



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



**IDENTIDADE E DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL –
ESTUDO DAS EXPERIÊNCIAS DE INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS
NO ESTADO DO RS**

**PAULO ROBERTO DULLIUS; JOSÉ MARCOS FROEHLICH;
RAFAELA VENDRUSCOLO;**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA

SANTA MARIA - RS - BRASIL

paulo.dullius@gmail.com

APRESENTAÇÃO ORAL

Desenvolvimento Rural, Territorial e regional

**Identidade e Desenvolvimento Territorial – estudo das experiências de
Indicações Geográficas no estado do RS¹**

Grupo de Pesquisa: Desenvolvimento Rural, Territorial e Regional.

Resumo

No contexto contemporâneo, demarcado pela valorização das diversidades culturais e dos patrimônios naturais, tem sido frequente a opção de muitos lugares por estratégias de desenvolvimento ancoradas na criação ou reconstrução de sua própria identidade territorial. Assim, conhecimentos e ações que visam consolidar potencialidades contemplando as especificidades histórico-culturais e naturais dos territórios são cada vez mais importantes. Atualmente, uma das principais estratégias que articula os potenciais da noção de identidade territorial para promover ações de

¹ Trabalho derivado do projeto de pesquisa *Identidades e Desenvolvimento Territorial – Estudo prospectivo de potencialidades a partir da noção de Indicação Geográfica*, financiado pelo edital MCT/CNPq 15/2007 -Universal e coordenado pelo professor José Marcos Froehlich(PPGExR-UFSM) jmarcos.froehlich@pq.cnpq.br.

**SOBER**XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

desenvolvimento são aquelas que se pautam pela obtenção de dispositivos de reconhecimento via registro de Indicações Geográficas. Embora já amplamente utilizado na União Européia, no Brasil o reconhecimento das especificidades territoriais mediante Indicações Geográficas (IGs) ainda é recente e apresenta duas modalidades: a Indicação de Procedência (IP) e a Denominação de Origem (DO). Este trabalho busca traçar um quadro comparativo entre as duas experiências de IGs existentes no RS: o *Vale dos Vinhedos* e a *Carne do Pampa Gaúcho*. Ambas as experiências obtiveram o reconhecimento como IP, sendo que a do Vale dos Vinhedos tem como produtos protegidos vinhos e espumantes, tendo obtido o seu reconhecimento em 2002 e abarcando área territorial em parte de três municípios localizados na metade Norte do RS, na região turística da Serra Gaúcha. Já a IP Carne do Pampa Gaúcho tem como produtos protegidos a carne bovina e seus derivados, tendo obtido o seu reconhecimento em 2006 e abarcando área de 8 municípios localizados na Campanha meridional da metade Sul do RS. O trabalho finaliza discutindo os elementos comparativos em termos de similitudes e diferenças, ressaltando as especificidades, os atores envolvidos, os obstáculos e desafios, bem como as referências empíricas necessárias para avançar no estudo das experiências apresentadas.

Palavras-chaves: Identidade territorial; desenvolvimento territorial; Indicações Geográficas; Indicação de Procedência.

Abstract

In the contemporary context, demarcated by the valorization of the cultural diversities and of the natural patrimonies, it has been frequent the option of many places for development strategies anchored in the creation or reconstruction of your own territorial identity. Like this, knowledge and actions that seek to consolidate potentialities contemplating the historical-cultural and natural specificities of the territories they are more and more important. Now, one of the main strategies that articulates the potentials of the notion of territorial identity to promote development actions are those that are ruled by the obtaining of recognition devices through registration of Geographical Indications. Although already thoroughly used in the European Union, in Brazil the recognition of the territorial specificities by Geographical Indications (IGs) still is recent and presents two modalities: the Indication of Origin (IP) and the Denomination of Origin (OF THE). This work search to trace a comparative picture among the two experiences of IGs existent in RS: o *Vale dos Vinhedos* and *Carne do Pampa Gaúcho*. Both experiences obtained the recognition like IP, and the one of the Vale dos Vinhedos has as protected products wines and foamy, having obtained your recognition in 2002 and embracing territorial area of three located municipal districts in the North half of RS, in Serra Gaucha tourist area. Carne do Pampa Gaúcho IP already has as protected products the bovine meat and yours derived, having obtained your recognition in 2006 and embracing area of 8 located municipal districts in the Campanha Meridional of the South half of RS. The work concludes discussing the comparative elements in similitudes terms and differences, pointing out the specificities, the involved actors, the obstacles and challenges, as well as the necessary empiric references to move forward in the study of the presented experiences.

**SOBER**XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

Key Words: Territorial identity; territorial development; Geographical indications; Indication of Origin

1.0 Introdução

1.1 A abordagem territorial do desenvolvimento

A partir de variados e persistentes estímulos e articulações sócio-econômicas determinadas regiões respondem positivamente aos desafios territoriais da globalização, conseguindo construir seus próprios modelos de desenvolvimento. Ao combinarem a mobilização de suas potencialidades locais com o aproveitamento das oportunidades globais oferecidas pelo processo de desenvolvimento contemporâneo, acabam por constituírem uma dinâmica territorial própria.

As novas territorialidades criadas a partir de similitudes e afinidades sócio-culturais e/ou naturais de uma região tornaram o território um objeto de estudo, também das ciências sociais que tem nas particularidades das interações sociais os focos de pesquisa (ABRAMOVAY, 2007; 2003). Para este mesmo autor, o território é mais do que simples base física para as relações entre os indivíduos e empresas, na medida em que possui um tecido social, uma organização complexa feita por laços que vão muito além de seus atributos naturais, representando uma trama de vínculos com raízes históricas, configurações políticas e identidades que desempenham um papel ainda pouco conhecido no próprio desenvolvimento econômico. Os territórios resultam de formas específicas de interação social, da capacidade dos indivíduos, das empresas e das organizações locais em promover ligações dinâmicas, capazes de valorizar seus conhecimentos, suas tradições e a sua confiança historicamente construída.

A dimensão territorial do desenvolvimento enfatiza o estudo das redes, convenções e instituições que permitem ações cooperativas capazes de enriquecer o tecido social de uma determinada região. Essa abordagem permite a dinamização de áreas contradizendo as teorias que relegam ao mundo rural um papel secundário no desenvolvimento contemporâneo. A ruralidade deixa de ser uma etapa do desenvolvimento social a ser superada com o avanço do progresso e da urbanização, passando a ser um valor para as sociedades contemporâneas².

