfico 4 mostram que a quase totalidade dos entrevistados entende a Indicação Geográfica como “o produto ou serviço cuja qualidade/característica está relacionada com sua origem geográfica”, demonstrando um bom conhecimento acerca do assunto.

Gráfico 4 – Qual o entendimento a respeito da Indicação Geográfica



Fonte: dados da pesquisa (2020).

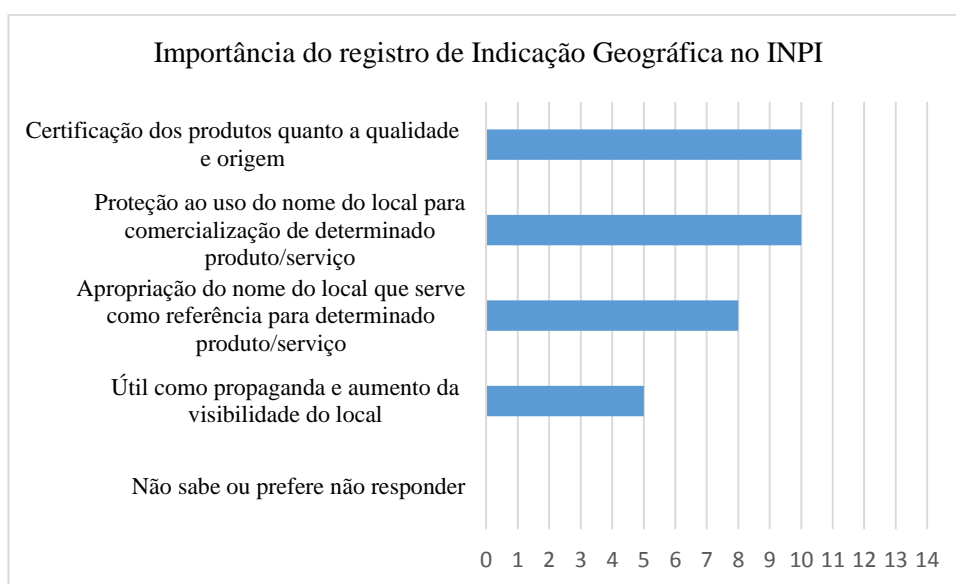
A seguir, buscou-se verificar o entendimento dos entrevistados a respeito da importância do registro da Indicação Geográfica no INPI. Os resultados mostraram-se equiparados. A “proteção ao uso do nome do local para comercialização de determinado produto ou serviço” e a “certificação dos produtos quanto a qualidade e origem” foram consideradas como duas das mais relevantes contribuições do registro.

O entrevistado, Alex Santos, pesquisador da EPAGRI, destacou que no caso de Santa Catarina, “a proteção do nome ostra de Florianópolis ou ostra de Santa Catarina seria o mais importante porque muitas pessoas comercializam a ostra pelo Brasil dizendo ser de Santa Catarina por causa da associação com a qualidade desse molusco”.

O terceiro fator mais importante do registro da IG, segundo a escolha dos entrevistados nessa pesquisa, diz respeito a “apropriação do nome do local que serve como referência para determinado produto ou serviço”.

A utilidade do registro como “propaganda e aumento da visibilidade do local” foi a opção menos selecionada.

Gráfico 5 – Importância do registro de Indicação Geográfica no INPI



Fonte: dados da pesquisa (2020).

A seguir, conduziu-se a entrevista para o cenário da pesquisa buscando-se auferir a aceitação da Indicação Geográfica para a ostra de Florianópolis. A totalidade dos entrevistados reagiu positivamente ao registro, demonstrando opinião favorável a uma IG da ostra.

No entanto, cabe aqui algumas observações feitas a este respeito. O Gerente de Pesca e Aquicultura, Sérgio Winckler, destacou que, apesar de ser a favor da IG da ostra, possui algumas restrições. Segundo o entrevistado, “a IG não tem nada a ver com exportação”. E ressalta o controle legal sobre a padronização do produto como uma preocupação.

“A ostra que sairá daqui vai estar com um nome, uma certificação, mas se alguns produtores não estiverem (certificados) pode até queimar o nome daquele produto, tem que está muito bem

padronizado, porque todos da região vão ter aquela IG e não é algo simples, não é homogênea, diferente de um local mais restrito” (Sérgio Winckler, SECRETARIA DE AGRICULTURA).

Essa dificuldade de padronizar o produto “ostra” também foi mencionado pelo produtor da Fazenda Marinha Gasar, Jonas Pacheco:

“É extremamente complicado querer padronizar um produto que não tem padrão e é como se fosse um *terroir* de vinho. A ostra que eu produzo aqui tem um paladar, a ostra da Caieira tem outro paladar. O formato da minha ostra é um, do meu companheiro é outra, do meu vizinho é outra” (Jonas Pacheco, PRODUTOR).

Apesar disso, o entrevistado se mostra favorável a IG da ostra por causa dos reflexos que pode gerar.

A qualidade da ostra de Florianópolis foi ressaltada por Vinícius de Lucca, Secretário Municipal de Turismo e Organizador da Fenaostra de 2019:

“Penso que é um produto único por suas características e pela qualidade e a IG permite que a gente externalize essa excelência e, conseqüentemente, consiga, primeiro, comercializar de uma maneira mais unificada com um produto que vai ter maior valor agregado (...) os ganhos em termos de imagem e mercadológicos serão interessantes” (Vinícius de Lucca, SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO).

Ele também destaca o potencial de comercialização fora da região, demonstrando um posicionamento um pouco distinto daquele externado pelo Gerente de Pesca e Aquicultura.

“Existem algumas pesquisas que mostram que depois que um produto tem sua IG há um consumo maior dele na sua região de origem. Não só na sua comercialização para fora, mas há um aumento significativo de consumo desse produto, então também é nossa expectativa” (Vinícius de Lucca, SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO).

Observa-se que a qualidade da ostra de Florianópolis se mostrou inquestionável na fala de quase todos os entrevistados.

Eva Terezinha Ota, superintendente de Pesca, Maricultura e Agricultura da Prefeitura Municipal de Florianópolis ressaltou:

“É um produto bem característico nosso, é específico da nossa região, se desenvolve de modo específico aqui, diferentemente de outros lugares no Brasil e fora. Com 6 ou 8 meses você tem uma ostra própria para consumo; é especial porque nossas baías são diferenciadas em relação a qualidade de água (...) nenhum outro estado monitora a qualidade da água, somente Santa Catarina; nós temos mais de 90% da produção aqui no nosso estado e essas ostras tem uma qualidade diferente de outras ostras, gosto, aparência, tamanho...é diferente” (Eva Terezinha Ota, SUPERINTENDENTE DE PESCA, MARICULTURA E AGRICULTURA/PMF).

Outro fator apontado como essencial é a união do setor produtivo. De acordo com Alex Santos, da EPAGRI:

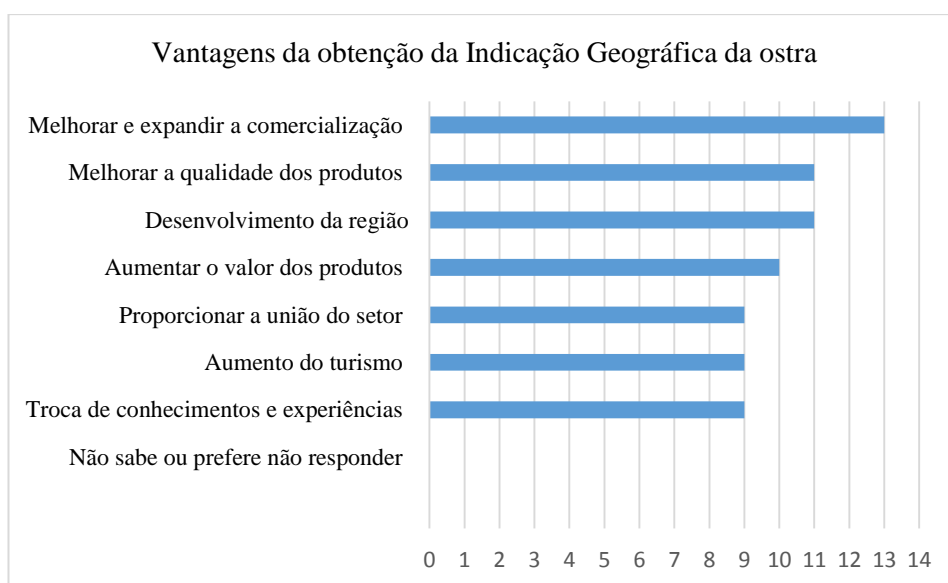
“Para que essa certificação tenha sucesso nós precisamos ter associações organizadas, maduras administrativamente porque elas é que vão operar esse selo de certificação, e isso não existe hoje, não existe um ambiente produtivo organizacional, produtores organizados para sustentar um processo de certificação” (Alex Santos, EPAGRI).

