



Serviço Brasileiro de Respostas Técnicas

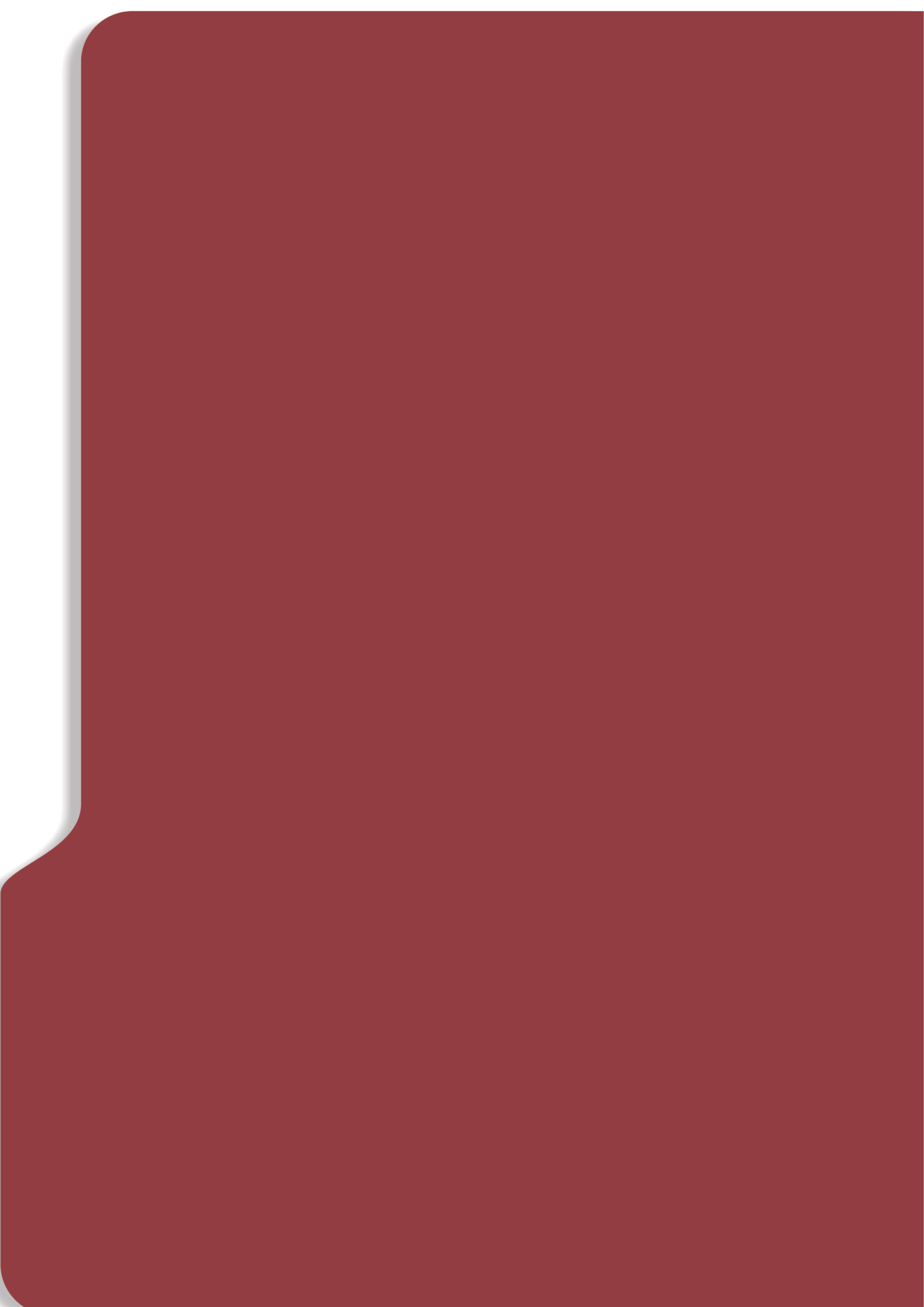
JOIAS E BIJUTERIAS

dossiê técnico

Indicações Geográficas aplicadas ao setor de gemas e joias

CARVALHO, Laura; LUZ, Érica; TEIXEIRA, Maria Bernadete; MOL, Adriano
Fundação Centro Tecnológico de Minas Gerais – CETEC

Janeiro/2014
Edição atualizada em abril/2022





Serviço Brasileiro de Respostas Técnicas

dossiê técnico

Indicações Geográficas aplicadas ao setor de gemas e joias

O Serviço Brasileiro de Respostas Técnicas – SBRT fornece soluções de informação tecnológica sob medida, relacionadas aos processos produtivos das Micro e Pequenas Empresas. Ele é estruturado em rede, sendo operacionalizado por centros de pesquisa, universidades, centros de educação profissional e tecnologias industriais, bem como associações que promovam a interface entre a oferta e a demanda tecnológica. O SBRT é apoiado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE e pelo Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação – MCTI e de seus institutos: Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq e Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia – IBICT.



TÊCPAR



FIERGS SENAI



SENAI



Ministério da
Ciência, Tecnologia
e Inovação



Dossiê Técnico	Indicações Geográficas aplicadas ao setor de gemas e joias CARVALHO, Laura; LUZ, Érica; TEIXEIRA, Maria Bernadete; MOL, Adriano Fundação Centro Tecnológico de Minas Gerais – CETEC 6/1/2014
Resumo	As Indicações Geográficas (IGs) configuram-se como certificações de origem que atestam o reconhecimento de uma região, por parte da sociedade, como produtora de determinado serviço ou produto. No Brasil, as IGs são classificadas como um tipo de Propriedade Industrial, sendo regulamentadas pelo Instituto Nacional da Propriedade Intelectual (INPI). A função central das IGs é valorizar produtos típicos e garantir a procedência dos mesmos, associando os produtos às suas regiões de origem. Como prática relativamente nova e pouco difundida no país, em especial no setor de gemas e joias, o tema carece de estudos e ações, já que se configura como estratégia viável, em voga em todo o mundo, para a valorização de produtos. O texto a seguir apresenta os conceitos, benefícios, dificuldades e burocracias do registro de IGs em gemas e joias no Brasil, apresentando como exemplo o caso da Indicação de Procedência às Opalas e joias artesanais produzidas no município de Pedro II no Piauí.
Assunto	AGENTE DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL
Palavras-chave	<i>gema (mineralogia), joia, pedra preciosa</i>
Atualizado por	SBANO, Gabriela Sales Fabiano



Salvo indicação contrária, este conteúdo está licenciado sob a proteção da Licença de Atribuição 3.0 da Creative Commons. É permitida a cópia, distribuição e execução desta obra - bem como as obras derivadas criadas a partir dela - desde que criem obras não comerciais e sejam dados os créditos ao autor, com menção ao: Serviço Brasileiro de Respostas Técnicas - <http://www.respostatecnica.org.br>

Para os termos desta licença, visite: <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Sumário

1 INTRODUÇÃO	3
2 DEFINIÇÃO DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA	3
2.1 Indicação Geográfica na Europa	4
2.2 Indicação Geográfica no Brasil	5
2.3 Reconhecimento internacional.....	6
3 BENEFÍCIOS E DIFICULDADES	7
4 PROCEDIMENTO PARA SOLICITAÇÃO DE IG.....	9
4.1 Diferenças entre Indicação Geográfica e Marca.....	9
4.2 Diferenças entre Indicação de Procedência e Denominação de Origem.....	10
4.3 Direito de solicitação da IG.....	12
4.4 Direito de utilização da IG.....	12
4.5 Escolha do nome.....	13
4.6 Processo de regulamentação	13
5 POTENCIAL DO SETOR JOALHEIRO NO BRASIL.....	16
6 O CASO DA OPALA DE PEDRO II / PIAUÍ	19
CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES	20
REFERÊNCIAS	21

Conteúdo**1 INTRODUÇÃO**

Com o advento da globalização, os produtos regionais, reconhecidos por sua procedência e tradição, têm ganhado valor. Isso porque, ao contrário do que se imaginava há alguns anos, a sociedade contemporânea tem vivido uma situação dicotômica. Ela tanto ampliou o sentimento do global quanto aumentou a procura pelo local.

Tal situação tem criado maior valorização daquilo que remete às raízes, aos “sítios simbólicos de pertencimento” (ZAOUAL, 2006). Segundo o autor, “a representação do mundo não é [...] um conceito inato. Constrói-se in situ, em função de crenças, do simbolismo, dos hábitos e percepções comuns da vida cotidiana do meio no qual as pessoas se expressam e vivem” (ZAOUAL, 2006, p. 156).