Segundo Veiga (2003), a qualidade ambiental pode se tornar o principal suporte do desenvolvimento para as regiões que não abrigam grandes cidades. Nesses casos é freqüente que o principal trunfo do desenvolvimento territorial passe a ser o patrimônio natural, por vezes ligado a alguma forma de patrimônio histórico cultural. Entretanto, na atualidade, tem-se enfatizado os bens imateriais, as tradições locais, as maneiras de ser e de fazer e as relações sociais que dão vida ao território. Esse patrimônio antes visto

² Onde a associação da noção de 'rural' com a noção de 'natureza', tão freqüente no mundo contemporâneo, ganha contornos substantivos. Para mais, ver Mormont(1996), Froehlich e Braida(2000) e Froehlich(2002), entre outros.



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



como uma despesa para as administrações municipais agora é vislumbrado como oportunidade de consumo e desenvolvimento, sendo valorizado e preservado por toda a comunidade.

Deste modo, permite-se, principalmente, a construção de uma imagem de uma marca identitária do território; neste sentido a valorização do patrimônio é muito mais um processo de construção do que uma herança. Os atores sociais e econômicos investem no plano simbólico como forma de ancoragem em um determinado território. Para Roca(2004), os territórios se distinguem de acordo com seus recursos biofísicos e humanos, relações sociais, modos de produção e sua cultura. As ligações dessas especificidades com fatores exógenos dão origem às identidades territoriais. A (re)afirmação da identidade territorial no contexto da economia e cultura globalizadas tem vindo a ganhar importância estratégica na União Européia, especialmente nos países e regiões periféricos e menos desenvolvidos.

Nesse sentido, Veiga (2003) e Abramovay (2003), apontam algumas condições para a abordagem territorial do desenvolvimento. Primeiramente, deve-se ignorar as antigas concepções e dicotomias entre rural e urbano e enfatizar a dinâmica e as potencialidades do território. Além disso, mecanismos que facilitem as relações intermunicipais, como os consórcios de desenvolvimento, são importantes para a superação dos limites das convencionais divisões político-administrativas. O território deve ser percebido nas suas dimensões relacionais constituindo um todo. No que se refere aos territórios (rurais), para Veiga (2003), o grande desafio está, portanto, em propor uma estratégia realista que possa viabilizar uma factível transição de ações setoriais para uma articulação horizontal de intervenções. Trata-se de encorajar os municípios rurais a se associarem com o objetivo de valorizar o território que compartilham, fornecendo as articulações e os meios necessários ao desencadeamento do processo. Bem como conhecimentos e estudos prospectivos da realidade que possam instrumentalizar seus atores a melhor se articularem em torno de estratégias de desenvolvimento competitivas e sustentáveis.

1.2 Identidade territorial e estratégias de desenvolvimento

Como espaço de articulação de estratégias de desenvolvimento, o território tem sido objeto de ações tanto em nível interno, pelos próprios atores locais, quanto em nível externo por instituições governamentais e não-governamentais. Num sentido antropológico, Tizon (1995) entende o território como um ambiente de vida, de ação e de pensamento de uma comunidade, sempre associado a processos de construção de identidades. Pensando numa perspectiva da sociologia do desenvolvimento, Abramovay (1998) percebe o território como uma relação entre raízes históricas, configurações políticas e identidades, preponderantes para o desenvolvimento. A identidade, portanto, afirma-se como construtora de um território, um espaço de relações sociais que tem no sentimento de pertencimento a um conjunto de relações de sociabilidade que se dá em um âmbito físico qualquer, a construção de delimitações espaço-temporais. Esse pertencimento é reivindicado nas interações com a alteridade, onde diferenciações são preconcebidas na edificação de fronteiras sociais simbólicas, formadas com base em



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



relações histórico-culturais. Assim, a territorialidade é condicionada por normas e valores culturais próprios, com seus próprios símbolos e significados que podem variar de uma sociedade para outra, no tempo e no espaço.

Nessa perspectiva, o território é construído através da memória coletiva e das relações sociais formadas pelas trocas locais e externas (JOLLIVET, 1984). Dessa forma, a idéia de território e identidade não perpassa a noção de tudo aquilo que é dado pelo passado, tendo em vista a contínua configuração da identidade nas relações sociais contemporâneas. Afinal, como afirma Halbwachs (1990), toda memória é uma construção do passado no presente, e sendo a identidade e o local originários da memória coletiva, as mudanças no tempo e no espaço proporcionam a construção contínua desse pertencimento.

As relações sociais estabelecidas no local permitem um espaço de cooperação e ação coletiva formando laços de solidariedade entre os atores (BRUNET, 1990). Essa cooperação é gerada pela formação do capital social³, indispensável para a coesão e as ações de desenvolvimento endógeno. No entanto, Abramovay (2002) discorda das idéias culturalistas sobre capital social que limitam sua interpretação aos atributos histórico-culturais passados de geração para geração. Para o autor, os laços de cooperação podem ser criados através de mecanismos de comportamento organizacionais capazes de superar as tradicionais organizações políticas. Para Albagli (2004), a territorialidade deve estar edificada através do estímulo aos laços identitários e ao fortalecimento do capital social e cultural promovendo a valorização, proteção e capitalização das especificidades culturais, tipicidades, do patrimônio ambiental, das práticas produtivas e das potencialidades econômicas.

Entretanto, Abramovay (2007), salienta que a cooperação não é um ideal abstrato a que aderem atores bem intencionados, aspecto tanto mais freqüente quanto mais forte as instituições capazes de reduzir seus custos de transação nos mercados existentes. Para ele, a cooperação deve ser entendida baseada nos estudos dos interesses, das representações, das oportunidades e, principalmente, das forças e habilidades de que dispõem os diferentes segmentos organizados de uma sociedade. Ela não é um ideal a ser alcançado para a formação dos territórios, estes dependem mais dos recursos materiais e simbólicos e das articulações sociais que dispõem para a legitimação das suas iniciativas. Os territórios são arenas, domínios, espaços sociais organizados ou campos (BOURDIEU e WACQUANT, 1992) em que atores coletivos procuram produzir sistemas de dominação – que é a outra forma de denominar a obtenção da cooperação alheia – por meio de um conjunto variado de recursos materiais e culturais que lhes abrem caminhos para interpretar, imprimir sentido, tomar posição e agir em situações dadas.

As articulações entre território, identidade, cultura e mercado permitem, portanto, a interpretação de um espaço geográfico, permeado por uma identidade

³ Capital Social é um conjunto de recursos, boa parte dos quais simbólicos, de cuja apropriação depende em grande parte o destino de uma certa comunidade. Diz respeito a características da organização social, como confiança, normas e sistemas, que contribuam para aumentar a eficiência da sociedade, facilitando as ações coordenadas. (Coleman, 1990, Putman, 1993/1996, p.177 apud Abramovay, 2003).