Esse posicionamento é compartilhado pelo vice-presidente da Associação de Maricultores do Sul da Ilha – AMASI, Felipe Malagoli, ao afirmar que “a IG vem para justamente tentar fazer todas essas alternativas: unir o setor, valorizar o produto e qualificar ainda mais o maricultor, porque apesar da cadeia produtiva ter 36 anos é uma cadeia nova comparada a outros produtos que já são comercializados no país”.

Quando questionados a respeito das vantagens da obtenção da Indicação Geográfica da ostra de Florianópolis, a pesquisa apresentou respostas equiparadas. A maioria dos entrevistados apontou mais de uma vantagem advinda da obtenção da IG, sendo as mais citadas:

- “Melhorar e expandir a comercialização”;
- “Desenvolvimento da região”;
- “Melhora da qualidade dos produtos”.

Gráfico 6 – Vantagens da obtenção da Indicação Geográfica da ostra

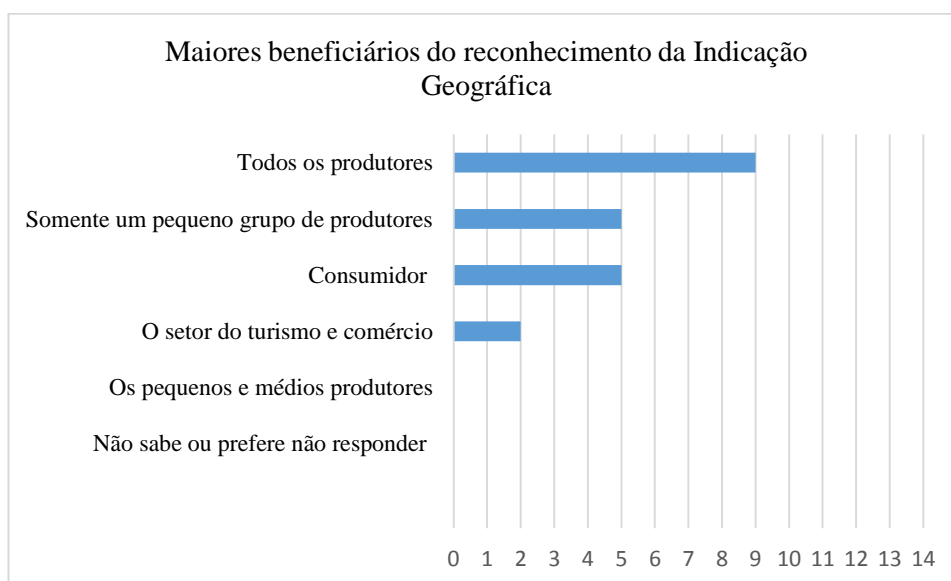


Fonte: dados da pesquisa (2020).

Em relação a categoria que mais se beneficiaria com o reconhecimento da IG, 9 dos 14 entrevistados apontaram que “todos os produtores” obteriam algum tipo de benefício com a Indicação Geográfica, mesmo aqueles que a princípio não obtiverem o selo, apenas pelo fato de estarem localizados na região abarcada pela IG teriam, por reflexo, algum tipo de benefício.

A seguir, foi apontado o “consumidor” e apenas “um pequeno grupo de produtores” como maiores beneficiários da IG. O setor do “turismo e comércio” foi a opção menos votada, conforme o Gráfico 7 abaixo:

Gráfico 7 – Maiores beneficiários do reconhecimento da Indicação Geográfica



Fonte: dados da pesquisa (2020).

Não obstante, um dos entrevistados observou que a abrangência da IG pode ter influência no grupo de produtores que será beneficiado pelo selo. “Se a Indicação Geográfica for de “Florianópolis” e não de Santa Catarina, os produtores de outras regiões podem acabar se prejudicando”.

No que concerne aos desafios enfrentados para obtenção da IG da ostra, 11 dos 14 entrevistados acreditam que a “dificuldade de união e articulação do setor” é a principal dificuldade. Conforme evidencia o resultado no gráfico 8, as respostas demonstraram coesão por parte dos entrevistados, ao contrário das vantagens da IG que obtiveram respostas variadas.

Gráfico 8 – Desafios a serem superados para a obtenção da Indicação Geográfica da ostra



Fonte: dados da pesquisa (2020).

A informalidade da cadeia produtiva, embora não estivesse entre as alternativas, também foi um desafio mencionado para implantação da IG da ostra de Florianópolis que contribui diretamente com a dificuldade de união do setor.

“Existem muitos produtores que ainda continuam na irregularidade e produzem e vendem diretamente sem passar por indústria e esses produtores acabam tornando um pouco inviável essa união dos produtores, pois alguns querem fazer a industrialização, o processo todo correto desde o cultivo até a venda e outros preferem evitar essa parte do processamento e vender direto do cultivo. Isso muitas vezes é uma rixa entre os próprios produtores e inviabiliza ter um produto unificado dentro

do Estado ou do Município, pois uns fazem de um jeito e outros de outro. (Pedro Mansur, CIDASC)

Além deste, outros desafios que não constavam da entrevista foram apontados por alguns participantes da pesquisa. O gerente de pesca e aquicultura da Secretaria de Agricultura, ressaltou a necessidade de fiscalização em todas as esferas, desde a parte do cultivo, até o processamento e o comércio. Segundo Sérgio Winckler:

“Grande parte dos moluscos não estão passando por toda a parte normativa, como se fossem clandestinos, e isso é um problema inclusive para quem está dentro da lei. A questão toda é o cumprimento da legislação, porque tem gente que está dentro da água que está ilegal, cultivando em áreas que não foram cedidas (...) tem gente comercializando de forma ilegal, sem passar pelo sistema de inspeção, então não há o controle, e aí está o grande problema” (Sérgio Winckler, SECRETARIA DE AGRICULTURA).

O mesmo desafio foi citado pelo coordenador da Câmara Setorial da Maricultura de Santa Catarina, Leonardo Cabral e pela presidente da Associação de Produtores do Sul da Ilha - AMASI, Tatiana Cunha, ao afirmarem que a legislação estadual não é aplicada como deveria. O vice-presidente da AMASI compartilha de opinião semelhante afirmando que “a legislação é muito contraditória para molusco bivalve. Entra na mesma legislação de um animal de sangue quente (...)”. E ainda:

“O desafio é ser o mais agregador possível, conseguir contemplar o maior número de produtores, principalmente na questão do regramento e do acesso para poder vender esse produto com Indicação Geográfica. Isso também passa pela legislação que é um pouco burocrática” (Felipe Malagoli, AMASI).

A falta de maturidade organizacional dos produtores (associativismo muito frágil) e a questão ambiental com o tratamento da água para melhorar a qualidade da ostra também foram citados como desafios para implantação da Indicação Geográfica.

Por fim, foi feito o seguinte questionamento: *o desenvolvimento do setor (ostreocultura) poderia se traduzir em melhoria socioeconômica? De que forma? E qual a participação da IG neste processo?*

Há consenso no entendimento de que as melhorias aplicadas ao setor produtivo aumentam a qualidade do produto e beneficia sociedade e economia como um todo.

“Uma pequena mudança na tua produção de ostra já começa a fazer a diferença. Já começa a melhorar a qualidade das pessoas com quem estás trabalhando, qualidade dos produtos que queres colocar no mercado, qualidade que tu estás trazendo para tua família, então é todo um cenário que envolve todo esse contexto” (Wanderley Andrade, SEBRAE).