Nesse sentido, verifica-se a importância de se criar ações que associem os produtos às suas regiões de origem, como forma de garantia de qualidade e aumento de valor. Tal abordagem de valorização de territórios e produtos locais tem sido tratada em várias partes do mundo de maneira aprofundada e sistematizada, com a criação de regulamentações e selos de procedência. No Brasil, as certificações de origem foram regulamentadas em 1996 e denominadas Indicações Geográficas (IGs), sendo de responsabilidade do Instituto Nacional da Propriedade Intelectual (INPI).

Assim como as marcas e patentes, as Indicações Geográficas são classificadas como um tipo de Propriedade Industrial. Conforme a Lei 9279/96, que regula os direitos e obrigações relativos à Propriedade Industrial, as Indicações Geográficas abrangem duas modalidades:

- Indicação de Procedência: localidade que tenha se tornado conhecida como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço;
- Denominação de Origem: localidade que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusivamente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos (BRASIL, 1996).

Dados do INPI comprovam o crescimento tanto do número de pedidos de certificações de origem, quanto de pedidos concedidos nos últimos anos. É importante compreender que esse sistema de certificação formaliza um reconhecimento popular já existente, permitindo a valorização de produtos locais e a criação de um sinal distintivo relacionado ao território específico, tendo seus direitos reservados aos produtores da região de abrangência. A valorização do território através dessas certificações de origem constitui uma forma de identificação e legalização de bons produtores. No entanto, ela exige um nível de organização que muitos desconhecem, o que faz com que o processo demore mais do que o esperado. Como afirma Krucken (2009, p. 33) “apesar dos aspectos benéficos dessa estratégia, as denominações oficiais exigem um grau de organização da comunidade e padronização dos processos e dos produtos que muitas vezes inibe e limita seu uso”.

Devido à riqueza em biodiversidade e à riqueza mineral do Brasil, o país se constitui como campo fértil para as Indicações Geográficas, com inúmeras possibilidades de registro de IG. Em especial, em Minas Gerais, dada sua riqueza mineral, encontram-se vários casos em potencial para desenvolvimento do trabalho de valorização do território. Diante disso, este material tem como objetivo esclarecer conceitos e orientar de forma didática a construção do processo de registro de IG em gemas e joias junto ao INPI. Para tanto, apresenta orientações para diagnosticar a potencialidade de uma IG em gemas e joias, usando como exemplo o registro da Opala e das joias artesanais produzidas em Pedro II.

2 DEFINIÇÃO DE INDICAÇÃO GEOGRÁFICA

Segundo Caldas; Cerqueira e Perin ([20--?], p.3) “vem da Europa a cultura de regulamentação técnica e legal das indicações geográficas e denominações de origem”. A

partir de metade do século XIX, tendo em vista o crescimento sociocultural da região, foi constatado que o controle de qualidade percebida, principalmente do vinho, era uma questão de alta relevância. Assim, a indicação de regiões em seus vinhos tornou-se uma forma de agregar valor econômico ao produto, atribuindo-lhe reconhecimento e singularidade (MACHADO, 2009).

O conceito de Indicação Geográfica adotado no Brasil se baseia na palavra francesa *terroir*, que por sua vez, se configura como a soma: produto + território + sociedade que o produz (TONIETTO, 2007). Não há em português um termo que seja sinônimo do termo francês, que constitui “um sistema de interações do meio natural, físico e biológico com os fatores humanos” (KRUCKEN, 2009, p.32).

Assim, a palavra *terroir* demonstra a interação entre o meio natural e os fatores humanos. E esse é um dos aspectos essenciais do *terroir*, de não abranger somente aspectos do meio natural (clima, solo, relevo), mas também, de forma simultânea, os fatores humanos da produção. Dessa maneira, esse conceito se opõe a tudo o que é uniformização e padronização, sendo convergente ao natural, ao que tem origem, ao que é típico, ao que tem caráter distintivo e ao que é característico (TIONETTO, 2007).

2.1 Indicação Geográfica na Europa

O regulamento legal das Indicações Geográficas está presente na Europa desde os anos 1970, quando a União Europeia decidiu propagar o sistema de qualificação e indicação do território de seus produtos alimentícios (CALDAS; CERQUEIRA; PERIN, [20--?]). A França, em especial, tem uma importância histórica muito peculiar no ramo de identificação de produtos com base na localização, sendo considerada uma referência mundial no assunto (KAKUTA et al., 2006). O selo mais antigo que garante a procedência de produtos nesse país é o AOC (*Appellation d'origine contrôlée* - Apelação de Origem Controlada) e sua primeira certificação de origem foi para o vinho espumante da região de Champagne-Ardenne (FIG.1). Com o selo, somente os vinhos espumantes dessa região passaram a ter o direito de usar essa identificação de procedência em seus rótulos. Ou seja, apenas os espumantes produzidos nesta região são verdadeiramente Champagne. Esse registro serviu de modelo para implantação do sistema de controle da origem de vinhos na França e, posteriormente no mundo.

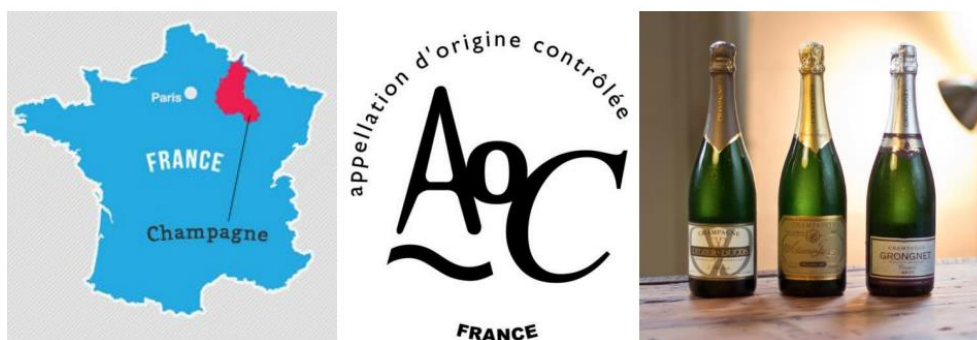


Figura 1 - Primeira denominação de origem protegida na França a) região de Champagne, b) selo francês de denominação de origem, e c) exemplo de produtos.

Fonte: (WINE FOLLY, 2012)

Na Itália a certificação é denominada DOC (*Denominazione di origine controllata* - Denominação de origem controlada), e na Espanha DO (*Denominación de origen* - Denominação de origem). Todas elas são utilizadas para atestar a origem e o modo de produção dos produtos, e, como no caso do Champagne, somente os produtores de vinho espumante da região delimitada podem utilizar o selo de certificação de origem. Dessa maneira, as certificações têm como função central valorizar produtos típicos e garantir a procedência dos mesmos, evitando fraudes e falsificações. A formalização do território dá garantia de origem aos consumidores e permite aos verdadeiros produtores a valorização e diferenciação no mercado.

2.2 Indicação Geográfica no Brasil

No Brasil, as certificações de origem correspondem a uma das formas especiais de Propriedade Intelectual concedidas à proteção a bens imateriais ou intangíveis. São reguladas pelo Instituto Nacional da Propriedade Intelectual – INPI e divididas em duas modalidades: Indicação de Procedência (IP) e Denominação de Origem (DO) (FIG.2).

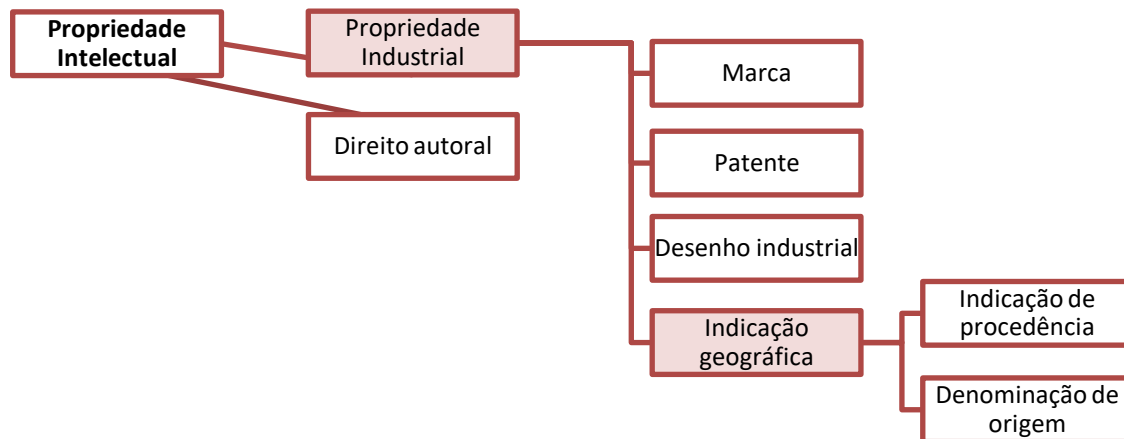


Figura 2 - Tipos de Propriedade Intelectual no Brasil
Fonte: elaborado pelos autores