**SOBER**XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

construída socialmente, formando laços de proximidade e interdependência e possibilitando qualidade e vantagens aos produtos e serviços locais, conferindo-lhes maior competitividade e, portanto, forma de acesso aos mercados. Da mesma forma, pode-se vislumbrar novas habilidades e capacidades dos atores locais, como forma de aproveitamento dos recursos disponíveis, significando um processo de desenvolvimento de forma endógena. O modelo endógeno de desenvolvimento é baseado principalmente, mas não exclusivamente, sobre os recursos localmente disponíveis trabalhando com a revitalização e dinamização destes recursos locais que de outra forma poderiam se tornar supérfluos (BORBA et al., 2007). O desenvolvimento das potencialidades territoriais pode ser explorado economicamente, na maioria das vezes, através de produtos ou serviços genéricos sem a produção de características identitárias com especificidades locais. Entretanto, há estratégias de desenvolvimento territoriais voltadas para o conhecimento dos recursos específicos disponíveis com base na organização de ações voltadas para a promoção das qualidades construídas ou mesmo intrínsecas do território. As características peculiares de um território podem ser materiais ou imateriais, possibilitando ambas ações de desenvolvimento mediante estratégias de diferenciação. Há, dessa forma, a possibilidade de associar a construção social de um território a estratégias de valorização de produtos locais, com base na política de diferenciação, caso haja potenciais ativos, materiais ou imateriais, que expressem a genuinidade local. Muitas vezes, os potenciais fatores para a valorização originam-se da interação do patrimônio natural e o patrimônio histórico-cultural ocasionando singularidades expressas em produtos ou serviços que permitem novas formas de relações com os consumidores (ALBAGLI, 2004; RIMISP, 2006; LAGARES, LAGES, BRAGA, 2006).

1.3 Estratégias de promoção do desenvolvimento territorial

Diante das características da sociedade contemporânea com seu expressivo apreço pelo consumo de produtos e serviços que dialogam com histórias nostálgicas dos tempos antigos ou que interajam com a “natureza”, volta-se o desenvolvimento dos territórios para a necessidade de se conhecer e consolidar potencialidades e estratégias que contemplem as suas especificidades e tipicidades histórico-culturais e naturais.

Atualmente, uma das principais estratégias que articula os potenciais da noção de identidade territorial para promover ações de desenvolvimento são aquelas que se pautam pela obtenção de dispositivos de reconhecimento, âmbito no qual as Indicações Geográficas⁴ são as mais reconhecidas, inclusive formal e oficialmente nos órgãos institucionais nacionais e mesmo internacionais. As Indicações Geográficas são responsáveis pelo desenvolvimento de grande parte dos territórios europeus que investiram nos produtos e serviços com base nas características histórico-culturais e

⁴ De forma jurídica, as Indicações Geográficas são consideradas “marcas territoriais” que reconhecem os direitos coletivos referentes aos sinais distintivos de um território (GURGEL, 2006).



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



naturais contempladas pela organização e a identificação dos atores com o território⁵. Essa forma de reconhecimento permitiu a valorização dos atributos locais específicos, havendo uma associação do conteúdo simbólico da mensagem trocada entre produtor e consumidor. Associam, no imaginário do consumidor, as relações de produção com a cultura e tradição, tipicidade e qualidade, bem como com propriedades singulares advindas do próprio ecossistema. Segundo Brabet & Pallet (2006), a AOC (Apelação de Origem Controlada - selo oficial da França) contribui para o Desenvolvimento Sustentável local, com a valorização de regiões difíceis e desfavorecidas, e para a conservação do patrimônio agrícola nacional preservando as tradições culturais.

No Brasil, o reconhecimento das especificidades territoriais mediante Indicações Geográficas (IGs) pode se dar de duas formas⁶: a Indicação de Procedência (IP) e a Denominação de Origem (DO). A Indicação de Procedência consiste no nome geográfico dado ao território que se tornou conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou prestação de serviço. No que tange a Denominação de Origem, distingue-se por ser o nome geográfico dado a um território em virtude da qualidade ou característica dos produtos ou serviços, exclusiva ao meio geográfico, fatores naturais ou humanos do território. Assim, a diferença singular entre as formas de Indicação Geográfica está associada às características e peculiaridades físicas e humanas potencializadas pelo território que podem designar uma Denominação de Origem, enquanto que para a Indicação de Procedência é suficiente a vinculação do produto ou serviço a um espaço geográfico, independente de suas características e qualidades intrínsecas (LAGARES, LAGES, BRAGA, 2006).

Recentemente propaladas no Brasil, são ainda incipientes as articulações, os investimentos, as reivindicações e, por conseguinte, as concessões de registros de Indicações Geográficas como um dos eixos estratégicos de promoção do desenvolvimento territorial, sendo aí algo a ser superado frente à diversidade cultural do país e o diferencial que esse processo abarca. Os primeiros exemplos desta modalidade de proteção no Brasil são as Indicações de Procedências concedidas ao Vale dos Vinhedos e ao Café do Cerrado Mineiro (GURGEL, 2006; TONIETTO, 2006)⁷. Mais recentemente ainda o processo que requisitava a Indicação de Procedência da Carne do Pampa Gaúcho teve sua concessão formalizada no final de 2006⁸.

Baseada, portanto, no desenvolvimento de uma nova ruralidade, com a valorização dos territórios, as Indicações Geográficas constituem uma importante estratégia de agregação de valor aos produtos locais, possibilitando maior

⁵ Há 630 registros de AOP (Apelação de Origem Protegida) e IGP (Indicação Geográfica Protegida) na Europa, dos quais 131 estão na Itália, 130 na França, seguidos por 85 em Portugal, 79 na Grécia, 74 na Espanha, 67 na Alemanha, 28 no Reino Unido e 12 na Áustria, completando com os outros países que possuem menos de 10 AOC/IGP (BRABET & PALLET, 2006).

⁶ A resolução do INPI n°. 75/2000 estabelece as condições para o registro das Indicações Geográficas.

⁷ As Indicações de Procedência são concedidas pelo INPI, mas há no Brasil uma Indicação resultante de um decreto presidencial, no caso da cachaça (GURGEL, 2006).

⁸ Ainda não há registro de Denominação de Origem no Brasil, tendo em vista a inexistência ainda de instituições credenciadas para auferir a qualidade singular dos produtos. (GURGEL, 2006).



competitividade⁹ e abrangendo uma alternativa econômica a mais às regiões mais pobres e desfavorecidas valorizando a sua diversidade histórico-cultural. Além disso, por estarem pautadas nos saberes, modos de ser e de fazer local, servem de apoio para a preservação do patrimônio material e imaterial¹⁰. Altmann (2006) considera o reconhecimento notório de um produto através dos atributos do território e do modo de fazer dos produtores como a “originalidade criativa”, um bem imaterial de propriedade coletiva que pode ser explorado pelos produtores no território específico. Assim, a garantia de qualidade e origem pode abrir mercado aos produtos regionais e assegurar melhores preços aos produtores familiares com condições de competitividade, bem como, valoriza o trabalho artesanal possibilitando formas de geração de renda (ALTMANN, 2006).