“A questão socioeconômica é direta porque quando esse produto estiver mais qualificado e identificado para o mercado vai gerar uma economia mais ativa, inclusive amplia os mercados e essa economia gera emprego. Toda a maricultura nessa região de Santa Catarina é feita pelos produtores locais, então a socioeconômica territorial e local se desenvolve muito, e acaba gerando outros ativos” (Rogério Ern, SEBRAE).

Não obstante, a ostreocultura se desenvolve na região desde os anos 80 e, na visão de alguns entrevistados, contribuíram para avanços socioeconômicos significativos, mas que com o tempo foram declinando.

“Já houve uma transformação muito grande em geração de emprego, agregação de turismo, como a rota gastronômica que é bem definida aqui em Florianópolis, do Ribeirão da Ilha e do norte da Ilha, que surgiu em cima do cultivo de moluscos. Não existia isso, tudo veio com o tempo” (Sérgio Winckler, SECRETARIA DE AGRICULTURA).

“O setor produtivo de ostra teve seu ápice em meados da década de 90 com mais de 500 produtores dentro da Ilha. E uma seleção natural foi filtrando, até que estamos hoje com menos de 80. Destes, uns 10 são muito bons e 70 estão na vala comum. Destes, uns 20 são bons produtores, mas que são contra a legislação e algumas regras e outros 50 que produzem muito pouco e não sabem nada, logo ‘não faço por que não sei, mas também não vou me informar para saber’” (Leonardo Cabral, PRODUTOR).

Inegável, no entanto, que a IG poderia trazer benefícios adicionais. Segundo o coordenador da Câmara Setorial da maricultura:

“O desenvolvimento do setor quando está relacionado com a IG, começa a abrir um leque, a trazer um fomento. É mais um filtro para melhorar os que querem, mas não tem um incentivo (pois as vezes o incentivo é a própria obrigação)” (Leonardo Cabral, PRODUTOR).

A mesma opinião é compartilhada por outros participantes da pesquisa.

“Seria uma grande ajuda para todo o setor produtivo e para quem consome a ostra, uma forma de ter um controle de qualidade, inspeção e se adequar a um padrão de produção” (Edward Sanford, PRODUTOR).

“A região tem dois símbolos: um é a ponte, e outro é a produção de ostra. Então do ponto de vista social, a valorização desse produto acaba mexendo com a identidade e valores pessoais de cada um que mora nesse território” (Rogério Ern, SEBRAE).

“Acrescentaria mais mão de obra no setor de cultivo e de indústria, porque geraria mais emprego no momento em que formaliza a cadeia e, com certeza, agregaria valor ao produto tendo um selo de IG. O setor só tende a crescer, inclusive abrindo mercado para fora” (Pedro Mansur, CIDASC).

“Acho que a IG vai melhorar a questão da venda, em agregar valor pelo aumento do valor do produto, ajudando o produtor de repente até expandir mercado. E tem também a questão de que quando ele começa a entrar mais nesse processo, ele se legaliza” (Tatiana Cunha, AMASI).

O valor agregado ao produto também foi mencionado por Jonas Pacheco, produtor no sul da Ilha.

Estas melhorias socioeconômicas que a obtenção de uma Indicação Geográfica poderia trazer, na perspectiva dos entrevistados, reforçam as alternativas que lograram mais destaque no gráfico referente aos benefícios da IG, sugerindo uma convergência entre essas benesses e a Indicação Geográfica.

Por outro lado, a pesquisa também evidenciou a fragilidade do setor de ostreocultura com problemas que precisam ser sanados, a despeito da Indicação Geográfica.

“A IG está vindo agora, é um *plus* mas não é a salvação da pátria (...) A questão da IG pode trazer alguma coisa, mas não vai alterar muito isso que já está posto, que já está consolidado. Pode melhorar comércio, etc, mas não vai alterar substancialmente esse *status quo* estabelecido, pois já existe uma cadeia e uma infraestrutura que foi, por muitos anos, construída sem a Indicação Geográfica” (Sérgio Winckler, SECRETARIA DE AGRICULTURA).

E, ainda:

“A IG vai agregar, mas não é a solução (...) nós somos o maior produtor de ostra do Brasil, mas não temos ostra na merenda escolar, não temos ostra quando tem eventos e exposições mais fechadas, é dificultoso (...) precisa ter algo mais forte que a gente consiga vender nosso produto” (Tatiana Cunha, AMASI).

“Eu não acho que a Indicação Geográfica é a mais importante. Ela é importante para determinado grupo, mas produtores que já estão mais desenvolvidos. Eu acho que mais importante que a IG (não que a IG não deva caminhar de modo paralelo) seria uma política pública voltada para a tecnificação e melhoria, incentivo financeiro, para os próprios maricultores, isso é muito importante” (Eva Terezinha Oto, SUPERINTENDENCIA DE PESCA, MARICULTURA E AGRICULTURA/PMF).

Depreende-se, ainda, que, na visão de alguns produtores, a regularização da área de produção é outra questão que precisa ser solucionada independente da obtenção da Indicação Geográfica.

“Hoje ninguém consegue fazer um pedido de área, ampliação de área ou remanejamento de uma área que foi licitada e nunca foi utilizada e eu preciso de uma área de trabalho (...) trabalho numa área limitada e isso é realidade de vários produtores que trabalham numa outra fazenda marinha, como parceria, sem

conseguir financiamento, sem conseguir crédito porque não tem uma área no próprio nome (...) é uma realidade a ser resolvida” (Felipe Malagoli, PRODUTOR).

“Nós somos o Estado que produz 98% de toda a ostra do Brasil. O nome ostra de Santa Catarina já está no mercado há mais de 20 anos. Antes da Indicação Geográfica deveria vir a regularização das áreas por parte do governo federal (...) eu, por exemplo, não tenho área no meu nome, eu trabalho na área de um terceiro (...) quem quer trabalhar não está conseguindo fazer; os maiores estão absorvendo os menores (Jonas Pacheco, PRODUTOR).

Neste sentido, na perspectiva de alguns participantes dessa pesquisa, a Indicação Geográfica não seria uma prioridade para proporcionar o desenvolvimento socioeconômico do setor produtivo de ostra, havendo problemas mais evidentes que não seriam solucionados apenas com o advento da IG.

5 CONCLUSÃO

Por meio de uma abordagem qualitativa, este estudo objetivou caracterizar a produção da ostra em Florianópolis e identificar as vantagens e os desafios para a aquisição da Indicação Geográfica.

A coleta de dados se deu por meios diversos. Inicialmente, foram levantadas informações por meio da revisão da literatura e da pesquisa documental, as quais embasaram a aplicação de um questionário como instrumento de intervenção para subsidiar e nortear a entrevista semiestruturada utilizada para alcançar os resultados que se seguem.

Observou-se que a produção de ostra em Santa Catarina ocupa papel de destaque no país e está organizada em 14 associações municipais (11 municípios de Palhoça a São Francisco do Sul). As características ambientais, como a salinidade e a temperatura da água, são fatores identificados na literatura como essenciais para o desenvolvimento da ostra japonesa cultivada em Florianópolis.

Levando-se em consideração esses aspectos, nota-se que o cultivo no Estado está restrito aos meses de abril a dezembro quando a água está mais fria possibilitando um crescimento acentuado da reprodução. Entretanto, a maior parte da produção ocorre em ambiente controlado, por meio do Laboratório de Moluscos Marinhos – LMM que fornece as sementes de ostra aos produtores da região.

O estudo evidenciou que 79% dos entrevistados já haviam participado de alguma ação para o reconhecimento de uma Indicação Geográfica, enquanto 21% declararam não terem feito parte de nenhuma iniciativa relacionada a IG. Apesar disso, todos demonstraram ter um bom conhecimento acerca do tema abordado e da importância do registro de Indicação Geográfica no INPI.

A totalidade dos entrevistados é favorável ao registro da IG da ostra, embora haja alguma discordância com relação a prioridade do registro como sendo a solução ideal para o desenvolvimento socioeconômico do setor produtivo da ostra, na medida em que há problemas evidentes que não seriam solucionados apenas com o advento da IG.