Apesar das certificações de origem serem tratadas na Europa desde os anos 1970, a Lei de Propriedade Industrial que contempla as IGs no Brasil entrou em vigor mais tarde, já em 1996. Conforme os artigos 177 e 178 da Lei 9279/96 (BRASIL, 1996) as IGs são definidas como:

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

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

A função central das IGs, em suas duas modalidades é valorizar produtos típicos e garantir a procedência dos mesmos, evitando fraudes e falsificações. Uma vez que, na dinâmica comercial, o que se verifica de maneira recorrente é que após ganhar reconhecimento, um produto torna-se alvo de cópias e falsificações. Como exemplo, temos o caso do queijo da Canastra em Minas Gerais, que após adquirir reconhecimento do público passou a ser entendido como um tipo de queijo e não como o queijo de uma região, sendo alvo de falsificações em todo o estado. Por consequência, os verdadeiros produtores são prejudicados, perdendo mercado e valor do produto (FIG. 3). Dessa maneira, a formalização do território cria uma nova maneira de garantir a origem aos consumidores e permite aos verdadeiros produtores a valorização e diferenciação no mercado.



Figura 3 - Queijo Canastra a) região da Canastra e seus municípios, b) queijo da região de Araxá sendo vendido como queijo Canastra no Mercado Central de Belo Horizonte
Fonte: (SERTÃOBRAS, [20--?])

É importante destacar que a legislação brasileira se difere de outras, como a da França e de alguns países da Europa, pois sua abrangência de proteção é maior. Enquanto esses países conferem proteção apenas à produtos agroalimentares, no Brasil, assim como na China e na Índia, a legislação das Indicações Geográficas abrange variedades mais amplas de bens, englobando o artesanato e os serviços (FERNANDEZ, 2012). No entanto, apesar disso, o setor com maior número de registros deferidos no Brasil ainda é o agroalimentar.

Em novembro de 2013 haviam 37 IGs nacionais registradas no Brasil, sendo 30 registros de Indicação de Procedência e 07 de Denominação de Origem. Entre as IGs 23 são de alimentos, 12 de artesanatos e outros tipos de produtos, 1 de gemas e joias, e 1 de serviço (QUADRO 1).

		Alimentos		Artesanatos		Joias	
Produto	Indicação de Procedência	19		09		01	
	Denominação de Origem	04		03		—	
Serviço	Indicação de Procedência	01					

Quadro 1 - Relação da quantidade de IGs no Brasil
Fonte: elaborado pelos autores

2.3 Reconhecimento internacional

Como dito anteriormente, há diferenças entre as legislações que regem as IGs nos diversos países que as regulamentam. No entanto, é consenso que a notoriedade legal através das IGs depende do reconhecimento popular que o produto ou serviço já possui. Segundo o INPI e Sebrae ([20--?], p.14), a proteção conferida pela IG é essencial para aqueles que possuem reconhecimento de grande amplitude, já que os mesmos estão expostos a maiores usurpações.

Devido às diferenças entre as legislações, a decisão pelo pedido de uma IG ou não ganha caráter estratégico e, por isso, deve estar alinhada aos objetivos estratégicos dos produtores. O ponto central para tal decisão passa a ser o bom entendimento do mercado

no qual encontram-se inseridos e o público-alvo consumidor que atendem. Isso porque, o selo de IG é um elemento de comunicação da empresa produtora com o mercado e seus consumidores.

Dependendo do caso, ainda que o produto tenha a relação necessária com seu território de origem, o mais adequado e estratégico pode ser o pedido de marca coletiva, que irá realizar o papel de comunicação e diferenciação almejados pelos empreendedores. Inclusive, os casos nos quais a produção é direcionada à exportação é importante compreender bem as diferenças entre as legislações para a tomada de decisão.

Por exemplo, países como a França não reconhecem certificações de origem de produtos não alimentícios e de serviços. Neste caso, um pedido de IG para gemas e joias poderá ser realizado apenas no território nacional brasileiro e seu pedido no exterior não poderá ser contemplado, uma vez que a legislação do país alvo não permite. Em situações de incompatibilidade como esta, devem ser pensados o investimento financeiro e o tempo despendidos para os diferentes registros, de maneira a tomar uma decisão que seja realmente válida e eficiente para os produtores. Por isso, antes de decidir por uma IG é importante compreender o público consumidor que se deseja atingir para uma tomada de decisão mais coerente.

Atualmente, o Brasil ainda não possui acordos bilaterais ou termos de reciprocidade que facilitem o reconhecimento estrangeiro para produtos ou serviços, como no caso das gemas e joias. Porém, esse cenário pode ser alterado com a disseminação da importância da certificação de origem para este setor em particular.

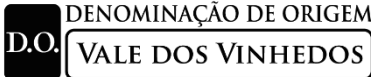
3 BENEFÍCIOS E DIFICULDADES

O registro de IGs acarreta diversas consequências não só para os produtores envolvidos, mas também para a região reconhecida. No que diz respeito ao mercado, os produtores locais podem aumentar o valor de seus produtos devido ao valor agregado pelo selo de IG. Por outro lado, protegem suas particularidades, credibilidade e tradição, além de criar um elemento para que sejam reconhecidas e diferenciadas pelo consumidor.

Quando à região delimitada, a mesma pode se beneficiar com a visibilidade proporcionada pelo registro de uma IG. Ademais, o aumento do fluxo de consumidores pode proporcionar o crescimento de outros setores da localidade, como o turismo, e consequentemente o aumento da oferta de emprego e a valorização das propriedades.

No Quadro 2, são apresentados alguns benefícios que uma IG pode oferecer e seus respectivos exemplos.

Benefícios	Exemplos	Ilustração
Aumento do valor do produto ou serviço	Após registro de IP das carnes do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional, o produto teve aumento de seu preço em cerca de 30% em comparação às carnes do mercado.	
Preservação das particularidades	O registro de IP das Pannels de Goiabeiras, pannels de barro produzidas no município de Goiabeiras / Espírito Santo, garantiram a legitimidade do produto.	

Preservação do saber-fazer da região (tradição, herança)	A aguardente de Paraty estava com sua tradição de produção condenada, e através do pedido de IP, fundou-se a Associação dos Produtores e Amigos da Cachaça de Paraty que tem contribuído para a preservação deste saber-fazer local.	
Estímulo à investimento de outros setores na área delimitada	Após a aprovação da IP para os vinhos do Vale dos Vinhedos o número de turistas triplicou e as terras tiveram um aumento de 200 a 500% em seu preço.	
Segurança ao consumidor	Os produtores de uvas do Submédio São Francisco, por meio do registro de IP, conseguiram assegurar o nome e oferecer segurança quanto à origem do seu produto para o consumidor.	
Diferencia o produto real do falsificado	A partir do registro de IP as doceiras de Pelotas / RS conseguiram combater as falsificações, já que Pelotas era considerado um dos nomes mais usurpado no país.	
Maior competitividade no mercado nacional e/ou internacional	A IP para o café da Região do Cerrado Mineiro facilitou e proporcionou sucesso do produto no mercado externo. Além de proteger o nome do território no cenário internacional.	
Associação do produto à região de origem	O Vale dos Vinhedos foi reconhecido como território de origem de seus vinhos pela União Europeia, após o registro de IP	
Aumento de vendas	Os artesãos do Jalapão aumentaram suas vendas, já que a IP contribuiu para um aumento no turismo local aliado ao artesanato com Capim Dourado.	

Aprimoramento das técnicas e otimização da produção	A partir da DO do Camarão da Costa Negra foi necessária a sistematização e a otimização da cadeia produtiva, o que garantiu um padrão na produção e a preservação das características distintivas do produto.	
---	---	---

Quadro 2 - Benefícios de uma IG
Fonte: (adaptado de SEBRAE; INPI, 2011)

No Brasil, o primeiro registro de IG foi concedido em 2005, e apesar de ser um tema recente, os pedidos e concessões têm crescido no país. Por outro lado, os consumidores ainda não entendem de forma clara o selo de certificação de origem. Apesar da dificuldade criada pelo desconhecimento dos consumidores, há um perfil de novos consumidores que é compatível com essa nova lei que eleva e protege a territorialidade dos produtos.