As Indicações Geográficas também têm sido cogitadas para proteger e agregar valor a produtos desenvolvidos por populações consideradas tradicionais¹¹, indígenas e quilombolas, a partir da ênfase em suas identidades calcadas em territorialidades, saberes e modos de vida e produção específicos¹². Para além da valorização econômica, muitos dos bens culturais e naturais compartilhados por estas populações estão dotados de valorização e configuração imateriais ou intangíveis, contemplando-se as formas de expressão, os modos de criar, fazer e viver e as criações artísticas e tecno-científicas dos diversos grupos sociais brasileiros (SANTILLI, 2006).

A estratégia de diferenciação dos produtos baseados na tipicidade e qualidade, afirmados pela identidade torna-se um importante vetor de desenvolvimento local diante da segmentação do mercado de alimentos e da elevação no padrão de qualidade. Esse cenário requer novas políticas públicas territoriais contrárias às ações que padronizam os produtos fundamentando-se na legislação sanitária. Políticas que valorizem os dispositivos de reconhecimento da produção diversificada e de alta qualidade, possibilitando agregação de renda aos pequenos produtores incapacitados de competir no setor de alimentos com a produção em larga escala¹³.

Para tanto, o presente artigo tem como objetivo traçar um quadro comparativo entre as duas experiências existentes no RS de Indicações Geográficas: O Vale dos Vinhedos e a Carne do Pampa Gaúcho.

⁹ Essa característica expressa a ressignificação da agricultura familiar, a qual está fortemente vinculada às tradições e modos de fazer locais que podem conferir tipicidades fundamentais à diferenciação dos produtos.

¹⁰ Além disso, Gurgel aponta a Indicação Geográfica como uma forma de “proteger os direitos do conhecimento tradicional associado, das expressões culturais tradicionais e do folclore dentro do Sistema de Propriedade Intelectual” (2006, p.70).

¹¹ Little apud Santilli (2006) propõe a construção do conceito de “povos tradicionais”, valendo-se de três elementos: regime de propriedade comum, sentido de pertencimento a um lugar específico e profundidade histórica da ocupação guardada na memória coletiva.

¹² Culturas afirmadas por relações próprias e diferenciadas com o ambiente natural e social estabelecendo vínculo com o território (SANTILLI, 2006).

¹³ Segundo Altmann, “o novo paradigma no mercado de alimentos requer políticas públicas e estratégias que permitam migrar de um círculo vicioso para um círculo virtuoso, agregando renda para os agricultores, com produtos de maior valor” (2006, p.149).



O presente trabalho possui um caráter preliminar e exploratório, buscando uma maior aproximação ao tema para oferecer uma base de referência para um trabalho mais aprofundado *in loco*, bem como para possíveis prospecções a outras possíveis Indicações Geográficas em outros territórios. Utilizou-se como base para o trabalho dados de fontes secundárias, desde artigos e pesquisas realizadas sobre os casos, até informações e publicações das próprias entidades tutelares das Indicações Geográficas.

2.0 Indicações Geográficas

A legislação brasileira sobre Propriedade Industrial¹⁴, que regulamenta as Indicações Geográficas, é relativamente recente fruto de uma revisão da legislação sobre propriedade intelectual e autoral por conta da ratificação do Brasil ao acordo TRIPS¹⁵, passando a vigorar desde 1997. A referida Lei nº. 9.279, determinou então que o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) estabelecesse as condições de registros das Indicações Geográficas. Portanto, no Brasil, o INPI é o órgão responsável que, através de suas Resoluções e Atos Normativos, define as normas de procedimentos e os formulários que deverão ser utilizados para o requerimento de registro de indicações geográficas.

Uma Indicação Geográfica pode ser compreendida em dois níveis: a Indicação de Procedência (IP) e a Denominação de Origem (DO). A IP é o nome geográfico de um país, cidade, região ou localidade que se tornou conhecido com centro de produção, fabricação ou extração de determinado produto ou prestação de um serviço específico. Já a DO é o nome geográfico de um país, cidade, região ou uma localidade que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusivamente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos. (KAKUTA, 2006). Para melhor entender a diferença entre os dois níveis de Indicação Geográfica observa-se o quadro abaixo.

Quadro 1: Quadro comparativo dos princípios fundamentais entre os níveis de Indicação Geográfica no Brasil.

Itens	Denominação de Origem	Indicação de Procedência
Meio Natural	O meio geográfico marca e personaliza o produto; a delimitação da zona de produção é indispensável.	O meio geográfico não tem necessariamente uma importância especial, sendo que o nome geográfico pode referir-se à origem do produto, à localização da produção ou ao local de processamento.
Renome/Prestígio	Indispensável	Não necessariamente indispensável.

¹⁴ Lei nº. 9.279, de 14 de maio de 1996.

¹⁵ TRIPS (Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights) é um tratado de comércio sobre os direitos de propriedade intelectual da Organização Mundial do Comércio (OMC).



Uniformidade da Produção	Mesmo existindo mais de um tipo de produto, eles estão ligados por certa homogeneidade de características.	Pode ser aplicada a um conjunto de produtos de características diferentes que tenham em comum apenas o lugar de produção, o centro de distribuição ou o local de processamento.
Regime de Produção	Há regras específicas de produção e características qualitativas mínimas dos produtos.	Não existe uma disciplina de produção à qual devam ser submetidos os produtos; existe apenas uma disciplina de marca.
Constâncias das características	Os produtos devem conservar um mínimo de qualidade e uma certa constância nas suas características.	Não implica um nível de qualidade determinada nem da constância de características.
Volume de Produção	Há um limite de produção por hectare, que tem relação com a qualidade do produto.	Não existe limite de produção.

Fonte: APROVALE, citado em Silveira (2007) e adaptado pelos autores.

Os pedidos de reconhecimento podem ser requeridos por sindicatos, associações, institutos ou qualquer outra pessoa jurídica de representatividade coletiva, com legítimo interesse e estabelecida no respectivo território, como substituto processual da coletividade que tiver direito ao uso de tal nome geográfico. Para melhor visualizar como se dá o procedimento para se alcançar o reconhecimento de uma IG, o INPI elaborou um fluxograma que segue abaixo.