Em relação as vantagens trazidas pela Indicação Geográfica da ostra para a realidade local de Florianópolis, o estudo destaca a melhoria e expansão da comercialização, o desenvolvimento da região e a melhoria da qualidade do produto. No entanto, todas as vantagens contidas no questionário da entrevista receberam validação pelos entrevistados.

Quando questionados quem mais se beneficiaria com o reconhecimento da IG, 9 dos 14 entrevistados apontaram que “todos os produtores” obteriam algum tipo de benefício com a Indicação Geográfica, mesmo aqueles que a princípio não obtivessem o selo, usufruindo de alguma vantagem apenas pelo fato de estarem localizados na região abarcada pela IG.

No que concerne aos desafios enfrentados para obtenção da IG da ostra, 11 dos 14 entrevistados acreditam que a principal dificuldade é a “união e a articulação do setor”.

Não obstante a evidente demonstração de todos os benefícios oriundos da Indicação Geográfica e dos desafios que precisam ser superados para o sucesso da IG, a pesquisa também ressaltou a fragilidade do setor de ostreocultura e apontou questões que precisam ser sanadas a despeito da IG, tais como uma política pública voltada para a tecnificação e melhoria do setor; o incentivo financeiro para a maricultura; a regularização da área de produção, dentre outras medidas que se mostraram relevantes.

Para trabalhos futuros, sugere-se expandir a pesquisa para outras áreas do Estado de Santa Catarina onde a produção da ostra ocorre. Também seria interessante aplicar esse estudo para fins de comparação dos resultados dessa pesquisa com outros produtos da região aptos a receber uma Indicação Geográfica no intuito de perceber as diferentes fragilidades e desafios de cada localidade, bem como a melhor forma de utilizar a Indicação Geográfica como instrumento para o desenvolvimento de cada região.

REFERÊNCIAS

AKABOSHI S. Notas sobre o comportamento da ostra japonesa, *Crassostrea gigas* (Thunberg, 1975), no litoral do Estado de São Paulo, Brasil. **Bol Inst Pesca**, v.6, p.93-104, 1979.

AKABOSHI, S; PEREIRA, O. M; SINGUE, C. Cultivo Experimental da *Crassostrea gigas*. **Bol. do Instituto de Pesca**, São Paulo, 1983.

ALLAIRE, G.; CASABIANCA, F.; THEVENOD-MOTTET, E. Geographical origin: A complex feature of agro-food products. **Labels of origin for food: local development, global recognition**, p. 1-12, 2011.

ALBAYRAK, M.; GUNES, E. Traditional foods: Interaction between local and global foods in Turkey. **African Journal of Business Management**, v. 4, n. 4, p. 555-561, 2010.

ALMEIDA, A. C. R.; LEANDRO, L. A. L; NASCIMENTO, S. F. S. . Reflexões sobre a Questão das Indicações Geográficas (IG): o caso da produção de cachaça artesanal de Paraty no Estado do Rio de Janeiro. In: **SEMEAD Seminários em Administração**, 2017, São Paulo. XX SEMEAD Seminários em Administração. São Paulo, 2017.

AUDIÉ, J. Passe, present et avenir des appellations d'origine dans le monde: vers la globalisation?. **Bulletin de l'OIV**, v. 81, n. 929, p. 405, 2008.

ARETÉ. Study on assessing the added value of PDO/PGI products, **Executive Summary, Commissioned Study by the European Commission**, 2013.

AHMAD, N. Globalization and the indigenous artisan economy: A case study of the Varanasi silk sari industry. **Unpublished technical report. New Delhi: All India Artisans and Craftworkers Association**, 2007.

APROVALE. **Vale dos vinhedos**. Disponível em: <http://www.valedosvinhedos.com.br/vale/conteudo.php?view=44&idpai=120#null>. Acesso em: 20 mai. de 2019.

BARJOLLE, D.; SYLVANDER, B. Protected designations of origin and protected geographical indications in Europe: regulation or policy. **Final Report of the FAIR**, 2000.

BRAMLEY, C. A review of the socio-economic impact of geographical indications: considerations for the developing world. In: **WIPO Worldwide Symposium on Geographical Indications**. 2011.

BASOLE, A. Authenticity, innovation, and the geographical indication in an artisanal industry: the case of the Banarasi Sari. **The Journal of World Intellectual Property**, v. 18, n. 3-4, p. 127-149, 2015.

BRAMLEY, C.; BIÉNABE, E. Why the need to consider GIs in the South?. In: **Developing Geographical Indications in the South**. Springer, Dordrecht, 2013. p. 1-14.

BELLETTI, G. et al. The roles of geographical indications in the internationalisation process of agri-food products. **International marketing and trade of quality food products**, p. 201-222, 2009.

BELLETTI, G.; MARESCOTTI, A.. Origin products, geographical indications and rural development. **Labels of origin for food. Local development, global recognition**, p. 75-91, 2011.

BELLETTI, G. et al. Linking protection of geographical indications to the environment: Evidence from the European Union olive-oil sector. **Land Use Policy**, v. 48, p. 94-106, 2015.

BERTOZZI, L. Designation of origin: quality and specification. **Food Quality and Preference**, v. 6, n. 3, p. 143-147, 1995.

BÉRARD, L. et al. Savoirs et savoir-faire naturalistes locaux: l'originalité française. **VertigO-la revue électronique en sciences de l'environnement**, v. 6, n. 1, 2005.

BÉRARD, L.; MARCHENAY, P. Local products and geographical indications: taking account of local knowledge and biodiversity. **International Social Science Journal**, v. 58, n. 187, p. 109-116, 2006.

BINGHAM, R. D.; MIER, R. (Ed.). **Theories of local economic development: Perspectives from across the disciplines**. Sage, 1993.

BOSE, T. K. **Globalisation Pushes Varanasi Weavers to Hunger & Death**. Chaturdisha, 2008.

BOWEN, S.; ZAPATA, A. V. Geographical indications, terroir, and socioeconomic and ecological sustainability: The case of tequila. **Journal of rural studies**, v. 25, n. 1, p. 108-119, 2009.

BOWEN, S. Embedding local places in global spaces: Geographical indications as a territorial development strategy. **Rural Sociology**, v. 75, n. 2, p. 209-243, 2010.

BOWEN, S. Development from within? The potential for geographical indications in the global south. **The Journal of World Intellectual Property**, v. 13, n. 2, p. 231-252, 2010.

BUREAU, J.; VALCESCHINI, E. European food-labeling policy: successes and limitations. **Journal of Food Distribution Research**, v. 34, n. 856-2016-57155, p. 70, 2003.

BRUCH, K. L. Indicações geográficas para o Brasil. **Jornal A Vindima-O Jornal da Vitivinicultura Brasileira, Flores da Cunha: Século Novo**, p. 16-17, 2008.

CADIMA RIBEIRO, J.; FREITAS SANTOS, J. Region-based business strategies: a Portuguese case study. **EuroMed Journal of Business**, v. 3, n. 3, p. 320-334, 2008.

CAÑADA, J. S.; VÁZQUEZ, A. M. Quality certification, institutions and innovation in local agro-food systems: protected designations of origin of olive oil in Spain. **Journal of rural Studies**, v. 21, n. 4, p. 475-486, 2005.

CENDÓN, M. L. et al. Differential quality and technical/managerial advice relationships in Andalusian (Spain) olive oil protected designations of origin. **Spanish Journal of Agricultural Research**, v. 12, n. 4, p. 869-888, 2014.

CERDAN, C.; ANDRADE, N.G.; VELLOSO, C.Q.; SILVA, A.L.; VIEIRA, H.J. Impactos da pesquisa na Indicação de Procedência (IP) dos Vales da Uva em Santa Catarina. In: **Indicações Geográficas: desafios e perspectivas nos 20 anos da Lei de Propriedade Industrial**. Org. Liliana Locatelli. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2016.

COQ-HUELVA, D. et al. Environmental and territorial problems of the Spanish olive oil sector and priorities for research and innovation: a Delphi analysis. In: **Local Agri-food Systems in a Global World: Market, Social and Environmental Challenges**. Cambridge Scholars Publishing in association with GSE Research, 2012. p. 173-193.

COULET, T.. Assessing the economic impact of GI protection. In: **Extending the Protection of Geographical Indications**. Routledge, 2013. p. 113-131.