Ainda como ponto de dificuldade, encontra-se a necessidade de maior organização dos produtores e sistematização de suas produções. Isso porque, como uma ferramenta jurídica coletiva, a Indicação Geográfica exige que todos os pequenos produtores envolvidos cumpram as normas por eles estabelecidas para garantia de um produto ou serviço específico daquele determinado território. Diante disso, torna-se imperativo a alguns produtores um investimento considerável para se adequarem ao regulamento técnico da IG proposta.

Por fim, como o pedido de IG em si pode demandar um tempo considerável e por depender da compreensão, por parte dos consumidores, de que os produtos registrados apresentam características singulares devido ao seu território de origem, a IG acaba por se configurar como um investimento de médio a longo prazo. Não deve, portanto, ser pensada como estratégia de curto prazo.

4 PROCEDIMENTO PARA SOLICITAÇÃO DE IG

Antes de iniciar o pedido de uma IG é necessário avaliar algumas situações. A primeira é se o caso é realmente uma IG ou uma Marca. Se não há reconhecimento do território como região produtora é claramente uma Marca. No entanto, se há reconhecimento, a decisão entre Marca ou IG passa a ter cunho estratégico. Decidindo-se pela IG, é preciso definir seu tipo, compreendendo se o caso é uma IP ou uma DO. Somente após estas decisões se dá o início do processo de construção do projeto que será depositado no INPI.

4.1 Diferenças entre Indicação Geográfica e Marca

Assim como as IGs, as Marcas são um tipo de Propriedade Industrial também regulamentada pela Lei 9.279/1996. De acordo com o artigo 122 desta Lei, “são suscetíveis de registro como marca os sinais distintivos visualmente perceptíveis, não compreendidos nas proibições legais” (BRASIL, 1996).

A Marca é, basicamente, um sinal distintivo utilizado por uma empresa para distinguir seus próprios produtos ou serviços dos seus concorrentes. Por outro lado, a Indicação Geográfica é utilizada por uma organização legal de produtores para indicar a origem geográfica de determinado produto ou serviço. Ambas possuem uma assinatura visual, porém, no caso da IG, esta marca está especificamente ligada ao território de origem do produto local.

Disto temos que a principal função de uma Marca é enfatizar a empresa responsável pela fabricação dos produtos. Já no caso da IG, sua principal função é evocar a região de procedência dos produtos ou serviços.

Nos casos nos quais não há reconhecimento do território, a IG não pode ser solicitada, configurando-se claramente como Marca. Em outras situações, a espécie do registro, será mais uma decisão estratégica e de posicionamento de mercado. Se o mercado internacional ao qual o produto se direciona não aceita IG para este tipo de produto, talvez seja mais interessante solicitar o registro de Marca, que poderá ser reconhecida em outros países e depois, se for útil solicita-se uma IG.

Neste momento é importante destacar que o pedido de uma IG com o nome de uma região inviabiliza o pedido da Marca relacionada. No entanto, o pedido da Marca por uma empresa não inviabiliza a solicitação da IG correspondente, já que esta tem caráter declaratório e coletivo. Ou seja, pode-se pedir o registro de uma Marca com o nome de uma região e depois solicitar a IG de mesmo nome, mas não o contrário. Como exemplo, temos no Brasil, o caso das cachaças de Salinas / Minas Gerais. Uma empresa da região produtora utilizava a Marca Salinas em seus produtos e solicitou o registro da marca, tendo o mesmo sido aceito. No entanto, alguns anos depois, os produtores da região solicitaram o registro de Indicação de Procedência com o mesmo nome e o reconhecimento demorou mais que o esperado, por já haver o registro do nome Salinas como Marca. Porém, como a IG é um conhecimento pré-existente, comprovou-se que a reputação da região como produtora de cachaça era anterior à marca Salinas para uma empresa de cachaça em especial (FIG.4).



Figura 4 - O caso de Salinas - Marca x IG. A esquerda a cachaça Salinas, empresa que solicitou o registro da Marca; ao centro o selo de Indicação de Procedência da região; e na direita, cachaça da marca Havana, que após o registro da IP passou a ter o direito de uso do selo.

Fonte: (adaptado de CACHAÇARIA SALINAS, [20--?]; INPI, 2013; BEBIDA ONLINE, [20--?])

Em relação aos prazos, o tempo de processamento de uma solicitação de IG tem sido equivalente ou menor ao das Marcas, não havendo manifestações contrárias aos pedidos. Por isso, este não pode ser considerado um parâmetro para decisão, já que não apresenta grande influência.

4.2 Diferenças entre Indicação de Procedência e Denominação de Origem

Tendo definido que será solicitado o pedido de uma IG e não o de uma Marca, é necessário avaliar em qual dos tipos de IG regulamentados pela legislação brasileira o caso em questão se enquadra: Indicação de Procedência (IP) ou Denominação de Origem (DO).

A IP está relacionada ao reconhecimento popular do nome geográfico de uma região devido à determinado produto ou serviço local. Já a DO vai além da reputação da região, pois as características distintivas do produto local estão diretamente ligadas ao meio geográfico. Ou seja, ambos valorizam a relação TERRITÓRIO x PRODUTO, porém em níveis diferentes.

O processo de registro de uma DO é mais longo e oneroso que o de uma IP, uma vez que deverá ser comprovada a relação, exclusiva ou essencial, com o meio geográfico, incluindo fatores naturais e humanos. Por outro lado, configura-se como um registro de maior peso, já que atesta a exclusividade de determinado produto ou serviço à uma região.

O primeiro registro de DO no Brasil foi concedido ao arroz do Litoral Norte Gaúcho (FIG. 5). O produto além de ter reconhecimento nacional, possui qualidade e características que lhe são próprios e estão atreladas diretamente ao clima, ao regime de ventos e ao solo da região, entre outros fatores naturais ali presentes. Ou seja, ainda que se plante o mesmo arroz em outras regiões ele não apresentará as mesmas características, pois o ambiente será completamente outro.



Figura 5 - Selo de DO ao Arroz do Litoral Norte Gaúcho.
Fonte: (SEBRAE; INPI, 2011)

No caso do setor de gemas e joias, atualmente, se possui apenas um registro de Indicação de Procedência às Opalas e joias artesanais de opalas produzidas em Pedro II / Piauí, concedido em 2012 (FIG.6). A gema e as joias produzidas a partir dela possuem reconhecimento nacional e apesar de no Brasil serem encontrada apenas nesta região, o registro foi solicitado apenas como IP.



Figura 6 - Selo de IP às Opalas às joias artesanais produzidas em Pedro II.
Fonte: (INPI, 2013; TERRITÓRIO ATIVO, 2011)

De maneira sistematizada, apresenta-se abaixo diferenças entre os dois tipos de IG adotados no Brasil (QUADRO 3).

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.
Renome/Prestígio	Indispensável	Indispensável
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.
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.

Quadro 3 - Diferenças entre Denominação de Origem e Indicação Geográfica
 Fonte: (adaptado de Caldas; Cerqueira e Perin, [20--?], p. 11)

4.3 Direito de solicitação da IG

Segundo Instrução Normativa 25/2013 do INPI:

Art. 5º Podem requerer registro de Indicações Geográficas, na qualidade de substitutos processuais, as associações, os institutos e as pessoas jurídicas representativas da coletividade legitimada ao uso exclusivo do nome geográfico estabelecidas no respectivo território.
 § 1º Na hipótese de um único produtor ou prestador de serviço estar legitimado ao uso exclusivo do nome geográfico, pessoa física ou jurídica, estará autorizado a requerer o registro da Indicação Geográfica em nome próprio (INPI, 2013).

Ou seja, o pedido de uma IG pode ser solicitado por uma instituição (associação, cooperativa, etc.) que represente os produtores ou prestadores de serviço da região. Nesse caso a instituição será a proprietária da IG, e responsável pelo pedido de registro junto ao INPI. Dessa maneira, torna-se necessário que os atores envolvidos (produtores ou prestadores de serviço) estejam organizados formalmente.

Além disso, a instituição requerente deverá cumprir algumas obrigações como, verificar o cumprimento das regras estabelecidas do Regulamento Técnico criado pelos produtores; proteger o nome da IG contra usurpações; e garantir as características distintivas do produto ou serviço, entre outras responsabilidades. A organização deverá ser formada pelos produtores ou prestadores de serviço da região e, obrigatoriamente, deverá estar localizada na região delimitada (INPI e SEBRAE, [20--?], p.16). No caso de haver apenas um produtor do produto reconhecido popularmente, este poderá requerer o pedido da IG de maneira isolada.

No setor de Gemas e Joias, até o final de 2013, a única associação registrada era a IGO PEDRO II - Indicação Geográfica da Opala de Pedro II, no estado do Piauí. Em outros setores, algumas entidades registradas na legislação brasileira são: APROVALE – Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos, CACCER – Conselho das Associações do Café do Cerrado Mineiro.