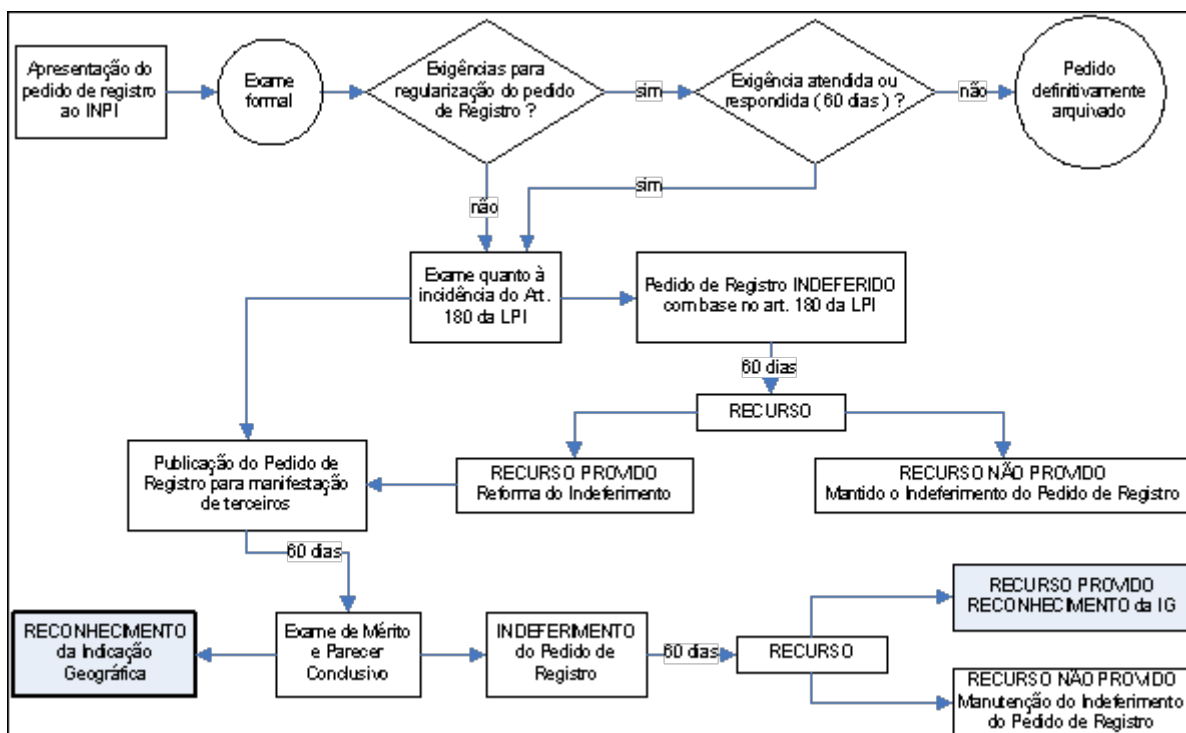


Figura 1. Fluxograma do processo de pedido de registro de Indicação Geográfica.

Fonte: INPI, citado em Silveira (2007).

Em ANEXO, segue a tabela de custos para tramitar um pedido de registro junto ao INPI, que possuem valores diferenciados para as duas modalidades de Indicações Geográficas, sendo a Denominação de Origem mais onerosa que a Indicação de Procedência para vias de tramitação processual.

Dispositivos de reconhecimento, como as IGs por exemplo, são uma importante ferramenta para o desenvolvimento territorial, pois permitem que os territórios promovam seus produtos através da autenticidade da produção ou peculiaridades ligadas à sua história, cultura ou tradição, estabelecendo o direito reservado aos produtores estabelecidos no referido território.

Segundo Kakuta (2006), as IGs possuem ainda um papel importante em áreas onde há baixos volumes de produção e escala, em função, na maioria das vezes, da tradicionalidade da produção, podendo justamente ajudar a manter e desenvolver as atividades da produção, buscando agregar valor a esta tipicidade. Além disso, as IGs também são uma ferramenta de preservação da biodiversidade, do conhecimento regional e dos recursos naturais, e podem oferecer contribuições extremamente positivas para as economias locais e o dinamismo de cada região.



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural



2.2 Indicação de Procedência Vale dos Vinhedos – I.P.V.V.

O Distrito Vale dos Vinhedos foi criado em 17 de agosto de 1990 pertencendo ao município de Bento Gonçalves devido à emancipação de Monte Belo do Sul, que o supervisionava anteriormente. No entanto o território reconhecido pela Indicação de Procedência Vale dos Vinhedos perfaz parte de 03 municípios sendo eles Bento Gonçalves, Monte Belo do Sul e Garibaldi, todos situados na Metade Norte do Estado do RS. A área total delimitada e protegida pela Indicação de Procedência Vale dos Vinhedos constitui-se em 81,23 Km², abaixo segue a figura representativa do Vale dos Vinhedos.

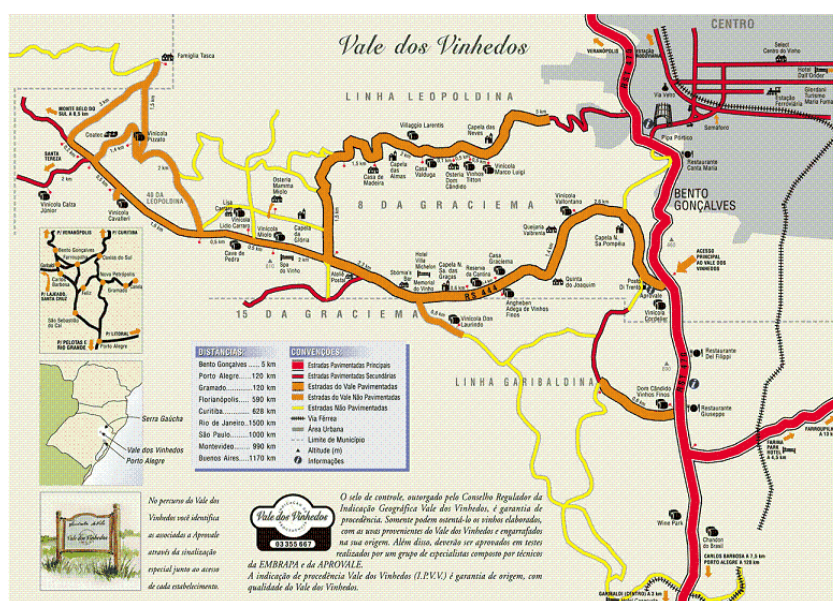


Figura 2: Vale dos Vinhedos.

Disponível em:

<http://www.valedosvinhedos.com.br/include.asp?sSecao=mapa&sParam=inclui des/mapa_pt.asp&bSubMenu=0>

A Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos – APROVALE foi criada em 1995 por seis vinícolas da região com o objetivo de buscar a qualificação e o reconhecimento para seus produtos. A APROVALE caracteriza-se por ser uma Instituição cultural, social, de pesquisa, sem fins econômicos e possui atualmente como associados, 31 vinícolas e 25 associados não produtores de vinho (hotéis, restaurantes, pousadas...) que são os chamados associados contribuintes. Em 06/07/2000 ela obteve o registro de pedido de reconhecimento de Indicação Geográfica na categoria de Indicação de Procedência junto ao INPI, no qual somente em 19/11/2002 viria a receber a Concessão de Registro de reconhecimento de indicação geográfica. Os produtos vitivinícolas protegidos pela I.P.V.V., segundo definição estabelecida na legislação brasileira de vinhos, são: vinho tinto seco, vinho branco seco,



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



vinho rosado seco, vinho leve, vinho moscatel espumante, vinho espumante natural e vinho licoroso.