COLINET, P. et al. Economic Impacts of a PDO product: the case of Comté cheese in France. **University of Toulouse-INRA**, 2006.

DE VLIETAN. **Appellation d'Origine**. Masson, Paris, 1989.

BOING, M. Típicos de Santa Catarina, moluscos estão pela primeira vez no Censo Agro. **Agência IBGE**, Santa Catarina, 24 de jan. de 2019. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/19621-tipicos-de-santa-catarina-moluscos-estao-pela-primeira-vez-no-censo-agro>. Acesso em: 01 abr. 2019.

DE MATOS, M. F. R. et al. Conformidade das farinhas de mandioca tipo Copioba comercializadas nas feiras de Salvador (BA) com os parâmetros da legislação: uma contribuição à Indicação Geográfica (IG) do produto. **Revista GEINTEC-Gestão, Inovação e Tecnologias**, v. 2, n. 3, p. 307-326, 2012.

DE SIQUEIRA, N. P. N. C. et al. Indicações geográficas (IGS) como ferramenta para desenvolvimento regional: uma prospecção tecnológica sobre IGS relacionadas à farinha e mandioca. **Revista GEINTEC-Gestão, Inovação e Tecnologias**, v. 3, n. 5, p. 205-220, 2013.

DINIS, I. **Denominação de Origem e desenvolvimento rural**: o caso do Queijo da Serra da Estrela. Departamento de Economia e Sociologia Rural do Instituto Superior de Agronomia. Lisboa, 1999.

DGADR - Direção geral de agricultura e desenvolvimento rural. Produtos tradicionais com nomes protegidos: apresentação de dados sobre produção, preços e comercialização. **Ministério da Agricultura, desenvolvimento rural e pesca**. Lisboa, 2007.

DIXIT, A. K. **Lawlessness and economics: alternative modes of governance**. Princeton University Press, 2011.

DOGAN, B.; GOKOVALI, U. Geographical indications: the aspects of rural development and marketing through the traditional products. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, v. 62, p. 761-765, 2012.

DOS REIS CARVALHO, G.; DIAS, A. B. Indicação geográfica no Território do Sisal na Bahia: possibilidades e perspectivas. **Revista GEINTEC-Gestão, Inovação e Tecnologias**, v. 2, n. 4, p. 378-386, 2012.

DURAND, C.; FOURNIER, S.. Can geographical indications modernize Indonesian and Vietnamese agriculture? Analyzing the role of national and local governments and producers' strategies. **World Development**, v. 98, p. 93-104, 2017.

DUPIM, L. C. de O.; HASENCLEVER, L. Indicações geográficas e desenvolvimento local: estudo de casos. In: LOCATELLI, L. **Indicações geográficas**: desafios e perspectivas nos 20 anos da Lei de Propriedade Industrial. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2016, p. 33-48.

DRUZIAN, J. I.; NUNES, I. L. Indicações geográficas brasileiras concedidas até julho de 2012 e impacto sobre bens agrícolas e/ou agroindustriais. **Revista GEINTEC-Gestão, Inovação e Tecnologias**, v. 2, n. 4, p. 413-426, 2012.

SANTOS, A. A.; COSTA, S. W. Síntese informativa da maricultura. **EPAGRI – empresa de pesquisa agropecuária e extensão rural de santa catarina**, Santa Catarina, 2013. Disponível em: http://docweb.epagri.sc.gov.br/website_epagri/Cedap/Estatistica-Sintese/Sintese-informativa-da-maricultura-2013.pdf. Acesso em: 01 abr. 2019.

FABRIS, J.; MACHADO, G. J. C.; DE ARAGÃO GOMES, I. M. Evolução da proteção dos produtos tradicionais. **Revista GEINTEC-Gestão, Inovação e Tecnologias**, v. 2, n. 4, p. 387-395, 2012.

FALCADE, I.; MANDELLI, F. Indicações geográficas no Brasil: antigos territórios, novasterritorialidades. **ENCONTRO NACIONAL DE GEOGRAFIA AGRÁRIA**, v. 17, 2004.

FARIA, L. E.; OLIVEIRA, R. S.; SANTOS, N. Propriedade Industrial: Indicações Geográficas - a origem do produto como diferencial de qualidade e diversidade para inovação no agronegócio brasileiro. In: PLAZA, C. M. C. A. et al. (Eds.). **Propriedade Intelectual na Agricultura**. Belo Horizonte: Fórum, 2012. p. 289–310.

FERRAZ, C. Indicação de procedência para o produto cachaça. **APACAP – associação dos produtores e amigos da cachaça de Paraty**, 2016. Disponível em: <http://www.apacap.com.br/ig.php>. Acesso em: 30 mai. de 2019.

GADE, D. W. Tradition, territory, and terroir in French viticulture: Cassis, France, and Appellation Contrôlée. **Annals of the Association of American Geographers**, v. 94, n. 4, p. 848-867, 2004.

GALTIER, F.; BELLETTI, G.; MARESCOTTI, A.. Factors constraining building effective and fair geographical indications for coffee: Insights from a Dominican case study. **Development Policy Review**, v. 31, n. 5, p. 597-615, 2013.

GERZ, A.; DUPONT, F. Comté cheese in France: Impact of a geographical indication on rural development. **Origin-Based Products: Lessons for Pro-Poor Market Development. Bulletin**, v. 372, p. 75-87, 2006.

GIOVANNUCCI, D. The New Local: Linking Geographical Indications and Organics. Paper presented at 1st **IFOAM International conference on marketing of organic and regional values**, Germany, 2007.

GIOVANNUCCI, D. et al. Guide to geographical indications: Linking products and their origins (summary). **Available at SSRN 1736713**, 2009.

GROTE, U. Environmental labeling, protected geographical indications and the interests of developing countries. **Estey Journal of International Law and Trade Policy**, v. 10, n. 1753-2016-141181, p. 94, 2009.

GULATI, S. Geographical Indications in India and the case of famous Indian weave: Banarasi Brocade. **International Journal of Research-Granthaalayah**, v. 4, n. 12, p. 137-146, 2016.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Aquicultura em Santa Catarina**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/pesquisa/18/0?tipo=ranking&indicador=16488>. Acesso em: 20 set 2019.

ILBERT, H.; PETIT, M. Are geographical indications a valid property right? Global trends and challenges. **Development Policy Review**, v. 27, n. 5, p. 503-528, 2009.

KRÜCKEN-PEREIRA, L. et al. **O processo de valorização de produtos alimentícios através das denominações de origem e qualidade: uma abordagem de gestão do**

conhecimento. Dissertação (centro tecnológico). Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2001.

LABORATÓRIO DE MOLUSCOS MARINHOS - LMM. **Histórico.** Disponível em: <https://lmm.ufsc.br/historico/>. Acesso em: 20 set 2019.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Fundamentos de metodologia científica.** 6. ed.5. reimp. São Paulo: Atlas, 2007.

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

LIEBL, M.; ROY, T. Handmade in India: traditional craft skills in a changing world. **Poor people's knowledge: Promoting intellectual property in developing countries**, p. 53-74, 2004.

LÓPEZ, X. A. A.; MARTÍN, B. G. Productos agroalimentarios de calidad, turismo y desarrollo local: el caso del Priorat. **Cuadernos geográficos**, v. 34, n. 1, p. 83-94, 2004.

LOZANO, A.; SAMPER, L. F.; GARCÍA, J. Las Indicaciones Geográficas-IG y la ciencia como instrumento de competitividad: el caso del café de Colombia. **Publicación OMPI**, n. 798, p. 97-128, 2011.

MANCINI, M. C. Geographical indications in Latin America value chains: A “branding from below” strategy or a mechanism excluding the poorest?. **Journal of Rural Studies**, v. 32, p. 295-306, 2013.

MANCINI, M. C. Localised Agro-Food Systems and Geographical Indications in the Face of Globalisation: The Case of Q queso C hontaleño. **Sociologia Ruralis**, v. 53, n. 2, p. 180-200, 2013.

MAUÉS, A. A.; RICHARTZ, F. Indicação geográfica: mapeamento e análise sistêmica das publicações. **Caderno de prospecção**, Salvador, 2019. No prelo.