4.4 Direito de utilização da IG

A utilização do nome da IG e do sinal distintivo é restrito à organização formal dos produtores e prestadores de serviço envolvidos. Segundo o art. 182 da Lei 9279/96 “o uso da indicação geográfica é restrito aos produtores e prestadores de serviço estabelecidos no local, exigindo-se, ainda, em relação às denominações de origem, o atendimento de requisitos de qualidade” (BRASIL, 1996).

Sendo uma certificação legal, a instituição proprietária da IG pode mover juridicamente o impedimento do uso do nome da IG em produtos falsificados (INPI e SEBRAE, [20--?],

p.15). Os infratores estão sujeitos às penalidades da Lei de Propriedade Industrial (LPI), estabelecidas nos artigos 192 e 193, relativos aos crimes contra as IGs. Assim, o registro de IG assegura o nome da região como centro produtor, impossibilitando que usurpadores se apropriem da notoriedade do produto real.

Um exemplo são os produtores de vinhos brancos, tintos e espumantes do Vale dos Vinhedos, pertencentes à associação APROVALE. Todas as vinícolas associadas possuem o direito legal de utilizar a marca representativa da IP em seus produtos e em notas fiscais. Como forma de distinguir os produtos certificados eles adicionam aos rótulos de seus produtos o sinal distintivo da Indicação de Procedência registrada no INPI (FIG.7).



Figura 7 - Selo de Indicação de Procedência para os vinhos da região do Vale dos Vinhedos
Fonte: (VINHO FORTALEZA, 2011)

4.5 Escolha do nome

Para solicitar uma IG é necessário ter definido o nome geográfico para a mesma. Tal denominação será o nome disposto em selo que a organização dos produtores envolvidos poderá utilizar em seus produtos ou serviços.

No caso do Brasil, o nome está diretamente ligado ao território de origem do produto, configurando-se como um nome geográfico. Dessa maneira, a definição do nome da IG se faz da união: PRODUTO + TERRITÓRIO, na qual o produto é aquele reconhecido pelos consumidores por suas características típicas provenientes da área delimitada (INPI e SEBRAE, [20--?], p.7). A maioria das IGs reconhecidas no Brasil possuem primeiro o nome do produto seguido do nome da região.

É importante destacar que em casos de nome geográfico genérico, ou seja, aquele de uso comum que determina o produto ou serviço e não a sua origem, não pode ser protegido como IG. Um exemplo é o caso do Queijo Minas, no qual o nome geográfico passou a designar um tipo de queijo e não uma evocação à sua região de origem, sendo produzido em diversas partes do país sob o mesmo nome.

A questão do nome das IGs têm sido uma problemática vivenciada pelo INPI, dada a diferença entre as legislações dos diversos países. Como alguns outros países aceitam nomes não necessariamente geográficos, mas reconhecidos pela sociedade, quando é solicitado o pedido de registro deste tipo de produto no Brasil, cria-se uma situação problemática, já que no país são aceitos apenas os nomes geográficos. Um exemplo de nome não geográfico seria o caso do Queijo Stilton, no qual o nome “Stilton” se refere ao método de fabricação e não à sua procedência.

Como exemplos de nomes de IGs nacionais tem-se:

- Opalas preciosas e joias artesanais de opalas (Produto) de Pedro II (Território),
- Café (Produto) do Cerrado Mineiro (Território),
- Cachaça (Produto) de Paraty (Território),
- Panelas de barro (Produto) de Goiabeiras (Território).

4.6 Processo de regulamentação

A IG é uma ferramenta de uso coletivo que deverá ser solicitada através de uma entidade representativa dos interessados, assim um dos requisitos para o registro é uma organização

dos produtores atuantes. O Instituto Nacional da Propriedade Industrial é o órgão que reconhece e emite o registro das Indicações Geográficas, com base na Instrução Normativa nº 25, de agosto de 2013.

O site do INPI (<http://www.inpi.gov.br>) disponibiliza um guia básico para o registro de IGs, ao qual encontra-se anexo os formulários necessários para a comprovação da notoriedade; da vinculação com o ambiente; a delimitação geográfica; o regulamento de uso; e a existência de uma estrutura de controle. Também é preciso apresentar a Guia de Recolhimento da União (GRU) paga para este serviço e preencher o formulário de solicitação de registro específico, em duas vias, com os dados do requerente, tipo de IG solicitada (Indicação de Procedência ou Denominação de Origem), nome e delimitação da área e produto (FIG.8).

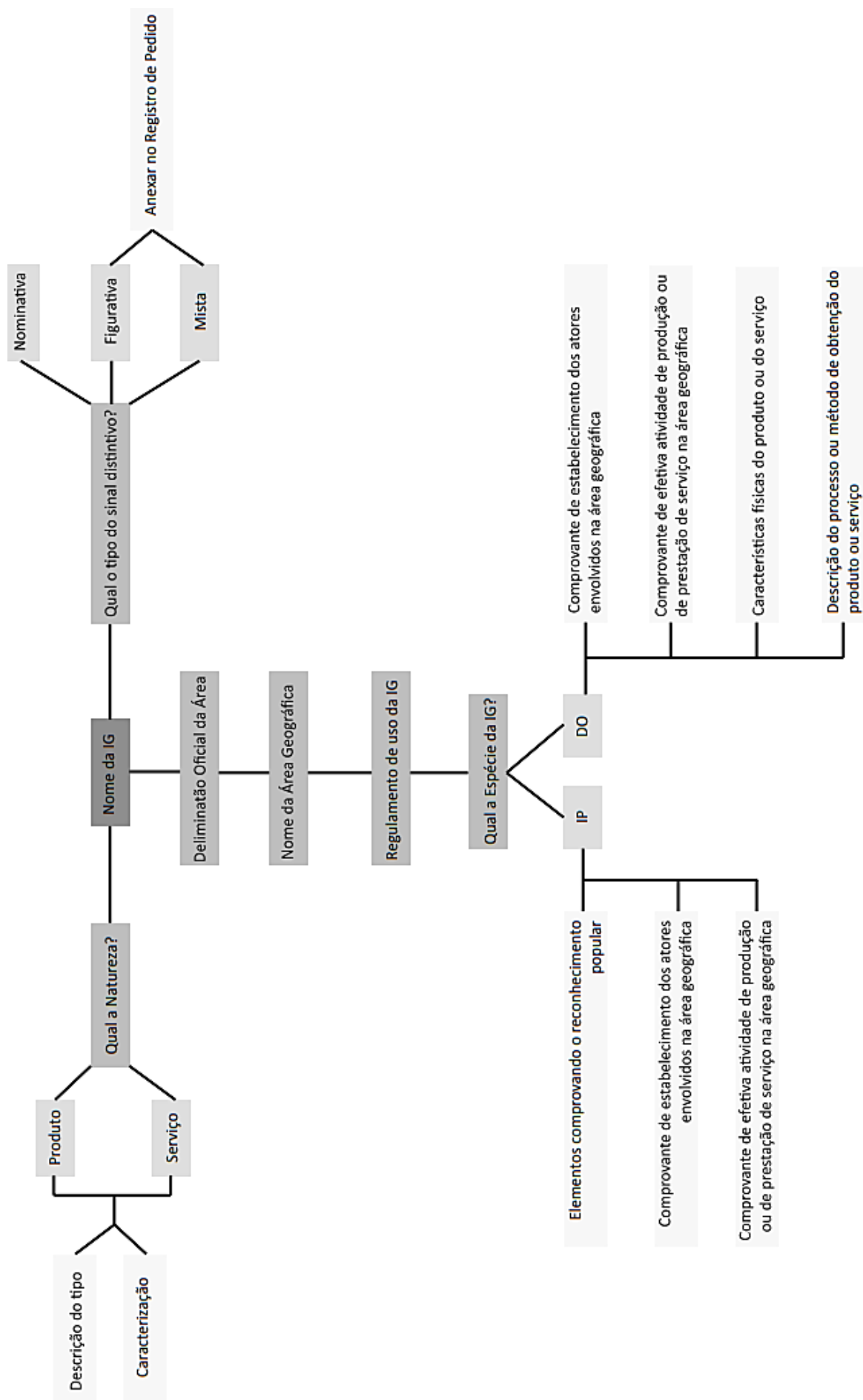


Figura 8 - Fases do processo de solicitação de IG
 Fonte: elaborado pelos autores

Os custos para a solicitação de uma IG variam entre seus dois tipos, sendo que uma IP oferece custo mais baixo que uma DO. No entanto, esse não deve ser o único critério para escolha do tipo de IG a ser solicitado. Tal decisão deve ser tomada avaliando-se os benefícios e dificuldades de cada caso. Os documentos da IG deverão ser entregues na sede do INPI (na Rua Mayrink Veiga, 9, 21º andar, Centro, Rio de Janeiro, CEP:20081-240) ou na representação da autarquia do estado de origem; também pode-se fazer a solicitação por via postal, com Aviso de Recebimento.