De acordo com o regulamento técnico de produção da APROVALE, somente são permitidos para a produção cultivares de *Vitis viniferas*, sendo elas: 10 cultivares tintas (*Cabernet sauvignon*, *Cabernet franc*, *Merlot*, *Tannat*, *Pinot noir*, *Gamay*, *Pinotage*, *Alicante bouschet*, *Ancelotta* e *Egiodola*) e 10 cultivares brancas (*Chardonnay*, *Riesling italico*, *Sauvignon blanc*, *Semillon*, *Trebbiano*, *Pinot blanc*, *Gewurztraminer*, *Flora*, *Prosecco*, *Moscattos* e *Malvasias*). Ainda pelo Regulamento da I.P.V.V., no mínimo 85% das uvas utilizadas na fabricação dos produtos protegidos pela IP, devem ser produzidas na área delimitada do Vale dos Vinhedos.

Com tudo isso, diversas transformações, no território e região, puderam ser evidenciadas com o reconhecimento da I.P.V.V. e até mesmo antes dele através de acentuadas ações dirigidas a esse objetivo. Falcade (2006), destaca entre elas a qualificação dos vinhos produzidos; a instalação de novas vinícolas com elevado padrão tecnológico e a diversificação das atividades econômicas, como o enoturismo, incluindo a instalação de pousadas e hotéis e gerando aumento do número de empregos; a pavimentação de estradas e o aumento do trânsito de automóveis e ônibus; o embelezamento do entorno das residências e vinícolas, entre outros. Segundo a APROVALE, após a sua criação, o turismo no Vale dos Vinhedos ganhou novo impulso apresentando um crescimento acelerado onde que, anualmente novos investimentos são feitos para melhorar e ampliar a estrutura de atendimento ao visitante, oferecendo hotéis, pousadas, restaurantes e dezenas de vinícolas, é claro, para visitação e degustação¹⁶. Além destes, outro impacto sócio-econômico da I.P.V.V., bastante relevante, foi o da extrema valorização das terras das propriedades agrícolas que, segundo Tonietto (2006), tiveram um incremento na faixa de 200 a 500% no seu valor.

2.3 Indicação de Procedência Pampa Gaúcho da Campanha Meridional

A Indicação Geográfica Pampa Gaúcho da Campanha Meridional, registrada como IP, possui como produtos protegidos a carne bovina e seus derivados e tem como seu requerente a Associação dos Produtores de Carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional – APROPAMPA, criada em 2005 e atualmente composta por 55 pecuaristas associados. Em 08/08/2005 ela obteve o registro de pedido de reconhecimento de Indicação Geográfica na categoria de Indicação de Procedência junto ao INPI, no qual somente em 12/12/2006 viria a receber a Concessão de Registro de reconhecimento de indicação geográfica.

A zona de produção da carne bovina do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional compreende parte de 08 municípios sendo eles Bagé, Aceguá, Hulha Negra, Pedras Altas, Lavras do Sul, Dom Pedrito, São Gabriel e Santana do Livramento,

¹⁶ Uma das “modalidades” de turismo que vem se destacando recentemente na região, segundo a APROVALE é o “enogastroturismo”.



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



delimitada em função da caracterização botânica¹⁷ dos campos destes municípios, chamados de Campos finos, do tipo e uso de solo. O cruzamento destes três fatores delimitou a área de produção do “Pampa Gaúcho da Campanha Meridional” perfazendo uma área total de 12.935 Km² localizada integralmente na Metade Sul do estado do RS, conforme o mapa representado na figura a seguir:



Figura 3: Limites da área de produção do “Pampa Gaúcho da Campanha Meridional”

Disponível em: < <http://www.carnedopampagaucho.com.br/pampa.php> >

A área delimitada para esta indicação geográfica encontra-se dentro da área de maior proporção de campos naturais preservados do Brasil, um dos ecossistemas mais importantes do mundo, conforme Nabinger (1998).

Esta zona de produção caracteriza-se por ser uma região de terminação de gado no Estado do Rio Grande do Sul, justamente pela qualidade botânica de seus campos é permitida a entrada de animais para fazerem parte da Indicação de Procedência de fora da região, sendo para isto exigida a permanência por no mínimo 12 meses na área delimitada.

Segundo o regulamento técnico de qualidade da referida IP, o gado apto para fornecer a carne com destino desta IP procede único e exclusivamente das raças Angus e Hereford ou cruza entre elas. A alimentação autorizada para estes animais amparados por esta indicação geográfica se realiza basicamente em pastagens nativas e pastagens nativas melhoradas, podendo também ser terminados em pastagens cultivadas de inverno, nativas ou exóticas, em regime extensivo. Os animais devem permanecer livres todo o ano.

A carne destinada ao consumo amparada pela Indicação de procedência “Pampa Gaúcho da Campanha Meridional” procede de propriedades rurais inscritas nos registros

¹⁷ Somente na família das gramíneas, o número de espécies chega a cerca de 400, enquanto que para as leguminosas ultrapassa 200 espécies (Boldrini, 1997, apud Nabinger, 2006). Associam-se, ainda, a estas, outras famílias com exemplares campestres também numerosos como as compostas, ciperáceas e outras, obtendo-se um número, em termos de biodiversidade, que ultrapassa o total de espécies vegetais encontradas nas florestas tropicais úmidas (Duncan et al, 1993, apud Nabinger, 2006). Esta riqueza florística traz um fato pouco comum ao registrado no restante do mundo, que é a associação de espécies C4, de crescimento estival, com espécies C3, de crescimento hibernal.



correspondentes do Conselho Regulador da APROPAMPA e, que para tal, cumprem as condições descritas no regulamento técnico¹⁸ do mesmo de alimentação, sanidade animal e bem estar animal. Os frigoríficos responsáveis pela industrialização da carne e seus derivados devem possuir o Sistema de Inspeção Federal - SIF, e reunir todas as condições higiênicas sanitárias exigidas pela legislação vigente. Outros criadores que não atendem às exigências da IP poderão comercializar normalmente seus produtos, no entanto poderão apenas mencionar o endereço no rótulo do produto, conforme normas fixadas pela Legislação Brasileira, sem ressaltar ao apelo geográfico.

Segundo a APROPAMPA, este território é diferenciado por sua excelente oferta de alimentação natural, num ecossistema preservado e ligado fortemente à tradição, história e cultura do gaúcho, condicionantes de reconhecimento da região no Brasil e no mundo pela produção de bovinos, de carne e seus derivados. Segundo Silveira (2007), além das características da biodiversidade que confere o bioma pampa, correspondendo a tipos de campos onde ocorrem formações campestres e florestais de clima temperado, distintas de outras formações existentes no Brasil, também faz referência à característica onde o modo de produção provém diretamente da tradição, história e cultura do gaúcho, uma vez que a história da região tradicionalmente está vinculada à pecuária, uma tradição que teve início com a colonização do Brasil, devido ao suporte que os campos naturais ofereceram para o desenvolvimento desta atividade.