O que é indicação geográfica (IG)?. **MAPA - ministério da agricultura, pecuária e abastecimento.** 23 de mar. De 2017. Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br/assuntos/sustentabilidade/indicacao-geografica/o-que-e-indicacao-geografica-ig>. Acesso em: 19 abr. 2019.

MENEGAZZO, M. A. D. **Implantação de indicações geográficas (ig): caso da indicação de procedência “maracaju” para o produto linguíça.** Dissertação (Mestrado em desenvolvimento local) – Programa de pós graduação em desenvolvimento local, Universidade Católica Dom Bosco. Campo Grande, p. 127. 2015.

MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade.** 22.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

MINATO, L.F. B. **Análise crítica do processo de estruturação documental do núcleo da qualidade e produtividade do laboratório de moluscos marinhos**. 2013. TCC (Engenharia de Aquicultura) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2013.

NASCIMENTO, J. S.; NUNES, G. S.; BANDEIRA, M. da G. A. A importância de uma indicação geográfica no desenvolvimento do turismo de uma região. **Revista GEINTEC-Gestão, Inovação e Tecnologias**, v. 2, n. 4, p. 365-377, 2012.

NASCIMENTO, J. S. et al. Indicações geográficas: agregação de valor aos produtos brasileiros e maranhenses. **Revista GEINTEC-Gestão, Inovação e Tecnologias**, v. 2, n. 4, p. 353-364, 2012.

NEILSON, J. Institutions, the governance of quality and on-farm value retention for Indonesian specialty coffee. **Singapore Journal of Tropical Geography**, v. 28, n. 2, p. 188-204, 2007.

NIEDERLE, P. A. Controvérsias sobre a noção de indicações geográficas enquanto instrumento de desenvolvimento territorial: a experiência do Vale dos Vinhedos em questão. In: **Congresso da Sober**. 2009. p. 2009.

ORTEGA, A. C.; JESUS, C. M. Território, certificação de procedência e a busca da singularidade: o caso do Café do Cerrado. **Política & Sociedade**, v. 10, n. 19, p. 305-330, 2011.

PAUS, M.; REVIRON, S. **Crystallisation of collective action in the emergence of a geographical indication system**. 2010.

PELLIN, V.; RIBEIRO, J. C.; MANTOVANELI, O. Contribuições dos produtos tradicionais para o território: a experiência do queijo Serra da Estrela, em Portugal. **Territórios e Fronteiras**, v. 9, n. 1, p. 264-284, 2016.

PENKER, M.; KLEMEN, F. **Transaction costs and transaction benefits associated with the process of PGI/PDO registration in Austria**. 2010.

PELLIN, V.; VIEIRA, A. C. P. Indicações geográficas no Brasil: uma perspectiva pro - registro. In: LOCATELLI, L. (Org.). **Indicações geográficas: desafios e perspectivas nos 20 anos da Lei de Propriedade Industrial**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2016.

PISTORELLO, N. Sub-projeto denominação de origem controlada. **Projeto VICTUR-Valorização do turismo integrado à identidade cultural dos territórios**. SEBRAE-RS, 2006.

POLI, C.R. **Cultivo de Crassostrea gigas (Thunberg, 1795) no Sul do Brasil**. (Trabalho apresentado para obtenção do título de Professor Titular, UFSC). Florianópolis, 1994.

POLI, C. R. Cultivo de ostras do Pacífico (*Crassostrea gigas*). In: POLI, C. R.; POLI, A. T. B.; ANDREATTA, E.; BELTRAME, E. (Ed.) **Aquicultura – experiências brasileiras**. Multitarefa, Florianópolis, 2004.

PRODANOV, C. C.; DE FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico-2ª Edição**. Editora Feevale, 2013.

QUIÑONES-RUIZ, X. F. et al. Can origin labels re-shape relationships along international supply chains?—The case of Café de Colombia. **International Journal of the Commons**, v. 9, n. 1, p. 416-439, 2015.

RAMOS, M.I.S; NASCIMENTO, I.A; SILVA, J.L. The comparative growth survival of Pacific oyster (*Crassostrea gigas* Thunberg, C. giga var. Kumamoto) and mangrove oyster (*C. rhizophorae*). In Todos os Santos Bay, Brazil. **Ciências e Cultura**, 1986.

REVIRON, S.; CHAPPUIS, J. M. Geographical indications: collective organization and management. **Labels of origin for food: Local development, global recognition**, p. 45-62, 2011.

REBOLLAR, P. M. et al. Vales da uva Goethe. **Urussanga (Brasil): PROGOETHE**, 2007.

RODRIGUES VALENTE, M. E. et al. Indicação geográfica de alimentos e bebidas no Brasil e na União Europeia. **Ciência Rural**, v. 42, n. 3, 2012.

IG – Região do Cerrado Mineiro: Indicação de procedência. **SEBRAE – serviço brasileiro de apoio as micro e pequenas empresas**. 20 de jul. de 2018. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/ig-regiao-do-cerrado-mineiro/>. Acesso em: 20 mai. 2019.

SMARZYNSKA, B. K.; FINK, C. Trademarks, Geographical Indications and Developing Countries. In: Hoekman, B.; Mattoo, A. English P (eds) **Development trade and WTO**. A handbook. The World Bank, Washington, DC, p. 403-412, 2002.

SCHULTER, E. P. **Arranjo produtivo local da ostra da grande Florianópolis**. Relatório de estágio supervisionado (Graduação em engenharia de aquicultura) - Universidade Federal de Santa Catarina. Santa Catarina, 2007.

SIDALI, K. L.; SCARAMUZZI, S. Group Heterogeneity and Cooperation in the Governance of Geographical Indications. The Case of Parmigiano Reggiano “mountain product”. **Prologue. The role of localised agrifood systems in a globalised Europe 7**, v. 2013, p. 21, 2012.

SONNINO, R. Embeddedness in action: Saffron and the making of the local in southern Tuscany. **Agriculture and human values**, v. 24, n. 1, p. 61-74, 2007.

SUH, J.; MACPHERSON, A. The impact of geographical indication on the revitalisation of a regional economy: a case study of ‘Boseong’ green tea. **Area**, v. 39, n. 4, p. 518-527, 2007.

TEUBER, R. Geographical indications of origin as a tool of product differentiation: The case of coffee. **Journal of International Food & Agribusiness Marketing**, v. 22, n. 3-4, p. 277-298, 2010.

TURVEY, R. Development from within: an evaluative research on economic development strategies. **GeoJournal**, v. 67, n. 3, p. 207-222, 2006.

TRUJILLO FERRARI, A. **Metodologia da ciência**. 3. ed. Rio de Janeiro: Kennedy, 1974.

PI em ação: o negócio de banana no Brasil. **WIPO – organização mundial da propriedade intelectual**. 14 de dez. de 2018. Disponível em: https://www.wipo.int/about-wipo/pt/offices/brazil/news/2018/news_0025.html. Acesso em: 02 abr. 2019.

VAN DE KOP, P.; SAUTIER, D.; GERZ, A. **Origin-based products: Lessons for pro-poor market development**. The Royal Tropical Institute-KIT, 2006.

VANDECANDELAERE, E. et al. Linking people, places and products. **Rome: FAO/SINERGI**, 2009.

VARMAN, R.; CHAKRABARTI, M. Notes from small industry clusters: making sense of knowledge and barriers to innovation. **AI & society**, v. 26, n. 4, p. 393-415, 2011.

VELLOSO, C. Q. et al. **Indicação geográfica e desenvolvimento territorial sustentável: a atuação dos atores sociais nas dinâmicas de desenvolvimento territorial a partir da ligação do produto ao território (um estudo de caso em Urussanga, SC)**. 2008. 168 f. Dissertação (Centro de Ciências Agrárias) – Universidade Federal de Santa Catarina, Floiranoópolis, 2008.

VERMA, S.; MISHRA, N. Recognition and Marketing Opportunities of a “GI” Tag in Handloom Product: A Study of Banaras Brocades and Sarees. **Journal of Intellectual Property Rights**, v. 23, p. 101-110, 2018.