Segundo Instrução Normativa nº 25, de agosto de 2013, o pedido de IG deverá conter:

- I. requerimento, no qual conste:
 - a. o nome geográfico;
 - b. a descrição do produto ou serviço;
- II. instrumento hábil a comprovar a legitimidade do requerente;
- III. regulamento de uso do nome geográfico;
- IV. instrumento oficial que delimita a área geográfica;
- V. etiquetas, quando se tratar de representação gráfica ou figurativa da Indicação Geográfica ou de representação de país, cidade, região ou localidade do território;
- VI. procuração, se for o caso;
- VII. comprovante do pagamento da retribuição correspondente (BRASIL, 2013).

Em casos de pedido de IP, devem constar ainda:

- a. documentos que comprovem ter o nome geográfico se tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação do produto ou de prestação de serviço;
- b. documento que comprove a existência de uma estrutura de controle sobre os produtores ou prestadores de serviços que tenham o direito ao uso exclusivo da Indicação de Procedência, bem como sobre o produto ou a prestação do serviço distinguido com a Indicação de Procedência;
- c. documento que comprove estar os produtores ou prestadores de serviços estabelecidos na área geográfica demarcada e exercendo, efetivamente, as atividades de produção ou prestação do serviço (BRASIL, 2013).

Já nos casos de pedido de DO, além dos documentos solicitados às IGs, acrescentam-se:

- a. elementos que identifiquem a influência do meio geográfico, na qualidade ou características do produto ou serviço que se devam exclusivamente ou essencialmente ao meio geográfico, incluindo fatores naturais e humanos.
- b. descrição do processo ou método de obtenção do produto ou serviço, que devem ser locais, leais e constantes;
- c. documento que comprove a existência de uma estrutura de controle sobre os produtores ou prestadores de serviços que tenham o direito ao uso exclusivo da denominação de origem, bem como sobre o produto ou prestação do serviço distinguido com a Denominação de Origem;
- d. documento que comprove estar os produtores ou prestadores de serviços estabelecidos na área geográfica demarcada e exercendo, efetivamente, as atividades de produção ou de prestação do serviço (BRASIL, 2013).

5 POTENCIAL DO SETOR JOALHEIRO NO BRASIL

O Brasil tem reconhecida importância no setor de gemas “tanto pela variedade quanto pela quantidade de gemas encontradas em seu subsolo” (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEMAS E METAIS PRECIOSOS - IBGM, 2005, p.21) (FIG.9). Segundo dados do IBGM:

o país é uma das principais províncias gemológicas do mundo e tem sido, ao longo dos anos, um grande produtor e exportador. Estima-se que o Brasil seja responsável pela produção de cerca de 1/3 do volume das gemas do mundo, excetuados o diamante, o rubi e a safira (IBGM, 2010, p.2).

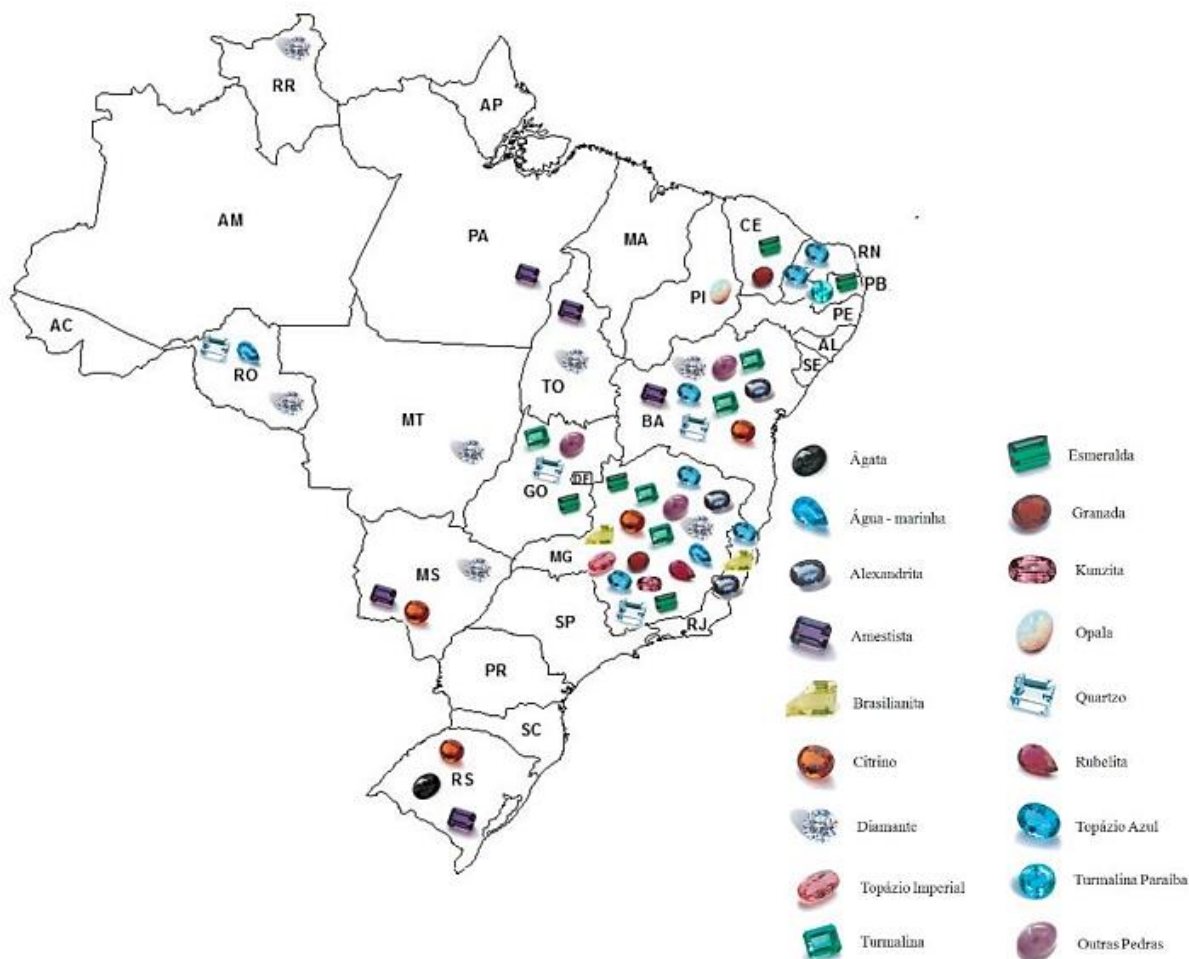


Figura 9 - Mapa Gemológico do Brasil

Fonte: (Adaptado de MUSEU AMSTERDAM SAUER, [20--?])

Há no país um grande potencial para a fabricação de artesanatos em pedras e joias. No entanto, apesar da grande produção brasileira, a indústria de lapidação ainda é precária no Brasil e a informalidade do setor joalheiro ainda representa cerca de 50% do setor (IBGM, 2010). A falta de mão-de-obra qualificada acarreta a procura de serviços terceirizados no exterior, como no caso da lapidação. Assim, a gema brasileira acaba tornando-se joia em outros países e perde o nome do Brasil como território de origem.

Tanto na produção de gemas quanto na de joias, o país é marcado pela presença maciça de empresas de pequeno porte, que trabalham, muitas vezes, de maneira desorganizada e não se orientam adequadamente para o mercado que atendem. Por essa e outras constatações, o IBGM (2005, p.25) acredita que “para ter êxito, o Brasil precisaria de um produto que tivesse identidade própria, com forte impacto visual, que se identificasse com os seus principais atributos, como alegria, cor, movimento e diversidade”.

Diante desse cenário, as certificações de origem, como as Indicações Geográficas, configuram-se como ferramentas potenciais e estratégicas para a valorização de gemas e joias nacionais. Além de destacar os valores simbólico e cultural de uma dada região, caracterizando os produtos a partir de suas regiões de origem, torna-se possível valorizar de maneira adequada a produção do setor. Entre os possíveis benefícios, destaca-se:

- aumento do valor agregado dos produtos, diferenciando-os dos demais;
- preservação das particularidades dos produtos, patrimônio das regiões específicas;
- estímulo aos investimentos na própria área de produção, com valorização das propriedades, aumento do turismo, do padrão tecnológico e da oferta de emprego;
- aumento da autoestima da população local e em determinados casos até do país;
- criação de vínculo de confiança com o consumidor, que, sob a etiqueta da indicação geográfica, sabe que vai encontrar um produto de qualidade e com características regionais;

- melhora na comercialização dos produtos, facilitando o acesso aos mercados através da propriedade coletiva (ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA PROPRIEDADE INTELECTUAL - OMPI, 2012, p.28).