3.0 A título de considerações finais – traçando um comparativo entre as IGs no RS.

A título de considerações finais podemos, diante dos dados apresentados, estabelecer alguns elementos comparativos entre estas duas experiências, sistematizando-os através do quadro abaixo:

Quadro 2: Comparativo entre as IPs Vale dos Vinhedos e Carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional-RS.

<i>Características</i>	<i>Vale dos Vinhedos</i>	<i>Pampa Gaúcho da Campanha Meridional</i>
Produtos Protegidos	Vinho tinto seco, vinho branco seco, vinho rosado seco, vinho leve, vinho moscatel espumante, vinho espumante natural e vinho licoroso.	Carne bovina e seus derivados.
Requerente	Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos – APROVALE.	Associação dos Produtores de Carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional – APROPAMPA.

¹⁸ “Regulamento Técnico de Qualidade da Indicação de Procedência da Carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional”. Disponível em:
<http://www.carnedopampagaucho.com.br/campanhameridional.php>



Ano de criação da requerente	1995	2005
Data do registro de pedido de reconhecimento junto ao INPI	06/07/2000	08/08/2005
Data de obtenção da IP	19/11/2002	12/12/2006
Tempo transcorrido entre a data de pedido de registro até a sua Concessão	2 anos, 4 meses e 13 dias	1 ano, 4 meses e 4 dias
Natureza do requerente	Instituição cultural, social, de pesquisa, sem fins econômicos.	Instituição cultural, social, de pesquisa, sem fins lucrativos.
Nº. e relação dos municípios abrangidos pela IP.	(03): Bento Gonçalves, Garibaldi e Monte Belo do Sul.	(08): Bagé, Aceguá, Hulha Negra, Pedras Altas, Lavras do Sul, Dom Pedrito, São Gabriel e Santana do Livramento.
Área protegida pela IP	81,23 Km ²	12.935 Km ²
Localização no Estado*	“Metade Norte”- “Serra Gaúcha”	“Metade Sul”- “Campanha Meridional”
Composição dos associados da requerente	- 31 Vinícolas - 25 associados não produtores de vinho (hotéis, restaurantes, pousadas...).	- 55 pecuaristas
Raças ou variedades permitidas para produção	Somente cultivares <i>Vitis viniferas</i> (10 cultivares de viníferas tintas e 10 de brancas).	Somente raças Angus e Hereford ou cruzas entre elas.

Fonte: Os autores

* Há um grande debate no Estado do Rio Grande do Sul sobre a existência ou não de diferenças acentuadas no desenvolvimento socioeconômico entre a Metade Norte, comparativamente com a Metade Sul.

De acordo com o quadro acima, pode-se perceber como as Indicações Geográficas assumem um potencial em termos de estratégias de desenvolvimento territorial em situações geográficas e histórico-culturais bem distintas, estando a IP Vale dos Vinhedos na região da chamada “Serra Gaúcha” e a IP Carne do Pampa na região de campos da Campanha Meridional. Observa-se também que a IP da Carne do Pampa possui uma demarcação de área (12.935 Km²) correspondendo a aproximadamente 160 vezes a área delimitada da IP Vale dos Vinhedos (81,23 KM²).

Outro fato interessante diz respeito ao tempo decorrido para obtenção da IP, desde a data de solicitação até a sua concessão junto ao INPI, bem como o período transcorrido entre a criação da Associação requerente até a obtenção da IP, que, conforme podemos observar no quadro, parecem indicar trajetórias distintas entre as

**SOBER**XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

experiências. Tal pode ser um elemento importante a ser aprofundado em pesquisa de campo no sentido de melhor compreender a trajetória de cada experiência, e de que modo a experiência da IP mais antiga (Vale dos Vinhedos) influenciou a criação e trajetória da IP Carne do Pampa. Além destes existem ainda diversos elementos que merecem atenção e uma investigação mais apurada para melhor entender a complexidade dos dois processos de IGs no RS, seriam eles: apoio técnico envolvido para obtenção da IP; destino da produção; dados de comercialização; nº de propriedades/empreendimentos; sua distribuição nos respectivos municípios; área média; características ligadas à gestão destas propriedades/empreendimentos (trabalho familiar; empreendimento patronal etc), aspectos sócio-econômicos do território antes e após a obtenção da IP, entre outras. Tais dados não estão disponibilizados nos documentos referentes às duas IPs estudadas, nem na Internet nem em publicações, devendo ser buscados em pesquisa empírica de dados primários.

Em suma, a pesquisa prossegue, numa segunda fase, em uma maior caracterização através de entrevistas e questionários, junto aos atores locais, buscando identificar quais elementos e atores sociais assumiram papel fundamental na consolidação da identidade territorial manifesta no selo de Indicação de Procedência, contrastando em suas trajetórias e experiências, os obstáculos, desafios e processos adotados para a obtenção e manutenção atual e futura da IG, elaborando um conjunto de referências para a investigação e atuação de outros territórios com potencial para prospectar e, eventualmente, reivindicar a proteção de Indicação Geográfica para seus produtos e serviços.

4.0 Referências Bibliográficas

- Abramovay, R. (1998). *Bases para a formulação da política Brasileira de desenvolvimento rural: agricultura familiar e desenvolvimento territorial*. Brasília: IPEA.
- Abramovay, R (2002). Desenvolvimento rural territorial e capital social. In: Sabourin, E. & Teixeira, O. *Planejamento e desenvolvimento dos territórios rurais – conceitos, controversas e experiências*. Brasília: Embrapa.
- Abramovay, R. (2003). *O Futuro das regiões Rurais*. Porto alegre: Editora da UFRGS.
- Abramovay, R.(2007). Para uma teoria dos estudos territoriais. In: Ortega, A.C.; Almeida Filho, N.(Orgs.). *Desenvolvimento territorial, segurança alimentar e economia solidária*. Campinas: Ed. Alínea.
- Albagli, S. (2004). Território e territorialidade. In: Lages, V e Braga, C e Morelli, G. *Territórios em movimento: cultura e identidade como estratégia de inserção competitiva*. Brasília: Sebrae.