VIEIRA, A. C. P.; WATANABE, M.; BRUCH, K. L. Perspectivas De Desenvolvimento Da Vitivinicultura Em Face Do Reconhecimento Da Indicação De Procedência Vales Da Uva Goethe. **Revista Gestão, Inovação e Tecnologia**, v. 2, p. 327–343, 2012.

VIEIRA, A. C. P.; BUAINAIN, A. M. Aplicação da Propriedade Intelectual no Agronegócio. In: PLAZA, C. M. C. A. et al. (Eds.). **Propriedade Intelectual na Agricultura**. Belo Horizonte: Fórum, 2012. p. 21–50.

VIEIRA, A. C. P.; PELLIN, V. As indicações geográficas como estratégia para fortalecer o território: o caso da indicação de procedência dos vales da uva Goethe. **Desenvolvimento em Questão**, v. 13, n. 30, p. 155-174, 2015.

YAMAGUCHI, C. K. et al. Indicação geográfica como instrumento de criação do conhecimento nos Vales da Uva Goethe. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, v. 3, n. 2, p. 145-160, 2013.

ZANELLA, A. V. Perguntar, registrar, escrever: inquietações metodológicas. **Porto Alegre: Sulina**, 2013.

ANEXOS

Anexo 1 – Resultado do questionário com ordem citada por cada entrevistado.

VANTAGENS	ORDEM DE IMPORTÂNCIA				
	E1	E2	E3	E4	E5
1 – Proteção contra imitações					1
2 – Prêmios de preços					
3 – Acesso a novos canais de marketing					
4 – Troca de experiência, capacidade e conhecimento					
5 – Maior padrão de qualidade dos produtos/serviços			1	4	
6 – Aumento e desenvolvimento do turismo	4				
7 – Desenvolvimento rural					
8 – Geração de empregos e aumento da renda					
9 – Ressalta o valor histórico e cultural do território	3		2		5
10 – Estimula práticas sustentáveis					
11 – Agrega valor aos produtos/serviços		1		5	
12 – Manutenção de formas tradicionais de produção					
13 – Aumento da venda e dos preços dos produtos					
14 – Aumento da escala de produção					
15 – Aumento do portfólio de produtos beneficiados pela IG	5				
16 – Reconhecimento do produto por parte do consumidor		5	3		4
17 – Apoio do setor público e privado				1	
18 – Maior participação dos agentes locais e da sociedade					
19 – Aumento do fomento e financiamento à pesquisa					
20 – Acesso a novos conhecimentos e informações					
21 – Apoio das Universidades e instituições de pesquisa					
22 – Inovação nos produtos					
23 – Valorização de terras e propriedades					
24 – Preservação ambiental					3
25 – Manutenção da biodiversidade local					
26 – Liderança forte					
27 – Visão coletiva orientada para sustentabilidade e qualidade			4		
28 – Organização justa e representativa dos agentes locais			5		
29 – Modernização e melhoramento dos meios de produção					
30 – Ligação com o <i>terroir</i>					
31 – Fortalecimento do associativismo		2		3	
32 – Esforços coletivos					
33 – Abertura de novos mercados, incluindo exportações				2	2
34 – Impactos sociais e econômicos positivos	2	3			

35 – Aumento da divulgação da região e do produto					
36 – Governança organizada	1	4			
37 – Capacitação dos produtores e realização de auditorias					

Fonte: resultado do questionário (2019)

Anexo 2 - Resultado do questionário com ordem citada por cada entrevistado.

DESAFIOS	ORDEM DE IMPORTÂNCIA				
	E1	E2	E3	E4	E5
1 – Ausência de estrutura institucional forte		2			3
2 – Ausência de legislação forte					
3 – Dificuldade de consolidação de políticas públicas			1	3	
4 – Organizações coletivas desestruturadas	2	3	2	5	2
5 – Dificuldade de atingir consenso nas decisões	3	4			
6 – Baixa representatividade dos atores locais	4		3	4	
7 – Falta de informação	5				
8 – Regulamentação ineficiente					
9 – Fraco poder de barganha e de habilidades contratuais					
10 – Normas regulamentares excessivamente abertas					
11 – Competição com grandes indústrias					
12 – Descaracterização dos meios tradicionais de produção					
13 – Delimitação da área geográfica					
14 – Demonstração do <i>terroir</i>					
15 – Consenso em regras contratuais					
16 – Organização dos produtores	1	1	2	1	1
17 – Conciliar opiniões divergentes					
18 – Perda de motivação e engajamento		5			
19 – Desinteresse dos produtores pela IG					
20 – Dificuldade de uso e controle das especificações técnicas			4		
21 – Falta de apoio e planejamento estratégico					
22 – Dificuldade de inserir o produto no mercado					
23 – Altos custos de registro e gestão da IG					
24 – Degradação ambiental			5		4
25 – Perda da biodiversidade					
26 – Ausência de participação do Estado					
27 – Grande concorrência					
28 – Falta de esforços para exportação e promoção do produto					
29 – Pesquisas pouco rigorosas para implementar a IG					
30 – Falta de capacitação dos produtores					5
31 – Dificuldade de obtenção de matéria prima e mão de obra				2	

Fonte: resultado do questionário (2019).

APÊNDICES

Apêndice A – Termo de consentimento livre e esclarecido

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

(participante da pesquisa)

PESQUISA: *Ostras de Florianópolis: vantagens e desafios para obtenção de uma indicação geográfica.*

Eu, _____ confirmo que a pesquisadora Adriana Araújo Maués conversou comigo sobre esta pesquisa e eu compreendi que:

1. As informações para esta pesquisa serão coletadas através de observações e entrevistas com representantes das principais instituições envolvidas com o Arranjo Produtivo Local – APL da ostra, em Florianópolis.
2. O objetivo geral da pesquisa é identificar as principais vantagens e desafios para obtenção da IG da ostra de Florianópolis.
3. Todos os dados coletados somente serão utilizados para esta pesquisa e para a divulgação acadêmica de seus resultados.
4. Minha participação nesta pesquisa é importante, pois contribuirá para a análise dos vários aspectos do registro de IG, na investigação das vantagens advindas da proteção, na identificação dos desafios enfrentados e, ainda, no entendimento acerca da interação entre os agentes locais envolvidos na proteção da IG diante da realidade local.
5. Eu posso escolher participar ou não deste estudo. Minha decisão em participar desta pesquisa não implicará em benefícios pessoais, bem como não resultará em quaisquer prejuízos.
6. Se eu tiver alguma dúvida a respeito, eu posso contatar a pesquisadora Adriana Araújo Maués pelo e-mail adrianaamaues@gmail.com.
7. Eu concordo em participar deste estudo.
8. Que seja gravada a entrevista:
[] Aceito [] Não aceito
9. Ter trechos da fala transcritos na pesquisa:
[] Aceito [] Não aceito
10. Ter o nome da Instituição identificado na pesquisa.
[] Aceito [] Não aceito
11. Ter meu nome identificado na pesquisa:
[] Aceito [] Não aceito

Assinaturas:

Participante: _____

Instituição: _____

Data: _____

Pesquisadora Principal/orientanda: _____ Data: _____

Pesquisador Responsável/orientador: _____ Data: _____

Apêndice B – Questionário de múltipla escolha

QUESTIONÁRIO DE MÚLTIPLA ESCOLHA (participante da pesquisa)

Tem como objetivo fornecer a perspectiva de agentes locais envolvidos com a APL da ostra de Florianópolis, no que concerne aos desafios enfrentados para a aquisição de uma Indicação Geográfica, bem como as vantagens que poderiam surgir desta iniciativa.