No caso de Minas Gerais, o estado é conhecido internacionalmente devido ao seu território rico em minerais, sendo o principal produtor de ouro, gemas coradas e diamantes do Brasil. Os principais polos mineradores são as cidades de Ouro Preto, Itabira, Guanhães, Governador Valadares, Teófilo Otoni, Araçuaí, Diamantina e Corinto. O estado ainda tem a produção de gemas exclusivas encontradas na região, como o Topázio Imperial de Ouro Preto, possivelmente suscetível a um registro de DO (FIG. 10).



Figura 10 - Topázio Imperial, gema exclusiva de Ouro Preto / Minas Gerais
Fonte: (ADORO JOIAS, 2012)

Outro caso é da Turmalina Paraíba. Considerada uma das gemas mais raras do mundo, ela é encontrada apenas no Rio Grande do Norte, na Nigéria e em Moçambique (FIG.11).



Figura 11 - Pendente dupla face em ouro branco 18k com Turmalina Paraíba e Diamantes, da Coleção 70 Anos Amsterdam Sauer.
Fonte: (AMSTERDAM SAUER, [20--?])

Por sua raridade e valor, a região São José da Batalha, berço da Turmalina Paraíba, também é passível de se tornar reconhecida legalmente por seu produto local através do registro de uma IG.

As joias também podem ser protegidas, legalmente, por duas naturezas jurídicas: Registro de Desenho Industrial, a qual protege apenas a configuração da joia nova e original, possível de ser produzida; e Registro de Direito de Autor, pela qual se protege a forma de expressão artística original da joia, não necessitando ser passível de fabricação industrial (GUIMARÃES, 2005). Porém, a única proteção que abrange a origem do produto, preservando e valorizando suas características distintivas, é o registro de IG.

6 O CASO DA OPALA DE PEDRO II / PIAUÍ

Até o final de 2013, o único caso de registro de origem no setor de gemas e joias no Brasil era o caso da Opala do Piauí. Uma Indicação de Procedência concedida em janeiro de 2012 às Opalas e às joias artesanais produzidas em Pedro II, situada a cerca de 195km da capital do estado. Tal fato foi considerado um marco para a cadeia produtiva da região, uma vez que as gemas e joias passariam a ter maior valor agregado, facilitando o acesso a novos mercados (ARRAIS, 2011).

Mas a história de Pedro II não é tão diferente de tantas outras espalhadas pelo país. Segundo Milanez e Puppim (2009),

[...] No Brasil, já foram encontradas opalas em Minas Gerais, Bahia, Mato Grosso, Rio Grande do Sul, Paraná, São Paulo e Ceará. Entre essas ocorrências, as jazidas mais importantes localizam-se no Piauí, nos municípios de Pedro II e Buriti dos Montes. [...] As jazidas mais importantes estão em Pedro II, numa área de 200km² ao redor da sede do município. [...] A descoberta da opala em Pedro II está registrada apenas na história oral dos garimpeiros e, dessa forma, vai se transformando e ganhando novos contornos ao longo do tempo. A primeira pedra foi encontrada entre o final da década de 1930 e o início da de 1940 e é associada a casos fortuitos. [...] Durante a década de 1950, a garimpagem era feita em pequenas galerias, em condições precárias, não sendo incomum ocorrerem desabamentos e morte de garimpeiros. As pedras eram vendidas em estado bruto a artesãos da região Sudeste que vinham até Pedro II. Além disso, alguns garimpeiros faziam viagens esporádicas até o Rio de Janeiro para tentar vendas mais rentáveis. [...] Até o final dos anos 1990, a maior parte das opalas de Pedro II era vendida em sua forma bruta, ainda com pouco valor agregado. A partir de então, esforços foram feitos para desenvolver atividades locais de beneficiamento das gemas, que resultaram em uma série de oficinas de lapidação e joalheria na cidade.

Diante desse breve relato histórico é possível compreender que muito tem sido feito em prol da valorização do produto local em Pedro II. O ensino e a qualificação da mão-de-obra local para produção de gemas e joias foram estratégias adotadas, além da criação de associações e do APL de Opalas. Nesse cenário, o pedido de IG configurou-se como uma estratégia possível e capaz de somar às outras ações para valorização do produto local.

Para o pedido de IG foi criado o Conselho da União das Associações e Cooperativas de Garimpeiros, Produtores, Lapidários e Joalheiros de Gemas de Opalas e de Joias Artesanais de Opalas de Pedro II (IGO Pedro II). Uma entidade que reúne os interessados na certificação de origem e coordena o processo.

A opala preciosa, considerada a maior riqueza mineral de Pedro II, e suas joias artesanais alcançaram o reconhecimento internacional com a certificação de origem e asseguraram seu nome e suas características únicas. Tais atributos do produto local passaram a ser associados à sua origem, Pedro II, através do registro da IP, como afirma o consultor do Projeto Gemas e Joias do Sebrae no Piauí, Marcelo Morais (ARRAIS, 2011).

A vice-presidente da Associação de Joalheiros e Lapidários de Pedro II (AJOLPI), Áurea Brandão, declarou que após o registro da IG aumentou o turismo na região e movimentou outros setores como gastronomia e rede hoteleira (ARRAIS, 2011).

Conclusões e recomendações

Apesar de ser um tema relativamente recente no Brasil, as certificações de origem têm ganhado espaço tanto no meio acadêmico quanto no mercado, com o aumento considerável do número de IGs concedidas no país. Este cenário reflete a sociedade contemporânea, que mergulhada em um universo infinito de informações e produtos têm procurado e valorizado produtos com garantia de origem.

No caso do setor de gemas e joias no Brasil, dada sua riqueza, diversidade e sua produção marcadamente artesanal, as IGs configuram-se como estratégia possível e com grande potencial para contribuir na valorização dos produtos locais.

Abaixo são listados alguns materiais e sites que podem ser consultados como referência:

BRASIL. Lei nº 9279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Com alterações estabelecidas pela Lei nº 10.196 de 14 de fevereiro de 2001. Regulamentada pelos Decretos nº 2.533 de 16 de abril de 1998, e 3.201 de 06 de outubro de 1999.

INPI. **Guia Básico: Indicação Geográfica.** Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: <

INPI. **Instrução Normativa nº 25**, de 21 agosto 2013. Estabelece as condições para o Registro das Indicações Geográficas. Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: <

INPI. **Indicações Geográficas: 2000.** Disponível em: <

INPI. **Pedidos e registros de indicação geográfica.** Disponível em: <

INPI. **Vale dos Vinhedos conquista o registro de Denominação de Origem.** 2012. Disponível em: <

INPI (INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL); SEBRAE (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS). **Guia de implementação de indicações geográficas para produtos: orientações para o desenvolvimento de projetos para o reconhecimento de uma indicação geográfica no INPI.** [20--?], 86p. Disponível em: <

FROEHLICH, J. M. (org.). **Desenvolvimento territorial: produção, identidade e consumo.** Ijuí: Ed. Unijuí, 2012. Acesso em: 28 abr. 2022.

LAGES, Vinícius; LAGARES, Léa; BRAGA, Christiano Lima (orgs). **Valorização de produtos com diferencial de qualidade e identidade: indicações geográficas e**

certificações para competitividade nos negócios. 1ed. Brasília: Sebrae, 2005. Disponível em: < <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/1834>>. Acesso em: 28 abr. 2022.

SEBRAE; INPI. **Indicações Geográficas Brasileiras: *Brazilian Geographical Indications: Indicaciones Geográficas Brasileñas*** / coordenação Hulda Oliveira Giesbrecht. Brasília: SEBRAE, INPI, 2011, 148p. Disponível em: < <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/catalogo-indicacoes-geograficas-brasileiras,c1e390411e9e9410VgnVCM2000003c74010aRCRD-~:text=As%20IGs%20s%C3%A3o%20mecanismos%20coletivos,e%20proteger%20a%20regi%C3%A3o%20produtora.>>. Acesso em: 28 abr. 2022.

Referências

ADORO JOIAS. **Você conhece os diferentes tipos e formatos de lapidação?**. [S.l.], 2012. Disponível em: <<https://adorojoiias.com.br/voce-conhece-os-diferentes-tipos-e-formatos-de-lapidacao/>>. Acesso em: 28 abr. 2022.