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



- Altmann, R. (2006). Certificação de Qualidade e Origem e Desenvolvimento Rural – Novo Paradigma no mercado de Alimentos. In: Lagares, L; Lages, V e Braga, C. (Orgs). *Valorização de Produtos com Diferencial de qualidade e identidade: Indicações geográficas e certificações para competitividade nos negócios*. Brasília: SEBRAE.
- Borba, M.F.S.; Gomes, J.C.C.; Trujilho, RG. (2007). *Desenvolvimento endógeno como estratégia para a sustentabilidade de áreas marginais*. Mimeo.
- Bourdieu, P. e Wacquant, L. (1992). *An Invitation to Reflexive Sociology*. Chicago: University of Chicago Press.
- Brabet, C. & Pallet, D. (2006). Os Selos Oficiais de Qualidade dos Alimentos na França e na Europa. In: Lagares, L; Lages, V e Braga, C. (Orgs.). *Valorização de Produtos com Diferencial de qualidade e identidade: Indicações geográficas e certificações para competitividade nos negócios*. Brasília: SEBRAE.
- Brunet, R. (1990). *Lês territoires dans lês turbulences*. Paris: Reclus.
- Falcade, I. (2006). As Indicações Geográficas e a reorganização do espaço rural brasileiro. In: Anais do XVIII Encontro Nacional de Geografia Agrária. Rio de Janeiro: UERJ. Novembro (CD-ROM).
- Froehlich, J. M. e Braida, C.(2000). Aporias pós-modernas sobre a natureza e o rural. In: *Anais do XXXVIII Congresso da SOBER/IRSA*. Rio de Janeiro: SOBER/UFRRJ. Julho (CD-ROM).
- Froehlich, J. M. (2002). *Rural e Natureza. A construção social do rural contemporâneo na região central do Rio Grande do Sul*. Rio de Janeiro: CPDA-UFRRJ. (Tese de Doutorado).
- Gurgel, V. (2006) Aspectos jurídicos da Indicação Geográfica. In: Lagares, L; Lages, V e Braga, C. *Valorização de Produtos com Diferencial de qualidade e identidade: Indicações geográficas e certificações para competitividade nos negócios*. Brasília: SEBRAE.
- Halbwachs, M.(1990). *A memória coletiva*. São Paulo: Vértice.
- Jollivet, M. (1984). *Le développement local, mode ou mouvement social?* Paris: Societé Française d'économie rurale.
- Kakuta, Susana Maria.(2006). *Indicações Geográficas: guia de resposta*. Porto Alegre: SEBRAE/RS.



SOBER

XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural



- Lagares, L; Lages, V e Braga, C.(2006). *Valorização de Produtos com Diferencial de qualidade e identidade: Indicações geográficas e certificações para competitividade nos negócios*. Brasília: SEBRAE.
- Mormont, M. (1996). 'Le rural comme catégorie de lecture du social.' In: Jollivet, M. & Eizner, N. (Orgs.). *L'Europe et ses Campagnes*. Paris: Presses des Sciences Politiques. pp.161-176.
- Nabinger, C. (1998). Manejo e utilização sustentável de pastagens. In: Gottschal, C.S. et al. (Orgs). *Ciclo de Palestras em Produção e Manejo de Bovinos de Corte*, 3., 1998, Canoas, RS. Anais... Canoas: ULBRA, v.3, p.40 -105.
- Nabinger, C. (2006). Manejo do campo nativo na região Sul do Brasil e viabilidade do uso de modelos. In: II Simpósio Internacional em Produção Animal, 2006, Santa Maria, RS. II Simpósio Internacional em Produção Animal. Santa Maria: UFSM, p. 1-44.
- Rimisp(2006). *Proyecto de Desarrollo Territorial Rural a Partir de Productos y Servicios con Identidad: estudo de caso-Brasil*. Versión preliminar. 13 de abril.
- Roca. Z. (2004) 'Affirmation of Regional Identity between Rhetoric and Reality: Evidence from Portugal'. In: Boneschansker, E. et al. (eds). *Cultural Uniqueness and Regional Economy*. Leuwarden: Fryske Akademy. pp.29-52.
- Santilli, J. (2006). As Indicações Geográficas e Territorialidades Específicas das Populações Tradicionais, Povos Indígenas e Quilombolas. In: Lagares, L; Lages, V e Braga, C. (Orgs). *Valorização de Produtos com Diferencial de qualidade e identidade: Indicações geográficas e certificações para competitividade nos negócios*. Brasília: SEBRAE.
- Silveira, V.C.P. e Vargas, I.C.S. (2007). *Indicações geográficas no Brasil: possibilidades para os produtores da área de proteção ambiental do Ibirapuitã, Rio Grande do Sul*. In: Anais do XLV congresso da SOBER. Londrina: SOBER/UEL/IAPAR. Julho. (CD-ROM).
- Tizon, P. (1995) Le territoire au quotidien. IN: Di Meo, G. *Lês terriroires du quotidien*. Paris: L'harmattan.
- Tonietto, J. (2006). Experiências de desenvolvimento de Certificações: Vinhos da Indicação de Procedência Vale dos Vinhedos. In: Lagares, L; Lages, V e Braga, C. (Orgs). *Valorização de Produtos com Diferencial de qualidade e identidade:*

**SOBER**XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia,
Administração e Sociologia Rural

Indicações geográficas e certificações para competitividade nos negócios. Brasília: SEBRAE.

Veiga, E. J. (2003). *Cidades Imaginárias: O Brasil é menos urbano do que se calcula.* Campinas: Autores Associados.

ANEXO 1: Tabela sobre custos de serviços de Indicação Geográfica, com os respectivos códigos.

Cód.	SERVIÇOS DE INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS	Retr.1	Retr.2*
600	Pedido de Registro de Reconhecimento de Indicação de Procedência.	455,00	-
601	Pedido de Registro de Reconhecimento de Denominação de Origem.	1.755,00	-
602	Manifestação de Terceiros contra o Pedido de Registro de Reconhecimento de Indicação Geográfica.	195,00	-
604	Cumprimento ou Contestação à Exigência.	90,00	-
605	Pedido de Reconsideração.	390,00	-
607	Pedido de Devolução de Prazo por falha do Interessado.	65,00	-
609	Certidão de busca.	40,00	-
610	Certidão de Atos relativos aos processos.	60,00	-
611	Cópia Oficial.	95,00	-
614	Desistência ou Renúncia.	Isento	-
615	Comprovação de recolhimento de retribuição (inclusive quando em cumprimento de exigência).	Isento	-
616	Expedição de Certificado de Registro, requerida no prazo ordinário.	1.040,00	-
617	Expedição de Certificado de Registro, requerida no prazo extraordinário.	1.560,00	-
618	Outras petições.	50,00	-

(*) Retr.2

Resolução INPI No. 104/03, de 24 de novembro de 2003.

Redução de valor de retribuição a ser obtida por :

- pessoas físicas;
- microempresas, assim definidas em lei;
- sociedades ou associações de intuito não econômico;
- órgãos públicos

Fonte: Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI).



Disponível em:

http://www.inpi.gov.br/menu-esquerdo/indicacao/copy3_of_index_html