VANTAGENS DA OBTENÇÃO DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA

Vantagens	Marque quais você entende se aplicar à ostra de Florianópolis?	Numere as opções marcadas por ordem de importância
1 – Proteção contra imitações		
2 – Prêmios de preços		
3 – Acesso a novos canais de marketing		
4 – Troca de experiência, capacidade e conhecimento		
5 – Maior padrão de qualidade dos produtos/serviços		
6 – Aumento e desenvolvimento do turismo		
7 – Desenvolvimento rural		
8 – Geração de empregos e aumento da renda		
9 – Ressalta o valor histórico e cultural do território		
10 – Estimula práticas sustentáveis		
11 – Agrega valor aos produtos/serviços		
12 – Manutenção de formas tradicionais de produção		
13 – Aumento da venda e dos preços dos produtos		
14 – Aumento da escala de produção		
15 – Aumento do portfólio de produtos beneficiados pela IG		
16 – Reconhecimento do produto por parte do consumidor		
17 – Apoio do setor público e privado		
18 – Maior participação dos agentes locais e da sociedade		
19 – Aumento do fomento e financiamento à pesquisa		
20 – Acesso a novos conhecimentos e informações		
21 – Apoio das Universidades e instituições de pesquisa		
22 – Inovação nos produtos		
23 – Valorização de terras e propriedades		
24 – Preservação ambiental		
25 – Manutenção da biodiversidade local		
26 – Liderança forte		
27 – Visão coletiva orientada para sustentabilidade e qualidade		
28 – Organização justa e representativa dos agentes locais		
29 – Modernização e melhoramento dos meios de produção		
30 – Ligação com o <i>terroir</i>		
31 – Fortalecimento do associativismo		
32 – Esforços coletivos		
33 – Abertura de novos mercados, incluindo exportações		
34 – Impactos sociais e econômicos positivos		
35 – Aumento da divulgação da região e do produto		
36 – Governança organizada		
37 – Capacitação dos produtores e realização de auditorias		

Fonte: elaborado pela autora (2019)

Referência: 1 como sendo o mais importante e seguindo por ordem crescente.

DESAFIOS DA OBTENÇÃO DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA

Desafios	Marque quais você entende se aplicar à ostra de Florianópolis?	Numere as opções marcadas por ordem de importância
1 – Ausência de estrutura institucional forte		
2 – Ausência de legislação forte		
3 – Dificuldade de consolidação de políticas públicas		
4 – Organizações coletivas desestruturadas		
5 – Dificuldade de atingir consenso nas decisões		
6 – Baixa representatividade dos atores locais		
7 – Falta de informação		
8 – Regulamentação ineficiente		
9 – Fraco poder de barganha e de habilidades contratuais		
10 – Normas regulamentares excessivamente abertas		
11 – Competição com grandes indústrias		
12 – Descaracterização dos meios tradicionais de produção		
13 – Delimitação da área geográfica		
14 – Demonstração do <i>terroir</i>		
15 – Consenso em regras contratuais		
16 – Organização dos produtores		
17 – Conciliar opiniões divergentes		
18 – Perda de motivação e engajamento		
19 – Desinteresse dos produtores pela IG		
20 – Dificuldade de uso e controle das especificações técnicas		
21 – Falta de apoio e planejamento estratégico		
22 – Dificuldade de inserir o produto no mercado		
23 – Altos custos de registro e gestão da IG		
24 – Degradação ambiental		
25 – Perda da biodiversidade		
26 – Ausência de participação do Estado		
27 – Grande concorrência		
28 – Falta de esforços para exportação e promoção do produto		
29 – Pesquisas pouco rigorosas para implementar a IG		
30 – Falta de capacitação dos produtores		
31 – Dificuldade de obtenção de matéria prima e mão de obra		

Fonte: elaborado pela autora (2019).

Referência: 1 como sendo o mais importante e seguindo por ordem crescente.

Assinaturas:

Participante: _____

Instituição: _____

Data: _____

Pesquisadora Principal/orientanda: _____ Data: _____

Pesquisador Responsável/orientador: _____ Data: _____

Apêndice C - Correspondência eletrônica solicitando confirmação das entrevistas agendadas com os principais agentes locais identificados.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA - UFSC

Centro Socioeconômico – CSE

Mestrado Profissional em Propriedade Intelectual e Transferência para Inovação – PROFNIT

Prezado Sr. xxxxx,

Conforme contato prévio, venho solicitar seu auxílio em minha pesquisa de dissertação de mestrado acerca dos desafios e vantagens para obtenção de uma Indicação Geográfica - IG da ostra de Florianópolis.

Para auxiliar a pesquisa de campo, necessito colher dados por meio de uma entrevista (do tipo semiestruturada) com alguns agentes locais relevantes para este processo de IG, tais como instituições de apoio e fomento, entidades representativas de produtores, produtores envolvidos na produção do produto, instituições de pesquisa, entre outros.

Como sugerido em nosso contato prévio, pretendo estar em xxxx na data de xx/xx/2019 e gostaria de poder contar com sua colaboração na entrevista, procurando ouvir sua percepção quanto aos desafios e vantagens do reconhecimento da Indicação Geográfica da ostra de Florianópolis. Diante disso, solicito a confirmação do local e horário da reunião e sua autorização para a coleta de informações.

Agradeço desde já sua ajuda e a de todos integrantes da xxxx.

Atenciosamente,
Adriana Araújo Maués
Advogada
Mestranda em Propriedade Intelectual UFSC
Tel.: +55 (91) 99116-8556
adrianamaues@gmail.com

Apêndice D – Roteiro de entrevista semi-estruturada

Objetivo: percepção dos agentes locais quanto à Indicação Geográfica, os desafios enfrentados durante o processo e as vantagens advindas com o registro.

MODELO DE ENTREVISTA
Indicação Geográfica: ostra de Florianópolis.
Nome do entrevistado:
Instituição/cargo/função:
Data da entrevista:
Participa ou participou de alguma ação para o reconhecimento de uma Indicação Geográfica?

<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	
Qual é o seu entendimento a respeito de Indicação Geográfica?	
<input type="checkbox"/> Local que identifica a origem de determinado produto/serviço <input type="checkbox"/> Indicação de algum espaço geográfico <input type="checkbox"/> Produto ou serviço cuja qualidade/característica está relacionada com sua origem geográfica <input type="checkbox"/> Propriedade industrial que pode ser registrada no INPI <input type="checkbox"/> Não sei o que significa	
Em função da resposta anterior, tem-se dois caminhos a seguir:	
Não sabe o que significa IG	Possui entendimento sobre IG
1 - Explicar a conceituação: Indicação de Procedência: 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. Denominação de Origem: 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.	1 – Como ficou conhecendo o que era uma Indicação Geográfica?
2 - Em sua opinião qual a importância do registro de indicação geográfica no INPI: <input type="checkbox"/> Certificação dos produtos quanto a qualidade e origem <input type="checkbox"/> Proteção ao uso do nome do local para comercialização de determinados produtos ou serviços <input type="checkbox"/> Apropriação do nome do local que serve como referência para determinado produto/serviço <input type="checkbox"/> Útil como propaganda e aumento da visibilidade do local <input type="checkbox"/> Não sabe ou prefere não responder Outra?	
3 – Você é a favor de uma Indicação Geográfica para a ostra de Florianópolis? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não sabe ou prefere não responder	
4 – Do seu ponto de vista, quais as vantagens da obtenção da IG ostra? <input type="checkbox"/> Melhorar e expandir a comercialização <input type="checkbox"/> Aumentar o valor dos produtos <input type="checkbox"/> Proporcionar a união do setor <input type="checkbox"/> Melhorar a qualidade dos produtos <input type="checkbox"/> Aumento do turismo <input type="checkbox"/> Desenvolvimento da região <input type="checkbox"/> Troca de conhecimentos e experiências <input type="checkbox"/> Não sabe ou prefere não responder Outra?	
5 - Em sua opinião, quem mais se beneficiará do reconhecimento da IG?	

- Todos os produtores
- Somente um pequeno grupo de produtores
- Os pequenos e médios produtores
- O setor de turismo e comércio
- Consumidor
- Não sabe ou prefere não responder

Outro? Quem?

6 – Do seu ponto de vista, que desafios precisam ser superados para obtenção da IG ostra?

- Dificuldade de união e articulação dos agentes locais
- Dificuldade de se adequar às especificações técnicas
- Falta de conhecimento sobre o tema
- Falta de divulgação
- Falta de recursos
- Falta de uma política de incentivo e fomento
- Ausência de uma legislação forte
- Não sabe ou prefere não responder

Outra?

7 - Em sua opinião, o desenvolvimento do setor (ostreocultura) poderia se traduzir em melhoria socioeconômica? De que forma?

E qual a participação da IG neste processo?

8 - Você tem algo mais que gostaria de dizer?