AMSTERDAM SAUER. **Pedras**. Rio de Janeiro, [20--?]. Disponível em: <<https://www.sauer1941.com/pedras>> Acesso em: 28 abr. 2022.

ARRAIS, Mara. **Opala de Pedro II, no Piauí, receberá Indicação Geográfica**. In: Agência Sebrae de Notícias, 25 nov. 2011. Disponível em: <<https://sebrae-sp.jusbrasil.com.br/noticias/2978320/opala-de-pedro-ii-no-piaui-recebera-indicacao-geografica>>. Acesso em: 28 abr. 2022.

BEBIDA ONLINE. Cachaça Havana 600ml. Maringá, [20--?]. Disponível em: <<https://www.bebidaonline.com.br/products/Cacha%C3%A7a-Havana-600ml.html>>. Acesso em: 28 abr. 2022.

BRASIL. **Lei nº 9279, de 14 de maio de 1996**. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Com alterações estabelecidas pela Lei nº 10.196 de 14 de fevereiro de 2001. Regulamentada pelos Decretos nº 2.533 de 16 de abril de 1998, e 3.201 de 06 de outubro de 1999. Acesso em: 28 abr. 2022.

BRASIL. Instituto Nacional de Propriedade Intelectual. **Instrução Normativa nº 25, de 21 agosto 2013**. Estabelece as condições para o Registro das Indicações Geográficas. Rio de Janeiro, 2013. Disponível em: <<https://www.gov.br/inpi/pt-br/backup/centrais-de-conteudo/legislacao/IN0252013.pdf>>. Acesso em: 28 abr. 2022.

CALDAS, Alcides dos Santos; CERQUEIRA, Patrícia da Silva; PERIN, Teresinha de Fátima. **Indicações Geográficas Protegidas no Brasil: Possibilidades de Desenvolvimento Local**. [S.l.], [20--?]. Disponível em: <https://www.agencia.cnptia.embrapa.br/Repositorio/Indicacoes_protegidas_geograficas_000fjd6ygi702wyiv809gkz51ox8tnb8.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2022.

CACHAÇARIA SALINAS. Cachaça Salinas 600ml. São Paulo, [20--?]. Disponível em: <https://www.cachacariasalinas.com.br/?gclid=Cj0KCQjwpcOTBhCZARIsAEAYLuXnnrXfEx6PI-wys8egfLIWmcxZxEp4YYEqKvDkXssqaVd_m9drjqMaAhGUEALw_wcB>. Acesso em: 28 abr. 2022.

FERNÁNDEZ, Maria Gabriela Vázquez. **Indicações Geográficas e seus impactos no desenvolvimento dos pequenos produtores do Vale dos Vinhedos-RS**. 2012. 115 f. Dissertação (Mestrado em Agronegócios) - Universidade de Brasília, Brasília, 2012. Disponível em: <<http://nbcgib.uesc.br/nit/ig/app/papers/Dissertacao%20Maria%20Gabriela%20Vazquez%20Fernandez.pdf>> Acesso em: 28 abr. 2022.

GUIMARÃES, Susana Maria Serrão. **A proteção Legal das Joias: Cadeia Produtiva de Gemas, Joias e Afins**. Brasília: IBGM; INPI; Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, 2005. Acesso em: 28 abr. 2022.

IBGM - Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos. **Políticas e Ações para a Cadeia Produtiva de Gemas e Jóias**. Hécliton Santini Henriques, Marcelo Monteiro Soares (coords.). Brasília: Brisa, 2005. Acesso em: 28 abr. 2022.

IBGM. **O setor em grandes números**. 2010. Disponível em: <<https://ibgm.com.br/>>. Acesso em: 28 abr. 2022.

INPI. Indicações Geográficas Reconhecidas. Disponível em <<https://www.gov.br/inpi/pt-br>>. Acesso em: 28 abr. 2022.

INPI (INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL); SEBRAE (SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS). **Guia de implementação de indicações geográficas para produtos: orientações para o desenvolvimento de projetos para o reconhecimento de uma indicação geográfica no INPI**. [20--?], 86p. Acesso em: 28 abr. 2022.

KAKUTA, Susana Maria; SOUZA, Alessandra Lo Iacono Loureiro; SCHWANKE, Fernando Henrique; GIESBRECHT, Hulda Oliveira. Indicações geográficas: guia de respostas. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2006. Disponível em: <[http://bis.sebrae.com.br/GestorRepositorio/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/7B4FAF1836BF6DBE832575CF0072CEC7/\\$File/NT00040FE2.pdf](http://bis.sebrae.com.br/GestorRepositorio/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/7B4FAF1836BF6DBE832575CF0072CEC7/$File/NT00040FE2.pdf)>

KRUCKEN, Lia. **Design e território: valorização de identidades e produtos locais**. São Paulo: Studio Nobel, 2009. Acesso em: 28 abr. 2022.

MACHADO, A. F. As indicações geográficas no Brasil e no mundo. Um panorama atual. In: LUIS FELIPE BALIEIRO LIMA. (Org.). **Propriedade Intelectual no Direito Empresarial**. 1 ed. São Paulo: Quartier Latin, 2009, v. 01, p. 155-196. Acesso em: 28 abr. 2022.

MILANEZ, Bruno; PUPPIM, José Antonio. Ambiente, pessoas e labor: APLs além do desenvolvimento econômico na mineração de opalas em Pedro II, no Piauí. Cad. EBAPE.BR, Rio de Janeiro, v. 7, n. 4, Dec. 2009. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/cebape/a/nwrXSWgH8Bj795DvqWgVmqs/?lang=pt>>. Acesso em: 28 abr. 2022.

MUSEU AMSTERDAM SAUER. Mapa Gemológico do Brasil. Rio de Janeiro, [20--?]. Disponível em: <<https://www.sauer1941.com/institucional/historia>>. Acesso em: 28 abr. 2022.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA PROPRIEDADE INTELECTUAL - OMPI. **Apostila do Curso Geral de Propriedade Intelectual à Distância**. 2012.

SEBRAE; INPI. **Indicações Geográficas Brasileiras: Brazilian Geographical Indications: Indicaciones Geográficas Brasileñas** / coordenação Hulda Oliveira Giesbrecht. Brasília: SEBRAE, INPI, 2011, 148p. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/catalogo-indicacoes-geograficas-brasileiras.c1e390411e9e9410VgnVCM2000003c74010aRCRD-~:text=As%20IGs%20s%C3%A3o%20mecanismos%20coletivos,e%20proteger%20a%20regi%C3%A3o%20produtora.>>. Acesso em: 28 abr. 2022.

SERTÃOBRAS. **Mapa do queijo**. [S.l.], [20--?]. Disponível em: <<https://www.sertaobras.org.br/mapa-do-queijo/>>. Acesso em: 28 abr. 2022.

TERRITÓRIO ATIVO. **Piauí**. [S.l.], 2011. Disponível em: <www.territorioativo.blogspot.com.br/2011/02/piaui.html>. Acesso em: 28 abr. 2022.

TONIETTO, J. **Afinal, o que é Terroir?**. Bon Vivant, Flores da Cunha, v. 8, n. 98, p. 08, 2007. Disponível em: <<https://www.infoteca.cnptia.embrapa.br/handle/doc/542312>>

[~:text=Segundo%20o%20dicion%C3%A1rio%20Le%20Nouveau,vista%20de%20suas%20aptid%C3%B5es%20agr%C3%ADcolas%22.>. Acesso em: 28 abr. 2022.](#)

VINHO FORTALEZA. I.G **Indicação Geográfica e D.O. Vale dos Vinhedos, uma conquista do Brasil**. [S.l.], 2011. Disponível em:
<<http://vinhofortaleza.blogspot.com/2011/05/ig-indicacao-geografica-e-do-vale-dos.html>>.
Acesso em: 28 abr. 2022.

WINE FOLLY. **Wine Folly's Handy Champagne Guide**. [S.l.], 2021. Disponível em: <<https://winefolly.com/deep-dive/wine-folly-handy-champagne-guide/>>. Acesso em: 28 abr. 2022.

ZAOUAL, H. **Nova Economia das Iniciativas Locais, uma introdução ao pensamento pós-global**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006. Acesso em: 28 abr. 2022.

Identificação do Especialista

Equipe do Centro de Estudos em Design de Gemas e Joias (CEDGEM) da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG):
 Laura de Souza Cota Carvalho
 Érica Matias da Luz
 Maria Bernadete Teixeira
 Adriano Aguiar Mol



Serviço Brasileiro de Respostas Técnicas

www.respostatecnica.org.br